



CLASE 01

# Lo Esencial de una Estrategia Efectiva de Inbound

Profesora: Lindsay Thibeault

# 1 ¿POR QUÉ INBOUND?

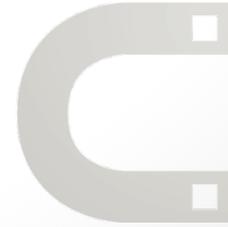
# TRADICIONAL



Llamadas en frío  
Emails en frío (SPAM)  
Anuncios que  
interrumpen  
Centrado en la empresa

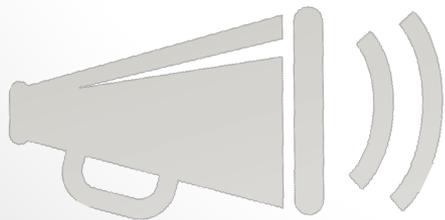
VS.

# INBOUND

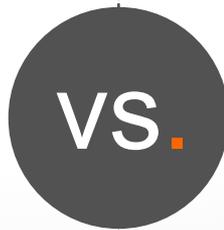


SEO  
Blogging  
Atracción  
Centrada en el cliente

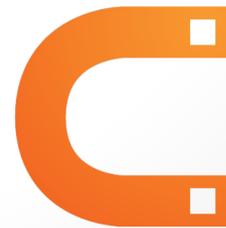
# TRADICIONAL



Llamadas en frío  
Emails en frío (SPAM)  
Anuncios que  
interrumpen  
Centrado en la empresa



# INBOUND



SEO  
Blogging  
Atracción  
Centrada en el cliente

SE TRATA DE CREAR  
MARKETING QUE LA  
GENTE **AME.**

# Metodología Inbound



# Metodología Inbound



# Metodología Inbound



# Metodología Inbound



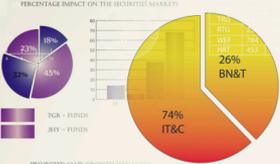
# Metodología Inbound



# Metodología Inbound



Distribution of market share among the major industry players



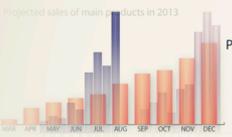
Distribution of market share among the major industry players IT & C and BN & T was 74% and 26% percent respectively. A further change in the economic situation in the market will be characterized by a more equal distribution of market share major players



COMMON CEREALS AS A PERCENTAGE



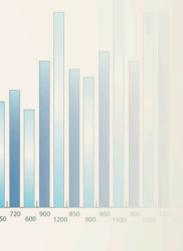
When total amount of goods and the share of rice account for more than 60% or 70% value, which is not a very high level of concentration of rice in the market. The share of rice in the total amount of goods is not very high. The share of rice in the total amount of goods is not very high. The share of rice in the total amount of goods is not very high.



Distribution marketing participation in the securities market



Revenue growth divisions



	TYU division		FRT division	
GHT	254	550	254	154
RDW	650	320	754	825
TRG	241	450	144	954
RTG	254	650	874	325
WEP	284	145	124	762
HRT	552	745	864	241

El análisis debe ser **inherente** en cada cosa que haces con tu estrategia de Inbound.



2

¿CUALES SON LOS  
FUNDAMENTOS DEL  
ÉXITO DEL INBOUND?

# MEJORES PRACTICAS DEL INBOUND

- Usar buyer personas.
- Usar el Buyer Journey.
- Crear contenido notable.
- Aprovechar el contenido.

# MEJORES PRACTICAS DEL INBOUND

- Usar buyer personas.
- Usar el Buyer Journey.
- Crear contenido notable.
- Aprovechar el contenido.

# BUYER PERSONAS

Representación semi-ficticia de tu cliente ideal basado en datos reales y alguna especulación fundamentada acerca de datos demográficos, patrones de comportamiento, motivaciones, objetivos y retos.



# INVESTIGACION DEL BUYER PERSONA

Los Buyer Personas deben basarse en investigaciones reales, no en suposiciones.



