



Automatización de Marketing Digital

Cristian Sánchez
csanchez@witlab.co
+502 52907781

A photograph of a person wearing a headset, sitting at a table and pointing at a laptop screen. Another person's hand is visible, pointing at a document on the table. The scene is a collaborative meeting or training session. The image is framed by a blue border.

Automatización

Marketing Automation es un área del Marketing Digital que tiene como objetivo **automatizar procesos y acciones repetitivas de nuestra estrategia de Marketing Digital.**

MODELO DE VENTAS



14.5%
INCREMENTO
PRODUCTIVIDAD
Nucleus Research

48%
DATA EXPERTISE
MAYOR RETO
The MX Group

67%
CONSIDERAN
QUE ES EFECTIVA
Salesforce

80%

EMPRESAS TOP
USAN LEAD SCORING Y
LEAD NURTURING
Aberdeen Group

63%
EMPRESAS SUPERAN
A SU COMPETENCIA
Lenskold and Pedowitz

70%
INCREMENTA EL LA
VELOCIDAD DEL CICLO
DE VENTA
The MX Group

85%
EMPRESAS USAN
CONTENT MARKETING
Lenskold and Pedowitz

**¿Qué herramientas
necesito?**

Software

Es una tecnología que trabaja con **TAGS** que detecten comportamientos concretos de los usuarios en nuestro sitio web. Estos comportamientos o acciones de los usuarios van a funcionar como **TRIGGERS** de los procesos automáticos.

Este software o tecnología también debe ser capaz de guardar la información de un usuario, ya sea un e-mail, un teléfono o simplemente una cookie.



Software

1. Automatizar y analizar los procesos de marketing
2. Comunicación controlada siguiendo la lista de leads, con el objetivo de analizar el proceso de venta desde el registro hasta la compra del producto.
3. Generación de respuestas automáticas para los nuevos leads
4. Organizar los leads con patrones de comportamiento para ofrecer a cada cliente un contenido personalizado.

¿DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO TRIFECTA?

Y ESO CON QUÉ SE COME.....

Publicidad
Pay per click
Display Ads
Retargeting
Paid influencers
Paid Content
Promotion
Social media ads

**MEDIOS
PAGADOS**
Publicidad

Aumentar el alcance &
engagement a contenidos
más sociales y humanos

Ganar exposición a
las propiedades de
la marca.

**MEDIOS
GANADOS**
Orgánico

Social Media
Mentions
Shares
Reposts
Reviews

Generar tráfico a
través de contenidos
generado y compartido
por los mismos usuarios.

**MEDIOS
PROPIOS**
Contenido
corporativo

Website
Mobile site & apps
Blogging
Microsites
Landing pages
Content Marketing
Email Marketing

