

octopus

Inbound Marketing,
ROI, SEO,
¿Cómo se relacionan?

CONSULTA EL ARTÍCULO ORIGINAL

VISITALO EN NUESTRO BLOG >



GRACIAS

por tu interés en este Ebook

Si estás viendo esto es porque necesitas una versión resumida y queremos ofrecerte lo más importante, sin distracciones.

Vamos a resumir algunos puntos importantes que debes conocer acerca del Inbound Marketing y su relación con el SEO, el retorno de inversión o ROI y la importancia de la segmentación de contenidos.

Si quieres comprender mejor el contexto, no olvides visitar el artículo original en nuestro blog. Ah! El PDF es interactivo, siéntete libre de dar clic en los botones de abajo en las flechas de arriba o en nuestro logo para navegar.

**TRANSFORM.
DIGITAL**

Conoce su relación con el Inbound Marketing.

**INBOUND
MARKETING**

Entiende lo básico y cómo funciona.

**POR QUÉ
SEGMENTAR**

Entregar el contenido apropiado para cada persona es fundamental.

**CONTENIDO
Y SEO**

El inbound Marketing puede ayudarte con el SEO. Aquí te lo resumimos.

ROI

Aclaremos algunas inquietudes acerca del ROI en Inbound Marketing.

CONCLUSIONES

Un resumen de lo más importante

APRENDE MÁS

Por si te quedaste con ganas de saber más

**NIVEL DE COMPLEJIDAD:
BÁSICO**

Lectura ligera y fácil
de rápido consumo.
Indicado para uso general.

¿QUÉ ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

Son los cambios asociados o derivados del uso de la tecnología digital en todos los aspectos de la sociedad humana.

Para las empresas significa un cambio en su mentalidad y la adaptación de sus procesos al empleo de estas tecnologías para mejorar su desempeño

¿QUÉ CAMBIO HA PROVOCADO?

Desde el punto de vista del marketing ahora las personas tienen la libertad de escoger lo que quieren consumir como nunca antes.

Y no nos gusta que nos invadan con publicidad, por eso ahora podemos bloquearla, desactivarla, o escoger otros medios digitales si nos sentimos agredidos

¿INBOUND MARKETING?

El marketing de atracción no es agresivo. Se le llama así porque buscamos atraer a los potenciales clientes hacia nosotros con contenido.

Aunque no es nuevo, en el contexto de la transformación digital ha ganado mucha fuerza.





¿CÓMO FUNCIONA EL INBOUND MARKETING?

A través de la creación de contenido de valor, según la etapa en que se encuentre el visitante dentro del proceso de compra, se le lleva al potencial cliente a través de un viaje o customer journey en donde el objetivo final es la compra o adquisición del producto.

LO QUE NO DEBES OLVIDAR

- La atracción se realiza con contenido principalmente.
- El contenido puede aparecer en cualquier medio en donde suelen estar tus potenciales clientes para así llamar su atención.
- Algunos contenidos por su relevancia se consideran saltos de una etapa a otra
- El contenido debe ser cuidadosamente elaborado para resolver las dudas o problemas de tus potenciales clientes.
- Deberás hacer contenidos para todas las etapas.





TODOS LOS VISITANTES SON DIFERENTES

Las personas que llegan a tu sitio web pueden tener distintos intereses en relación a tu producto o servicio.