# EJEMPLO DE PREGUNTAS PARA LA INVESTIGACION DEL BUYER PERSONA

Detalles de la persona	Ejemplos de preguntas
ROL	¿Cuál es tu cargo? ¿Cuál es tu rol en este cargo?
COMPAÑÍA / ORGANIZACIÓN	¿En qué Industria o Industrias está involucrada su compañía?
METAS	¿Qué quieres lograr con lo que estás trabajando?
RETOS	¿Cuáles son tus mayores retos?
APRENDIZAJE	¿Cómo aprendes nueva información útil para su trabajo?
PREFERENCIAS DE COMPRA	¿Utilizas internet para investigar acerca de nuevos proveedores o productos?



Comienza por entrevistar  
a tus clientes actuales.

# NOMBRE DEL BUYER PERSONA

## INFORMACION BASICA

- Datos básicos sobre el rol del buyer persona, información clave sobre la compañía del buyer persona
- Información básica relevante

## DEMOGRAFICOS

- Genero, rango de edad, ingresos del hogar (considerar ingresos de la pareja si es relevante)

## IDENTIFICADORES

- Palabras de moda y costumbres

## METAS

- Meta principal y secundaria del buyer persona

## RETOS

- Reto principal y secundario para el éxito del buyer persona

## COMO AYUDAMOS NOSOTROS

- Como resuelves los retos de tu buyer persona y le ayudas a alcanzar sus metas

## OBJECIONES COMUNES

- Identifica las objeciones más comunes que tu buyer persona va a comentar durante el proceso de venta

## CITAS REALES

- Incluya algunas citas reales (tomadas durante las entrevistas) que representen a tu buyer persona para que sea más fácil entenderlo para tus empleados



# EJEMPLO SALLY

## INFORMACION BASICA

- Jefe de Recursos Humanos, casada con dos hijos (10 y 8)
- Ha trabajado en la misma compañía durante 10 años, entró como Asistente de RH

## DEMOGRAFICOS

- Edad 30-45, ingreso dual de \$140 millones

## IDENTIFICADORES

- Actitud calmada, usualmente su asistente atiende las llamadas, prefiere información por email/impresora

## METAS

- Mantiene a los empleados contentos y tiene baja rotación. Apoya a los equipos jurídicos y financieros

## RETOS

- Lograr tener todo hecho con un pequeño equipo. Estar pendiente de todos los cambios en la empresa

## COMO AYUDAMOS NOSOTROS

- Haciendo fácil gestionar todos los datos de los empleados en un solo lugar
- Integrando con los sistemas legales y financieros

## OBJECIONES COMUNES

- Preocupada de perder todos los datos al pasarse a un nuevo sistema, no quiere tener que entrenar a toda la compañía para usar el nuevo sistema

## CITAS REALES

- “Ha sido difícil conseguir la adopción de toda la compañía a las nuevas tecnologías en el pasado”
- “He tenido que tratar con muchas integraciones problemáticas con otros departamentos, bases de datos y software”



# MEJORES PRACTICAS DEL INBOUND

- Usar buyer personas.
- Usar el Buyer Journey.
- Crear contenido notable.
- Aprovechar el contenido.

# EL BUYER JOURNEY



# EL BUYER JOURNEY



# EL BUYER JOURNEY



# EL BUYER JOURNEY



# EL BUYER JOURNEY

Etapa  
Exploración

Etapa  
Consideración

Etapa  
Decisión



Me duele la garganta,  
tengo fiebre y me pica  
todo. Qué me pasa?



A-ha! Tengo amigdalitis!  
Qué opciones tengo para  
aliviarla o curarla?



Puedo ir al médico  
general o a urgencias.  
Urgencias es muy caro,  
pero tengo seguro  
médico.

# EL BUYER JOURNEY



SI VAS A CREAR UN BLOG ACERCA DE  
TU PRODUCTO O SERVICIO, DONDE LO  
UBICARIAS EN EL BUYER JOURNEY?

- A. Etapa de descubrimiento
- B. Etapa de consideración
- C. Etapa de decisión

SI VAS A CREAR UN BLOG ACERCA DE  
TU PRODUCTO O SERVICIO, DONDE LO  
UBICARIAS EN EL BUYER JOURNEY?