**Hoy en día
contamos con
demasiadas fuentes
de información**





Proceso



01
Identificar datos
--tengo / quiero



02
Asegurar
-- recopilación
-- almacenamiento



03



03
Transformar
-- explorar
-- limpiar
-- agrupar
-- preparar



04
Visualizar
-- tomar decisiones



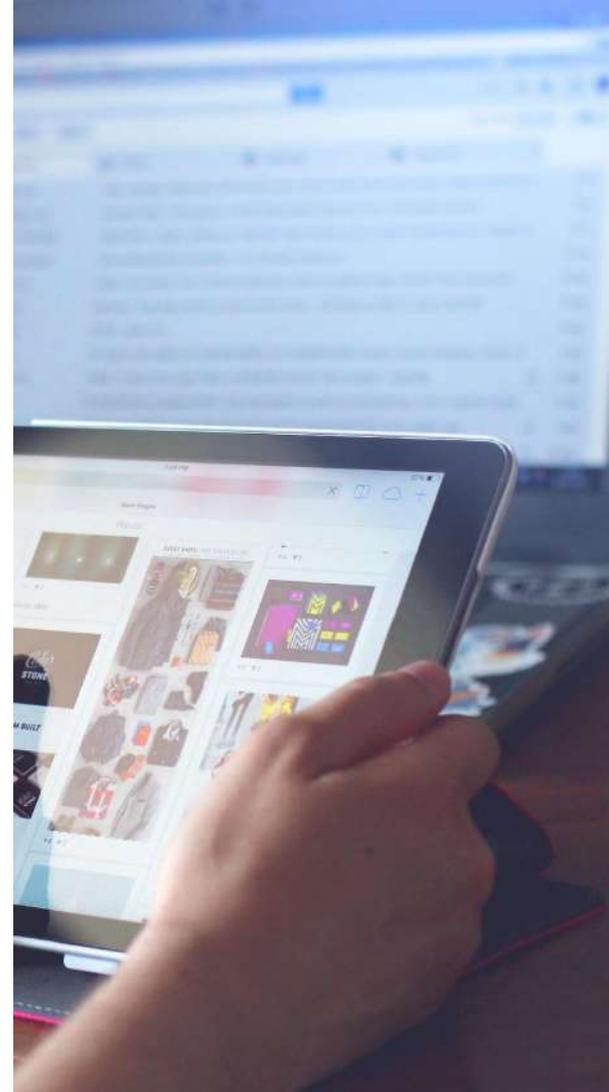
04



05
Activar
-- automatizar

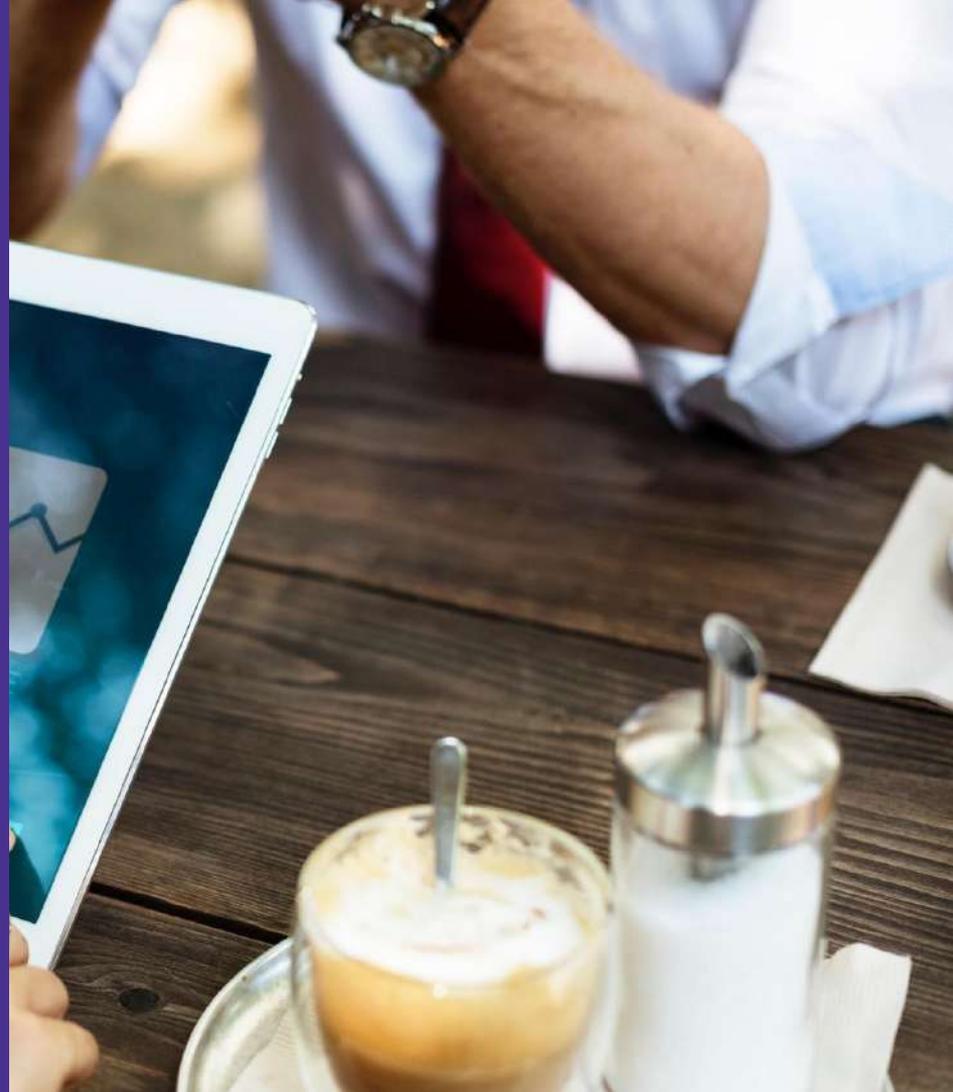
Funcionalidad

- Email Marketing (envíos de correos electrónicos personalizados)
- Lead Nurturing (marketing de contenidos personalizados a los clientes potenciales)
- Automatización (secuencias de correos electrónicos y autorespondedores)