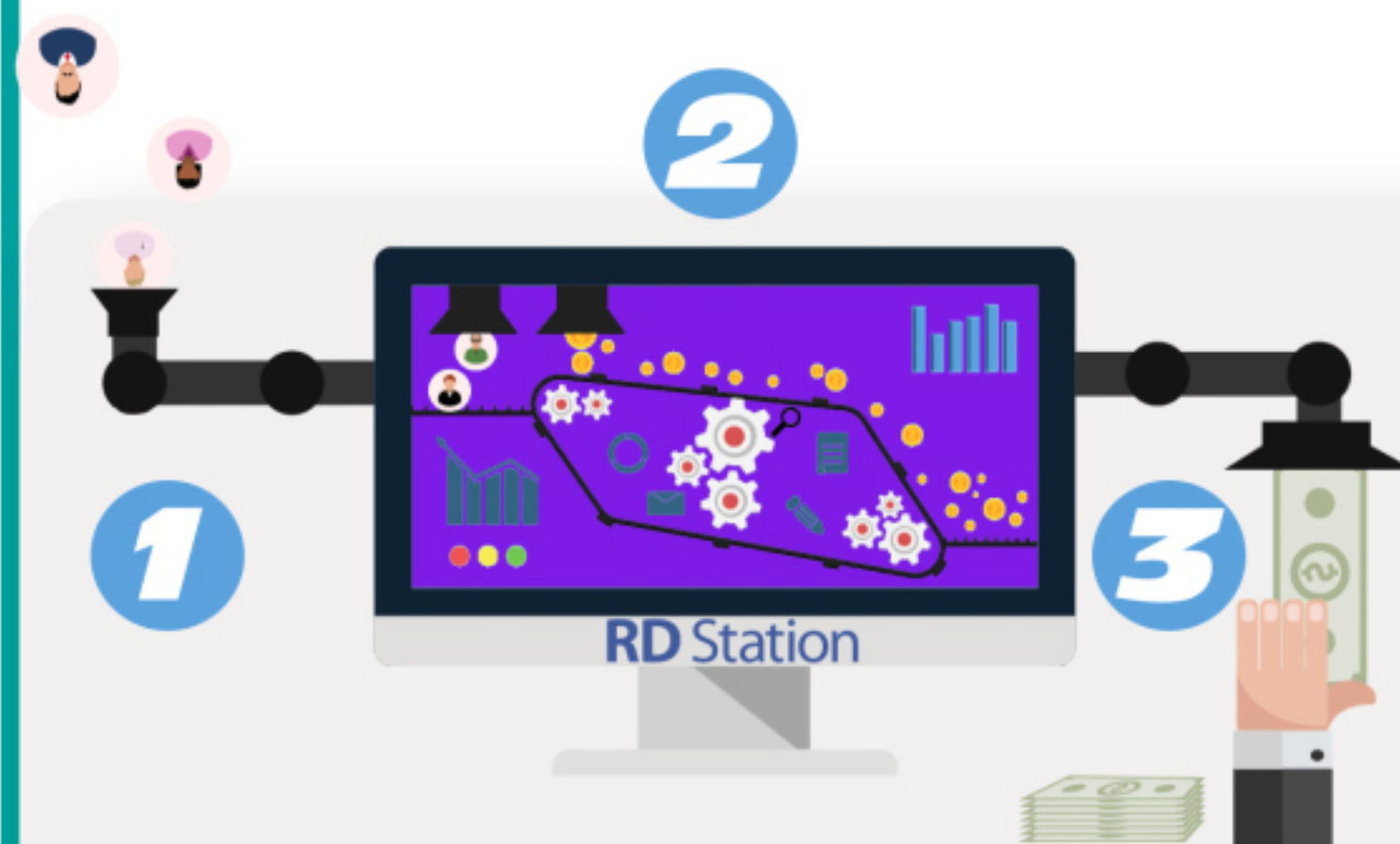
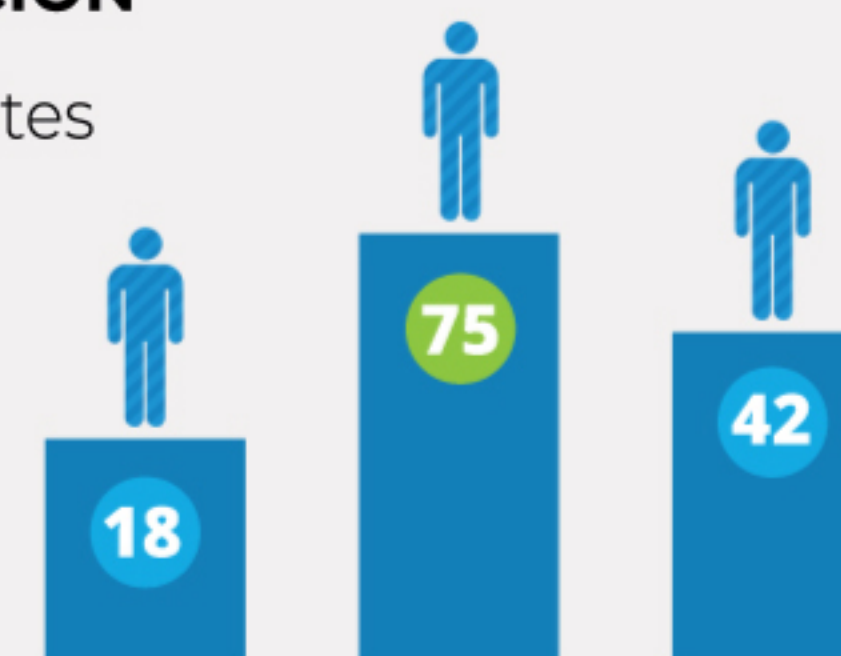
Algunos estarán decididos ya a contactarte mientras que otros estarán investigando o en busca de información.

