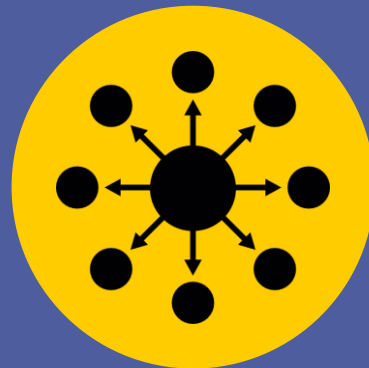




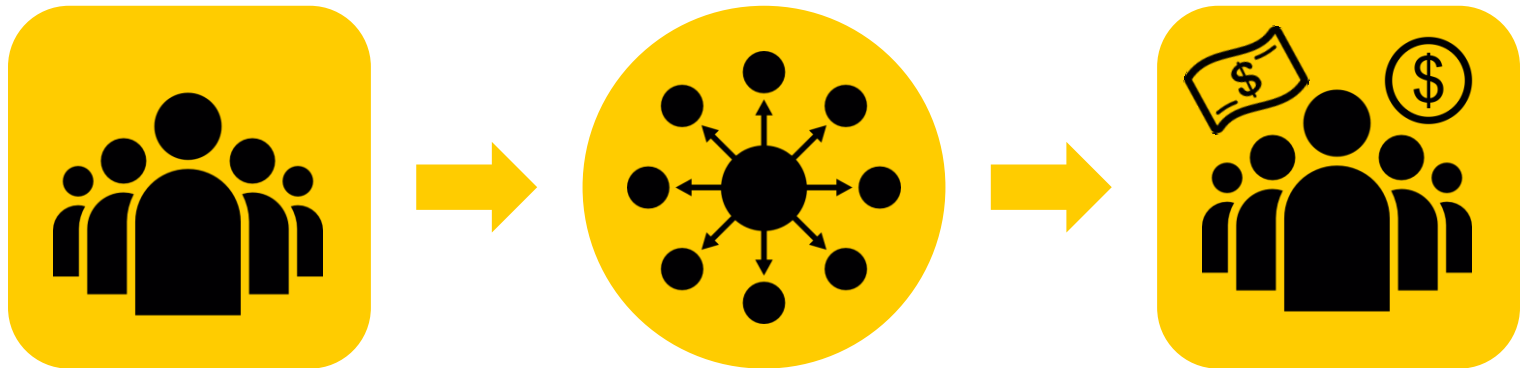
# MARKETING AUTOMÁTICO

Dinamiza las conversiones de tus leads



# Qué es el marketing automático

El **marketing automático** es la herramienta que nos permite gestionar y dinamizar el proceso de conversión de los leads a clientes.



# Qué es el marketing automático

Utilizado convenientemente, nos sirve para **coordinar** los departamentos de ventas y de marketing de nuestra empresa, lo cual permite:

- **Acelerar los ciclos de venta**
- **Aumentar el rendimiento**
- **Incrementar nuestro ROI de marketing**



# Ventajas del marketing automático

- **Automatizar** las tareas rutinarias y los análisis
- **Acelerar** los ciclos de venta
- **Aumentar** las tasas de apertura y clic
- **Crear** páginas de destino **rápidamente**
- **El test A/B**



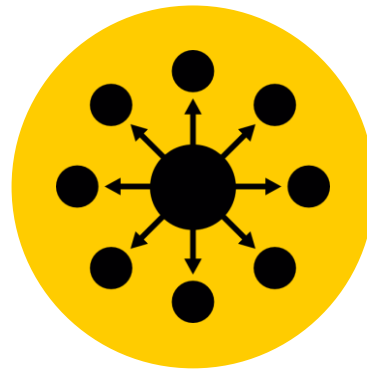
# Ventajas del marketing automático

- Mantener una **relación adecuada** con el departamento de ventas
- Producir **más cierres y mayores beneficios**
- Disponer de **informes y análisis específicos**
- Conseguir una **integración absoluta con el CRM**



# 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.



# Aspectos clave del marketing automático

- **Lead nurturing** para convertir los clientes potenciales en compradores.
- **Lead scoring** para puntuar a nuestros clientes en función de su interés.
- **Lead generation** para atraer clientes a nuestro negocio.
- **Email marketing** para llegar periódicamente a nuestros clientes.
- **Trabajo con activos** para informarles a través de documentos y vídeos.