- A. Etapa de descubrimiento
- B. Etapa de consideración
- C. Etapa de decisión

# SI VAS A CREAR UN BLOG ACERCA DE TU PRODUCTO O SERVICIO, DONDE LO UBICARIAS EN EL BUYER JOURNEY?

- A. Etapa de descubrimiento
- B. Etapa de consideración
- C. Etapa de decisión

# SI VAS A CREAR UN BLOG ACERCA DE TU PRODUCTO O SERVICIO, DONDE LO UBICARIAS EN EL BUYER JOURNEY?

- A. Etapa de descubrimiento
- B. Etapa de consideración
- C. Etapa de decisión

Espera!  
Esta fue una pregunta  
con trampa

# AL CREAR CONTENIDO, HAZLO EDUCATIVO

No eduques a tus buyer personas sobre quién *eres* y qué *haces*,  
edúcalos acerca de sus problemas y soluciones a esos problemas.

# MEJORES PRACTICAS DEL INBOUND

- Usar buyer personas.
- Usar el Buyer Journey.
- Crear contenido notable.
- Aprovechar el contenido.

Inbound Marketing = Contenido + Contexto



# CONTEXTO

¿Para quién estás creando contenido?

# MEJORES PRACTICAS DEL INBOUND

- Usar buyer personas.
- Usar el Buyer Journey.
- Crear contenido notable.
- Aprovechar el contenido.



La **distribución** hace el contenido relevante.

# APROVECHA TU CONTENIDO VIA LA DISTRIBUCIÓN

La técnica correcta de distribución permite que el contenido se ajuste a la persona adecuada en el momento apropiado.



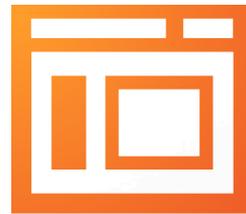
Página web



Blog



Redes Sociales



Landing pages



Llamadas a la acción (CTA)



Emails de marketing

# MEJORES PRACTICAS DEL INBOUND

- Usar buyer personas.
- Usar el Buyer Journey.
- Crear contenido notable.
- Aprovechar el contenido.

# 3 ¿CUAL ES LA APARIENCIA DEL INBOUND?



Grupo asesor de servicios financieros que ayuda a propietarios de negocios en Australia y New Zealand.



El CFO una vez confió profundamente en **telemarketing** y **llamadas en frío** para generar prospectos para ventas.

# El CFO comenzó a trabajar creando sus buyer personas

Entendiendo los principales datos demográficos, roles y problemas en el trabajo; el equipo pudo crear mejor contenido, emails y ofertas educativas para esa audiencia.



# GARY EL PROPIETARIO DEL NEGOCIO

## INFORMACION BASICA

- Dirige una pequeña empresa que comenzó después de hacer carrera en la industria
- Casado y con un par de hijos
- Ha estado llevando su propio negocio por 3 años

## DEMOGRAFICOS

- Típicamente en sus 40

## IDENTIFICADORES

- Conduce un vehículo modesto
- Triunfador
- Individuo con determinación y líder natural
- Emprendedor

## METAS

- Tiene grandes ambiciones para su negocio
- Puede ver grandes oportunidades en su mercado para crecer
- Le gusta ser su propio jefe

## RETOS

- El flujo de caja puede limitar su potencial de crecimiento
- Los prestamistas no son muy dados a prestar fondos para crecimiento
- El ingreso puede ser un poco irregular debido al flujo de caja del negocio
- Ocasionalmente tiene que pedir fondos para tener dinero, cosa que causa estrés
- No está en sincronía con su contador
- A veces se siente bajo presión



CFO On Call Business Financial Transformation ABOUT BLOG EBOOKS SUCCESS STORIES PARTNERS AFFILIATES CONTACT

eBooks

CFO On Call E-Books are written in plain English, with no accounting jargon and will help make your figures easy to understand, measure, manage and improve.

**THE SEVEN KEY NUMBERS THAT DRIVE PROFIT & CASHFLOW**  
What are they? It's a way to 'bulletproof' your business, without increasing sales!  
At your first meeting with your CFO On-Call, you'll receive a free copy of this book. Explained in plain-English and designed as an easy-to-read guide for business owners in all sectors, this book contains all the new rules for business profitability and control. It's packed with real-life examples and tools. See how one business with a turnover of \$1million improved cash flow by \$100,311 and profit by \$60,383 ... just by changing 3 of the 7 key numbers – making a BIG difference for one company and without making one extra sale.