Por lo tanto, no los puedes tratar a todos por igual.

EVALÚA A TUS VISITANTES SEGÚN SU INTENCIÓN

Según el contenido o las páginas que tus visitantes visiten, puedes establecer una “Puntuación” según estén más cerca o no de la intención de compra.

Esto es posible con distintos softwares de automatización de marketing que permiten establecer criterios para evaluar a tus potenciales clientes.



SOFTWARE DE AUTOMATIZACIÓN DE MARKETING

Cuando tu base de contactos sea grande, puedes optar por un software de automatización de marketing como **Rd Station**.

El software realizará la segmentación según los criterios que configures y se encargará de manejar a cada visitante de manera individual, entregándole el contenido que estratégicamente necesita.

[CONOCE RD STATION](#)

CREA CONTENIDO DE VALOR Y PROMOCIONAL PARA ATRAER VISITANTES

El contenido es la base del Inbound Marketing. Debes crear contenido en todo tipo de formatos que sean apropiados para tus potenciales clientes y que les ayude con sus dudas y problemas en relación con tu producto o servicio.

Para promocionarlos puedes usar los canales orgánicos: blog, email marketing, redes sociales, entre otros. También puedes hacerlo con Google Adwords y otros medios de pago para promocionar contenidos que puedan traerte nuevas oportunidades o leads con los cuales trabajar después.

**CREAR CONTENIDO TE AYUDA A QUE TE ENCUENTREN EN GOOGLE:**

- La disciplina que se encarga de este tema se le conoce como SEO y existen numerosas herramientas para asistirte en la optimización para buscadores.
- Escribe sobre temas que tus potenciales clientes **estén buscando** y utiliza su mismo lenguaje
- Escribe siempre para las personas, luego retócalo para que Google lo entienda.
- Crea contenido de calidad que realmente ayude, no escribas por escribir.
- El contenido toma tiempo en posicionarse, debes ser paciente.
- Además debes tener en cuenta factores técnicos de tu sitio para que Google te indexe mejor. La versión de tu web para móviles debe ser perfecta.



EL ROI DEL INBOUND MARKETING SE PUEDE CALCULAR, Y PARA HACERLO NECESITAS MEDIR

Para poder atribuir una venta al Inbound Marketing las cosas en ocasiones no son tan claras. No puede verse como la simple atracción de tráfico orgánico al sitio.

