

Inbound Marketing, metodología, la realidad de la venta hoy día

Inbound Marketing, metodología, la venta hoy día

Inbound Marketing, metodología, como funcionan las ventas hoy, es una mini guía de como deberías tratar las ventas. Aunque pienses que no estás haciendo las cosas bien deberás de ser paciente con ello. La gran oferta y la globalización no te lo va a poner sencillo pero trabajando a medio, largo plazo notarás la diferencia.



Seguro que te has encontrado con clientes que insisten en meter su publicidad de manera constante, y estas típicas frases:

Cuanto a más lugares y personas llegue, más venderé.

La labor comercial es una cuestión de números, más llegada, más ventas.

Llevo muchos años en esto y así es como funciona.

Inbound Marketing, metodología. ¿Que es?

El [Inbound marketing](#) es una técnica para informar de nuestros productos de una forma constante pero ofreciendo contenidos de

calidad que interesen a nuestros clientes potenciales.



La idea es posicionarse como experto en la materia que se trata, esto se puede conseguir atrayendo a la persona interesada mediante determinados contenidos de valor para este.

La mayoría de nuestros futuros clientes están hartos y aburridos de que les bombardeen con [publicidad intrusiva o no deseada](#). Así es, en multitud de casos.

No hay nada peor que encontrarse con una [Fanpage](#) llena de post en los que se habla solamente de nuestros productos o servicios.

¿Conoces la regla de 20-80?, pues es el contenido que deberíamos incorporar, siendo el 20 por ciento propio, el resto debe ser de otras fuentes.

¿Como termina esto?, el usuario se cansará de ver tu publicidad, te bloqueará o desactivará tus notificaciones.

¿Es esto lo que realmente deseas para tu empresa?.

Inbound Marketing, metodología. Los números.

La mayoría de tus clientes te hablarán de números, como he dicho antes, adaptando tu estrategia de **Marketing** y convirtiéndola en **Inbound Marketing** conseguirás aumentarlos, eso sí, lleva su tiempo.

Para una empresa que nunca ha trabajado desde **Redes Sociales**, nada más empezar con ello, será como encontrar el *Jardín del*

Edén, cuando empiezan a tener visibilidad, creen que está todo hecho.

Los registros de nuevos **leads** aumentarían y, sobre todo, incrementaría las visitas a nuestra web en torno a un 5 por ciento el primer año y, posiblemente un 20 por ciento en dos años.

El problema es que habrá que ser paciente, se trata de visibilidad, como he escrito, y estar posicionados como expertos de nuestro sector para que, llegado el momento, nuestro **Lead** se convierta en cliente, cuando realmente lo necesite.

Los empresarios que todavía no conocen el **Inbound Marketing** se pueden ver impactados desde el primer año y no deben de impacientarse, se trata de una carrera de resistencia.

[Es mejor mantener la calma con las publicaciones, hágalo, si, pero pidiendo acciones #coaching #marcapersonal #marketing #redessociales #proyectosocialbytes Clic para tuitear](#)

Inbound Marketing, metodología. El sistema.

El objetivo que nos debemos plantear es el acompañamiento en todo el proceso de nuestros lectores-usuarios, dándole a su momento la importancia que corresponde.

Utilizando este sistema habremos producido una venta natural, sin agresividad y conseguiremos un cliente fiel, en poco tiempo puede ser un **Embajador de Marca**.

Llegados a esta fase, tendremos que hacer sentir a nuestro cliente especial, podemos hacerle ofertas especiales, indicando en nuestras comunicaciones con él frase como «solo para clientes», «privilegio», y cosas parecidas, debes ser creativo.

<http://socialbytes.es/wp-content/uploads/2019/09/nuevolead.mp4>

Lo voy a dividir en cuatro partes diferenciadas:

Contactar y atraer personas interesadas, para ello debemos de dar a nuestros usuarios alguna prestación, se conoce como [Lead Magnet](#), puede ser un manual, un ebook, una información específica de su sector, una beta de nuestra aplicación, en definitiva algo que le aporte valor y le solucione tareas.

Convertir, para entregarle alguna cosa de estas le pediremos su email, a cambio él nos entrega sus datos, estaremos consiguiendo información y completará el proceso. Ahora es un **Lead**, un hipotético nuevo cliente.

Cerrar el contacto, hemos establecido ya un contacto cordial, una amistad con nuestro Lead, le hemos dado información relevante, algo bueno a su Empresa, ahora estamos convirtiéndolo en un amigo o **Embajador de Marca**.

Fidelizar un nuevo cliente, si queremos que la cosa funcione tenemos que ofrecer la posibilidad de que nuestro cliente nos informe de cual son sus nuevas necesidades. También deberíamos pedirle el [Feedback](#), el comentario en forma de reseña sobre nuestro producto o servicio y, importante, saber aceptar su crítica siempre que sea constructiva.

[De ofrecer servicios premium o vip a tu cliente, un embajador de marca se siente #coaching #marketing #marcapersonal #redessociales Clic para tuitear](#)

Inbound Marketing, metodología.

Automatización.

Cuando empezamos con esta metodología, empatizamos, podremos saber muchas cosas sobre nuestros clientes y eso nos lleva al siguiente paso, hay que automatizar el proceso.

Para ello podemos usar los [autorespondedores](#) y tener determinadas cosas funcionando con constancia.

- **Un blog**, no estático, debe contener algo más que vídeos promocionales, siempre con contenido de calidad, tanto para nuestros clientes como para los que pudieran llegar a serlo.
- **Redes Sociales** que lleven tráfico a nuestra web, el [SEO](#) también es prioritario, si es geolocalizado mucho mejor.
- **Perseverancia**, este proceso es para siempre, por tanto, seguiremos utilizándolo como nuestra estrategia, las cosas se pueden mejorar pero si hemos iniciado un negocio es con todas las consecuencias.

En cuanto al tema que nos trata, automatizar, puedes leer mi post sobre [Retargeting](#).



Otra funcionalidad que no debes de perderte, se trata, principalmente, de seguir las acciones de nuestros usuarios cuando entran en contacto con nosotros.

Por supuesto, hemos automatizado, pero no debes de olvidarte del trato humano.

Hablaremos algún día sobre *Humanizar la Marca*.

Existen muchas otras tareas que aumentarán nuestra empatía y amistad con nuestra audiencia, algunas de ellas serán,

probablemente, offline.

Conclusiones

Muchos empresarios no entienden este sistema, espero haberlo aclarado, si te metes en **Redes Sociales** para vender, te estás equivocando, el objetivo es obtener datos, visibilidad y convertirte en referente dentro de tu gremio.

El beneficio de utilizar Inbound Marketing es obvio, conseguir más clientes y conseguir más ventas de nuestros productos o servicios. Pero sin saturar ni aburrir.

Una de las cosas importantes también es que estarás automatizando tus procesos, con el tiempo tu web venderá sin que, prácticamente, tú intervengas.

No necesariamente vas a tener un reflejo real de tu trabajo inmediatamente, pero, con el paso del tiempo te conviertes en una autoridad en la materia y, los que antes se negaban a adquirir tus productos, ahora lo pueden valorar.

Gracias a [Pixabay](#) por las imágenes.

Se agradecen enormemente los comentarios, me ayudarán a mejorar.

Si te gusta lo que hago, [invítame a un café](#).