GET EBOOK

**7 SIMPLE WAYS TO KEEP YOUR BUSINESS SUSTAINABLE AND 'GOOD TO GROW!'**  
A 'must read' for anyone wanting to cope with changing times in business. Covering Break-even, Understanding Costs, Fixed versus Variable Costs, KPIs, Budgets & Cash Flows, Profit by Product/Service and 'What If' Scenarios. It's written in 'plain-english' with formulae for you to use in your own business.

GET EBOOK

**3 UNBEATABLE WAYS TO CREATE YOUR BEST YEAR IN BUSINESS**  
Why is the end of the Financial Year always so stressful?  
It's the same reason the end of every quarter is stressful – it's human nature to head the end of month, end of the quarter or end of the year as a sprint to the finish line. Since 1991 we've been sharing the secrets of achieving a smooth and successful end of the year with our clients, helping them to finish the year with more cash in the bank and much less stress in their lives. Now we're sharing our secrets here with you.

GET EBOOK

El equipo del CFO trabajó en la ampliación de las ofertas de contenido en su página web.

- Plantillas
- eBooks
- Blog posts

# BLOG POSTS

- “22 señales de que su negocio está en problemas”
- “9 claves para el crecimiento de pequeñas empresas en el 2014”
- “8 formas de mejorar la rentabilidad en un negocio”

CFO On-Call Business Financial Transformation ABOUT BLOG EBOOKS SUCCESS STORIES PARTNERS AFFILIATES CONTACT

Posted on April 10, 2015 by Sue Hirst



The benefit of hindsight is a wonderful thing. It often helps to get the perspective of an expert and recently I heard from an insolvency practitioner (liquidator) who came up with a list of 22 warning signs of trouble in a business. We all want to stay positive and not talk ourselves into a recession, but it pays to be realistic. These signs are not meant to alarm, but to alert you to the need for some proactive steps, rather than waiting until it's too late.

Here are the 'Business-in-Trouble' Signs:

1. Your overdraft is near or at its limit for a significant period of time
2. Difficulty meeting your suppliers payment terms
3. Staff spending time on telephone with suppliers about outstanding payments
4. Suppliers are threatening COD terms or stop supply
5. Suppliers putting your business last for service priority
6. Cheques dishonoured by your bank
7. Suppliers issuing demands or threatening legal action
8. Creditors balance increasing whilst debtors and inventory/WIP remaining static
9. Difficulty paying GST and payroll tax deductions to Tax Office
10. Hesitation to lodge GST returns due to funds being required elsewhere in business
11. Correspondence received from Tax Office about outstanding GST lodgments or overdue payments
12. Needing to sell capital assets to fund ongoing trading
13. Unable to place orders for stock due to cash constraints
14. Staff morale down due to perception of cashflow difficulties
15. Higher than normal staff turnover as a result of above
16. Bank requiring more information or security in order to maintain credit facility
17. Putting off costs of maintenance on equipment which could cause an interruption to running your business
18. Your bank has suggested refinancing
19. Behind with Superannuation obligations for employees



1961 Otherwise why be in business?  
Business owners that don't think through, or 'guesstimate' the cost side of business, end up with much smaller margins than they thought, or losses from poor planning.  
Here are our thoughts on steps you can take to protect and maximise your profit.

SUBSCRIBE TO EMAIL UPDATES

Email \*

Notification Frequency

SUBSCRIBE

POSTS BY TOPIC

Business (10)

Maximising sales, profit and cash (8)

Business Valuation and Exit (1)

HR (1)

