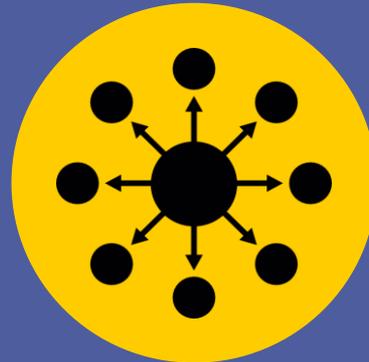




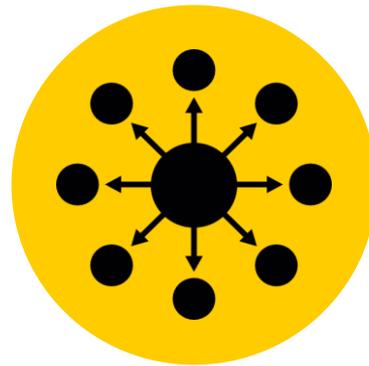
MARKETING AUTOMÁTICO

Aspectos clave



Aspectos clave del marketing automático

El marketing automático **no consiste** simplemente en el uso de una sola técnica de marketing o en emplear un CRM (Customer Relationship Manager). **Es necesario conocer** todas sus posibilidades para ejecutar correctamente un proceso de marketing automático. Veamos en concreto sus **aspectos clave**.



Aspectos clave del marketing automático

El **lead nurturing** es el primero de los aspectos clave del marketing automático. Necesitamos un procedimiento constante, depurado y variado para “**enamorar**” a **nuestros clientes potenciales**. Esto favorece que el cliente piense en nosotros antes que en otros ante una posibilidad de compra.



Aspectos clave del marketing automático

El lead nurturing solo, por bueno que sea, no ofrece tantos beneficios como combinado con una estrategia adecuada y optimizada de **lead scoring**. Si otorgamos a nuestros clientes puntuaciones ajustadas a su interés por los contenidos de nuestra web, conseguimos una **segmentación rápida, óptima y automática**.



Aspectos clave del marketing automático

Por supuesto, ni el lead nurturing ni el lead scoring por sí solos, ni tan siquiera combinados, ayudarían a convertir en lo más mínimo si no tenemos lo verdaderamente principal: los **clientes**. Se hace más que fundamental una estrategia de **lead generation** para atraer clientes a nuestro negocio. Sin ella, sencillamente, no hay nada que hacer.



Aspectos clave del marketing automático

El método utilizado de forma más habitual para llegar a nuestros contactos es a través de los **correos electrónicos** que enviamos a su bandeja de entrada. Mediante esta vía podemos hacer llegar a nuestros clientes potenciales activos, noticias, informaciones varias, etc. Este procedimiento recibe el nombre de **email marketing**.



Aspectos clave del marketing automático

Como comentábamos antes, es crucial **trabajar con activos** para hacer llegar a nuestros contactos distintos tipos de contenidos. Son activos los archivos PDF, los manuales, los vídeos y los archivos de audio. Es importante valorar la **variedad** con la intención de no “aburrir” en lugar de “enamorar” a nuestros contactos.



Aspectos clave del marketing automático

Es también un aspecto clave la **monitorización de nuestra página web** para analizar las visitas obtenidas y extraer de ellas toda la información útil posible. **Mautic** realiza un análisis en directo de todos los parámetros de nuestra web para garantizar también este pilar fundamental.



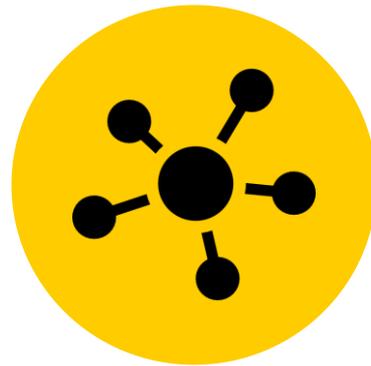
Aspectos clave del marketing automático

De la misma manera que es una ventaja poder construirlas en minutos, es clave **gestionar y optimizar nuestras páginas de destino** para mostrar siempre la entrada de una manera eficaz a nuestros clientes. El **Editor** de páginas de destino de Mautic es una herramienta potente, rápida e intuitiva enfocada a este propósito.



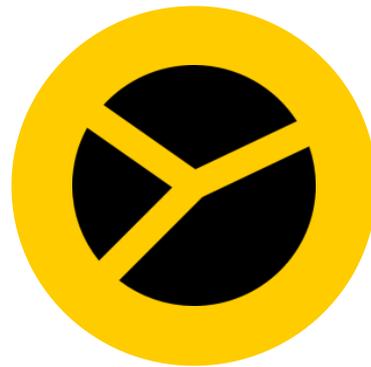
Aspectos clave del marketing automático

La **construcción de campañas** nos sirve para **trabajar con todos los elementos descritos a la vez**. Es una de las grandes bases de la automatización: una vez está todo configurado y preparado, hay que activar la máquina. Las campañas son máquinas de marketing.



Aspectos clave del marketing automático

Es también fundamental hacer un **seguimiento de nuestras estadísticas**. Controlar las visitas, los parámetros de nuestra web es clave para saber qué mejorar y optimizar nuestra presencia online. Para este fin, hacemos uso de **Analytics**.



Aspectos clave del marketing automático

Para finalizar, no podemos olvidar uno de los objetivos últimos de nuestra tarea: aumentar el **ROI o Retorno Sobre la Inversión (Return On Investment)**. Es muy aconsejable tener siempre en mente este parámetro como dato final para comprobar si el procedimiento está siendo eficaz o no.



mrktic

Buen marketing

<http://mrktic.org>