- Social Media Marketing (Planificación y publicación de contenidos en redes sociales)
- Landing Pages (Páginas de Aterrizaje)
- Formularios Web (captación de leads)
- CRM (Base de datos sobre los clientes potenciales)
- Remarketing Visitantes Web (audiencia personalizada en los anuncios de publicidad)
- Analíticas e Informes (resultados en las acciones realizadas)



Ventajas

- Eficiencia
- Optimización
- Ahorrar Tiempo
- CRM
- Gestión Comercial
- Efectividad
- Monitorización



Mitos

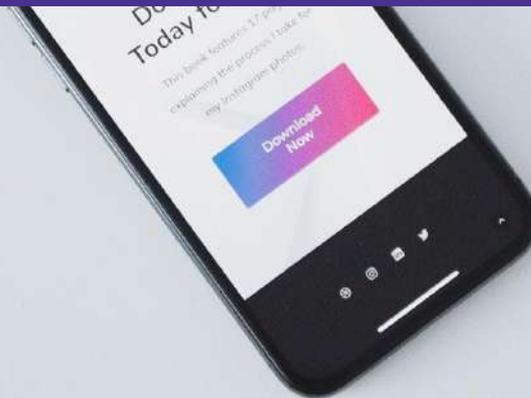
#1 Se hace una sola vez

#2 Solo sirve para email marketing

#3 Es una actitud vaga