RECENT POSTS

Budgeting for 2015

22 Warning Signs of a Business in Trouble

7 Essential KPIs in Business

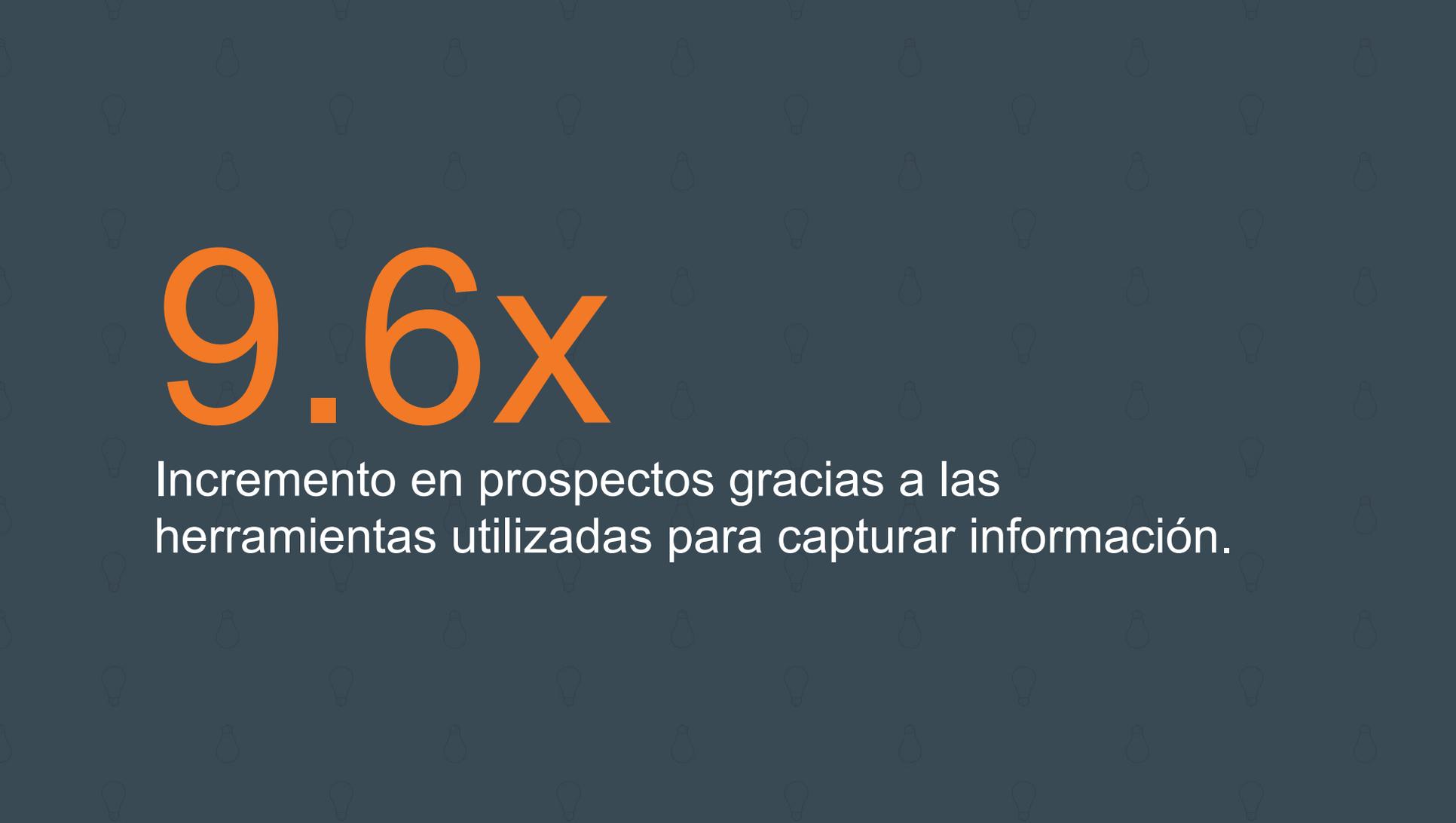
Are Accounts Slowing Business Growth?

Six Steps to Avoid Bad Debts

The background of the image features a repeating pattern of small, light-colored lightbulb icons on a dark blue-grey background. The icons are arranged in a grid-like fashion, with some appearing slightly more prominent than others.

# 200%

Aumento de tráfico web en un periodo de seis meses.

The background of the slide is a dark blue-grey color with a repeating pattern of small, light-colored lightbulb icons. The icons are arranged in a grid-like fashion, with some appearing slightly more prominent than others, creating a subtle texture.

# 9.6x

Incremento en prospectos gracias a las herramientas utilizadas para capturar información.

Con la gestión y seguimiento de prospectos, se han incrementado los prospectos listos para la venta en

153%

GRACIAS.

HubSpot  
Academy 