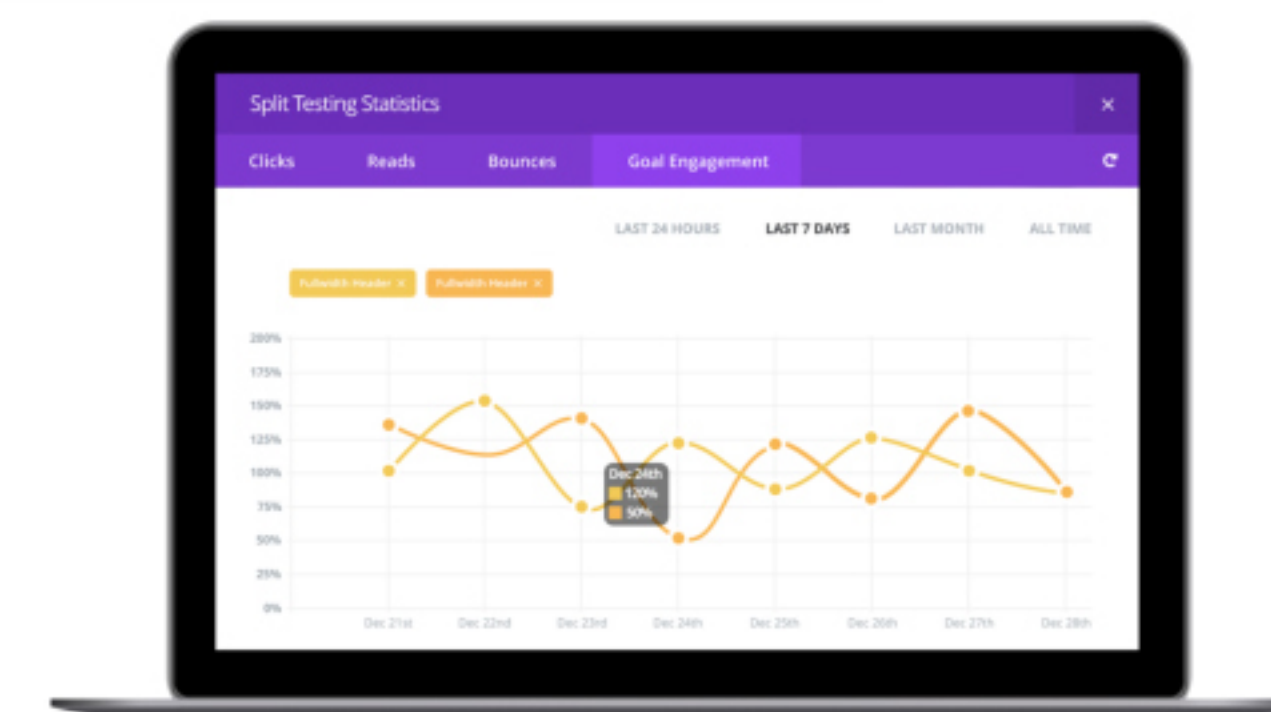
Los clientes pueden llegar por muchos canales orgánicos o de pago: redes sociales, campañas de correo, referencias, anuncios de pago en Adwords, una recomendación de un amigo, entre muchos otros.

Aquellos que comiencen a interactuar con el contenido y en ese momento entren en cualquiera de las fases que se han preparado para llevarle en su recorrido por el funnel de ventas, ya podrán ser atribuidos al Inbound Marketing independientemente de por dónde hayan entrado inicialmente.

Cuando ya se cuenta con una base de leads, es más fácil calcular el ROI

Para poder medir se pueden usar herramientas y softwares especializados en Inbound Marketing, como es el caso de RD Station que usamos acá en Octopus y que ponemos a disposición de nuestros clientes.

En este caso, resulta mucho más fácil entender las métricas, el recorrido del visitante hasta que se convierte el lead y el origen de su primera visita.



- ▶ La transformación digital le ha dado la libertad a los individuos de evitar la publicidad que no desean y solo consumir lo que consideran importante o interesante.
- ▶ El Inbound Marketing funciona porque no es invasivo, sino que aparece frente a las personas ofreciendo solución y respuestas a sus dolores y dudas y en los que tu producto o servicio les puede ayudar . A cambio pide una forma de contacto para seguir ayudándole.
- ▶ Para una estrategia de Inbound Marketing se requiere crear contenidos que ayuden a las personas. Los contenidos deben estar estructurados de forma para dar respuesta a sus necesidades en cualquier etapa que se encuentren del customer journey.
- ▶ Crear contenido ofrece una posibilidad adicional de posicionar tu sitio web en Google para que las personas te encuentren. Para ello debes crearlo alrededor de temas que se están buscando y que tengan que ver con lo que ofreces.
- ▶ Además deberás seguir determinados parámetros técnicos y formas de escribir para que Google sepa mejor de que va tu sitio y lo muestre en los resultados de búsqueda más arriba.
- ▶ El retorno de inversión o ROI se puede calcular. Para ello necesitas medir y conocer el comportamiento de cada visitante, el canal de adquisición y otros parámetros



Gestión y administración de empresas: buenas prácticas, rutinas y obligaciones para rozar la perfección.

LEER MÁS



Transformación Digital: una obligación que debes marcarte con tu Pyme.

LEER MÁS



Software ERP Open Source para PYMES: enfrenta la transformación digital con ventajas competitivas.

LEER MÁS

RECURSOS ADICIONALES



Optimiza tu sitio web. Herramientas para webmasters

VISITA SU WEB



¿Qué se habla sobre determinado tema? Ideas de contenido

VISITA SU WEB



Google Analytics Herramienta de analítica de Google gratuita.

VISITA SU WEB