#4 La automatización es para robots

#5 Todo es Spam





CRM

Software que te ayuda a manejar toda la información de tus clientes en un solo lugar.

CRM ENFOCADO EN OPERACIONES

Estos CRM's se enfocan en enviar emails automatizados, tener funnels de ventas para monitorear las actividades de tus clientes y centralizar tu el soporte que das día-a-día.

CRM ENFOCADOS EN LA COLABORACIÓN

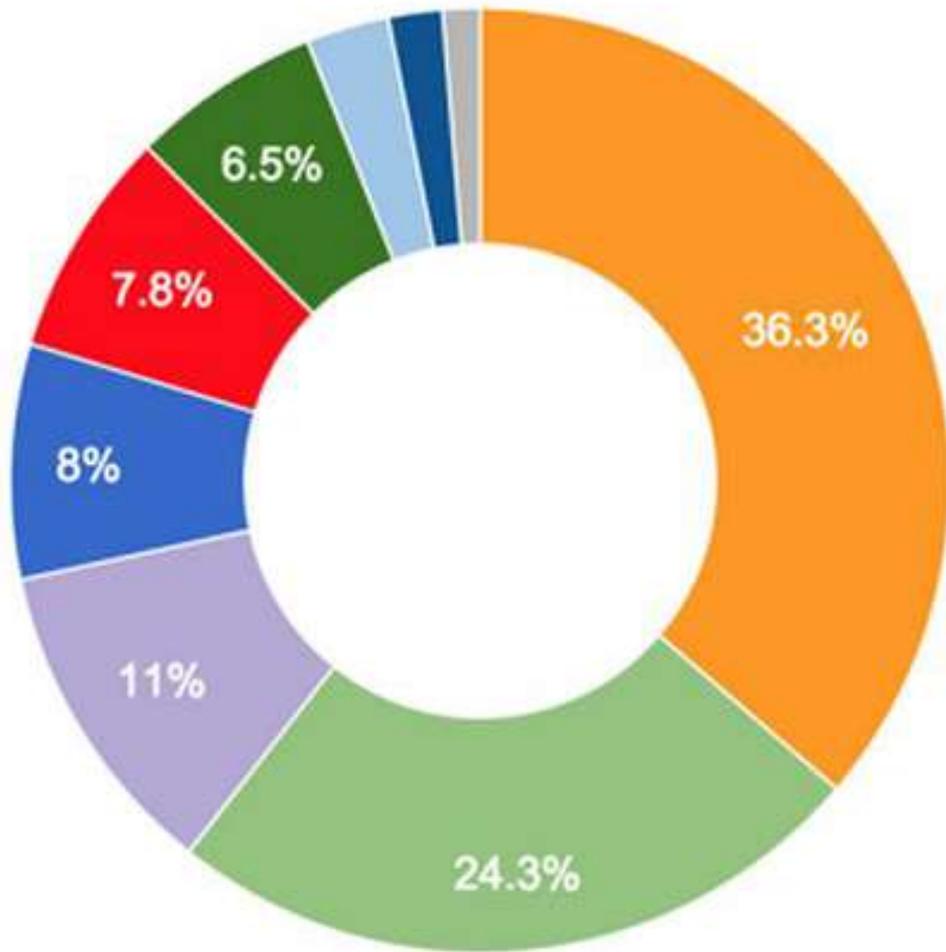
Un CRM colaborativo integra data no solo de tus cliente pero de todos los stakeholders dentro de tus ventas. Estos se enfocan mucho en centralizar la comunicación entre todos los actores de tu negocio.