# Aspectos clave del marketing automático

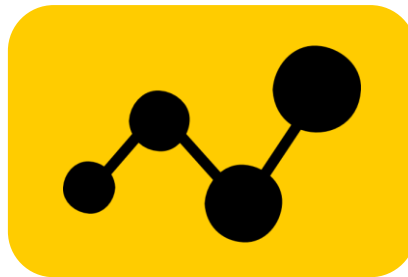
- **Monitorización de páginas web** para analizar las visitas obtenidas.
- **Creación/optimización de páginas de destino** para mostrar la entrada de manera eficaz a nuestros clientes.
- **Construcción de campañas** para reunir todos los aspectos anteriores en una estrategia.
- **Analytics** para hacer un seguimiento de nuestras estadísticas.
- **Return of Investment (ROI)** para comprobar nuestro rendimiento.





# Técnicas de optimización

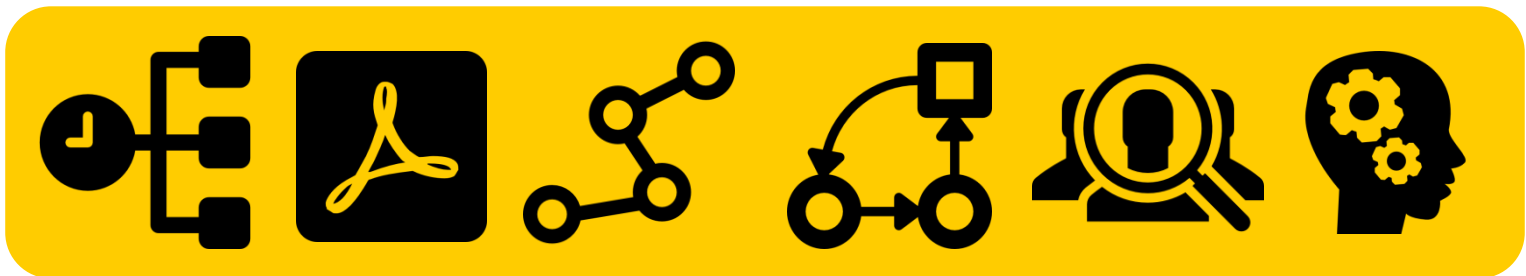
El marketing automático procura la entrega del **mensaje adecuado** al **público correcto** en el **momento idóneo**; por definición no es una tarea fácil. De hecho, consiste en un **proceso de integración** de todos los aspectos comentados en una **gran estrategia global** para conseguir un mayor rendimiento de nuestro negocio.



Para alcanzar esta meta de la manera más eficaz posible, podemos desarrollar una serie de **técnicas que mejoren nuestros procesos**.

# Técnicas de optimización

- **Automatizar las tareas rutinarias** de nuestra empresa
- **Crear activos** de marketing para las diferentes fases del ciclo
- Automatizar **procesos sencillos** en la fase inicial
- **Reconocer tramos mejorables** de nuestro ciclo de ingresos
- **Segmentar nuestros leads** para enfocarlos a nuestras campañas
- Dedicar tiempo al **desarrollo de estrategias creativas**



# Técnicas de optimización

- Desarrollar **procesos cada vez más complejos**
- Elaborar **nuevas formas de segmentación** para acercarnos a nuestro perfil de *buyer persona*
- Alinear los departamentos de marketing y ventas para **adecuar nuestras campañas a los leads mejor puntuados**
- Elaborar **activos enfocados a perfiles o personalidades**



# Cómo elevar el ROI

- **Aumentar los ingresos** por campaña de lead generation
- **Aumentar los índices** de conversión a lead, hot lead, oportunidad, etc.
- **Potenciar la productividad y la eficacia** del departamento de marketing
- **Potenciar la productividad** del departamento de ventas



mrktic

**Buen marketing**

<http://mrktic.org>