CRM ENFOCADO EN LA ANALITICA

Un CRM analitico colecta y centraliza toda la información de tus clientes. Este tipo de CRM se integra con muchas herramientas internas y externas (SMS, email, redes sociales, bases de datos, etc.) para poder analizar.

Herramientas *para automatizar*





- Hubspot
- Infusionsoft
- Marketo
- Pardot
- Eloqua
- Act-On
- Silverpop
- Ontraport
- Sharpspring

UTM's

Urchin Traffic Monitor, lo que traducido quiere decir Monitorización de tráfico de Urchin, que es la herramienta de analítica que compró Google para construir Analytics. Es una manera de medir y calcular de dónde viene el tráfico que es complicado de medir de otras maneras. **Estos parámetros permiten analizar la efectividad de las campañas de marketing de manera transversal a las fuentes o los medios desde donde acceden.**

ALGUNOS TIPOS DE CÓDIGOS UTM

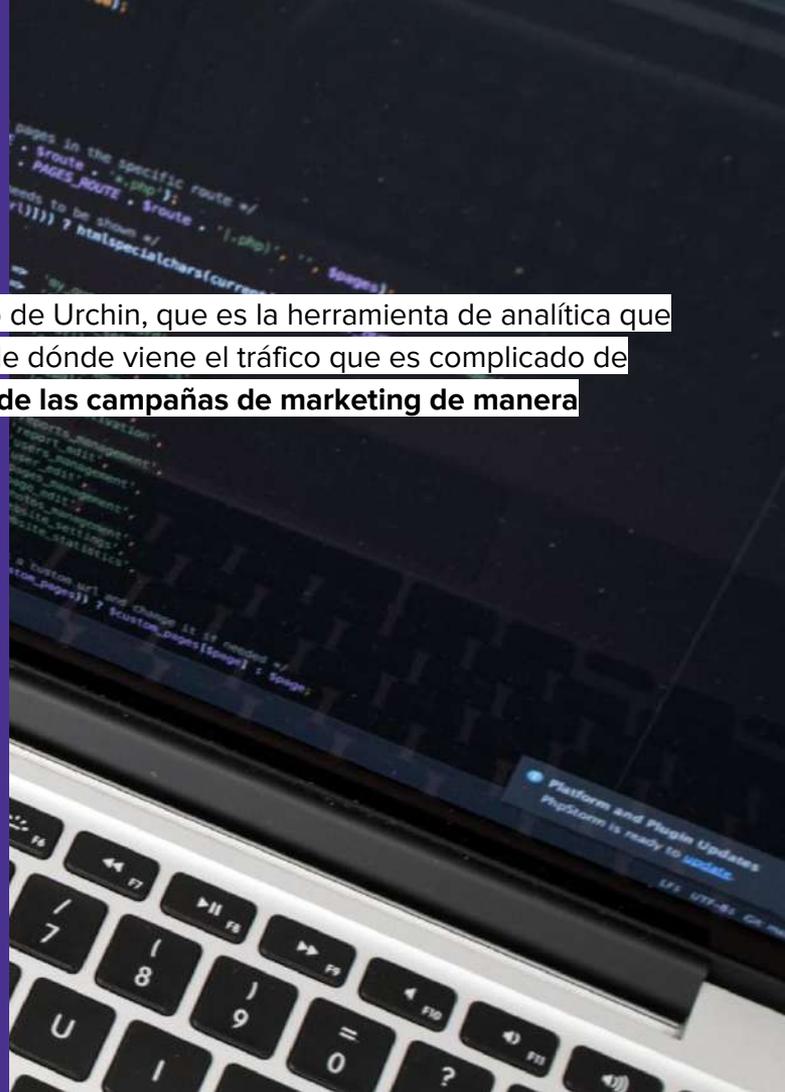
utm_source

utm_campaign

utm_medium

utm_term

utm_content



3 funciones claves de los UTM'S

1. Rastrear todo sobre tus visitas.
2. Saber concretamente de dónde provienen las visitas y qué acciones les han llevado hasta la página web o tu landing page.
3. Optimizar la inversión en campañas de marketing.

<https://mkt.cristiansanchez.net>

https://mkt.cristiansanchez.net?utm_source=facebook&utm_campaign=bt7&utm_medium=fanpage

https://mkt.cristiansanchez.net?utm_source=google&utm_campaign=bt7&utm_medium=search

https://mkt.cristiansanchez.net?utm_source=website&utm_campaign=bt7&utm_medium=post

A large, modern airport terminal with a high ceiling and a massive glass facade. A large commercial airplane is suspended from the ceiling, serving as a centerpiece. The sun is low in the sky, creating a warm, golden glow and silhouetting the people moving through the terminal. The floor is highly reflective, mirroring the light and the figures of the travelers. The overall atmosphere is one of a busy, well-lit transit hub.

**Mide mejor
a través de tus
diferentes canales**

Empresa de Turismo

Problema

Demasiado presupuesto, poca conversión

Solución

Integración del CRM

Integración a Email Marketing

Activación

Automatización de campañas

Múltiples canales de promoción

Futuro

Análisis de destinos turísticos por cliente



A diverse group of young people, including a woman with large curly hair in the foreground, are smiling and looking towards the camera. They are outdoors in a bright, sunny setting. The text is overlaid on the bottom left of the image.

**Identifica
y activa a los
clientes correctos**

Inmobiliaria en C.A.

Problema

Demasiados leads por vendedor

Solución

Lead scoring - probabilidades
Equipo de ventas + marketing digital

Activación

Automatización de campañas
Landing Pages personalizadas

Futuro

Customer Journey
Automatización públicos personalizados





**Ejemplo de
automatización de
MKT Digital**

<https://mkt.cristiansanchez.net>

CRISTIANSÁNCHEZ/>



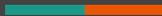
¿Quieres aprender a dominar el **Marketing Automation** de una vez por todas pero no sabes por dónde empezar?

En este blog sobre marketing automation aprenderás de 0 a 100 todo lo que necesitas para crear y gestionar automatizaciones en tus campañas de marketing digital.

Además, mantente al tanto de mis publicaciones, estaré compartiendo de manera más amplia contenido relacionado a lead scoring, lead nurturing, herramientas de automatización y trucos que puedes implementar en tus campañas de marketing

¿Quieres más ventas?

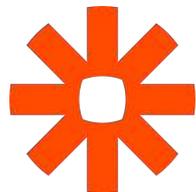
SUSCRIBIRME

A horizontal bar with a teal segment on the left and an orange segment on the right, positioned above the text.

AHORA PIENSA

¿Cuánto dinero y tiempo podrías
ganar, si implementas herramientas de
“marketing automation”?

Algunas herramientas



Drip



HubSpot

Instapage



Leadpages®

Gracias!

Cristian Sánchez

csanchez@witlab.co

+502 52907781