



Alumni

Introducción al Inbound Marketing

alumni.uoc.edu

Del Marketing Centric al Customer Centric

¿Por qué Inbound?

¿Qué es el Inbound Marketing?

¿Cómo funciona?

Herramientas y Tecnología

01

¿Por qué Inbound?

01

¿Por qué Inbound?

1:

El marketing ha evolucionado más en los últimos 10 años que en los 50 anteriores.

[Cambios sociales]

↓

[Cambios tecnológicos]

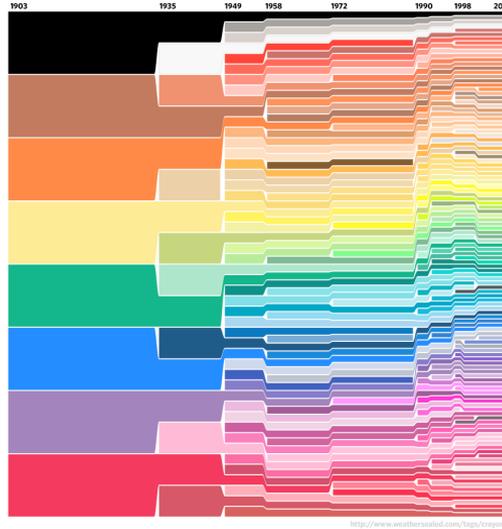


1:

1er cambio: demanda y necesidades

1er cambio: demanda y necesidades

8 COLORES
EN 1903



120 COLORES
EN 2015

Nº de colores de una caja "crayon" desde 1903 a 2015.

1903

1935

1949

1958

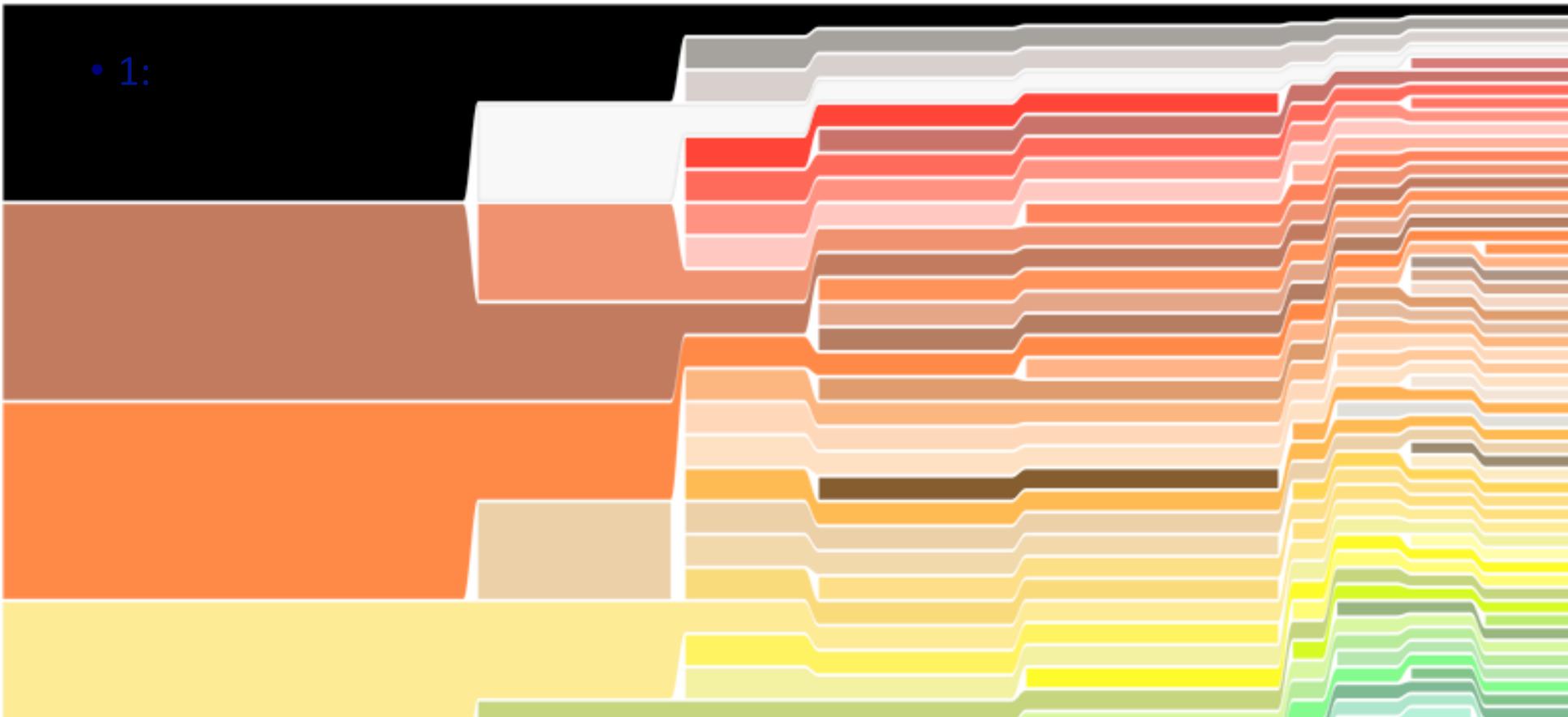
1972

1990

1998

2010

• 1:





CREATIVE



TEAMWORK



CRITICAL
THINKING



GLOBAL





CREATIVE



TEAMWORK

CRITICAL
THINKING



GLOBAL





CREATIVE



TEAMWORK



CRITICAL
THINKING



GLOBAL



2º cambio: tecnología



Motorola DynaTAC
1984



iPhone 3
2007



Apple Watch
2015



El primer móvil de la historia. El Motorola DynaTAC 8000x, salió al mercado el 6 de marzo de 1983 / WIKIPEDIA

1:

2º cambio: tecnología



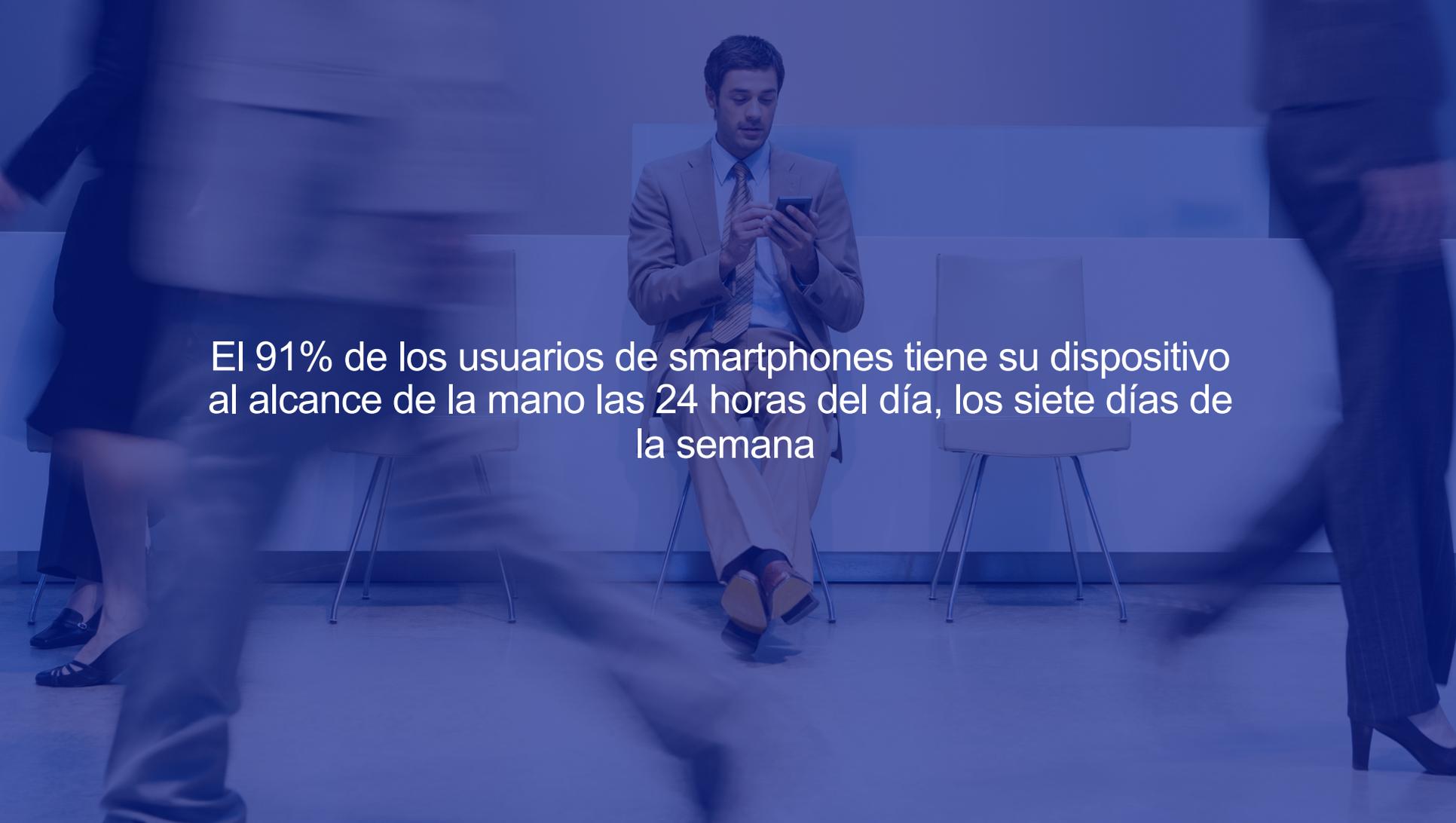
Motorola DynaTAC
1984



iPhone 3
2007



Apple Watch
2015



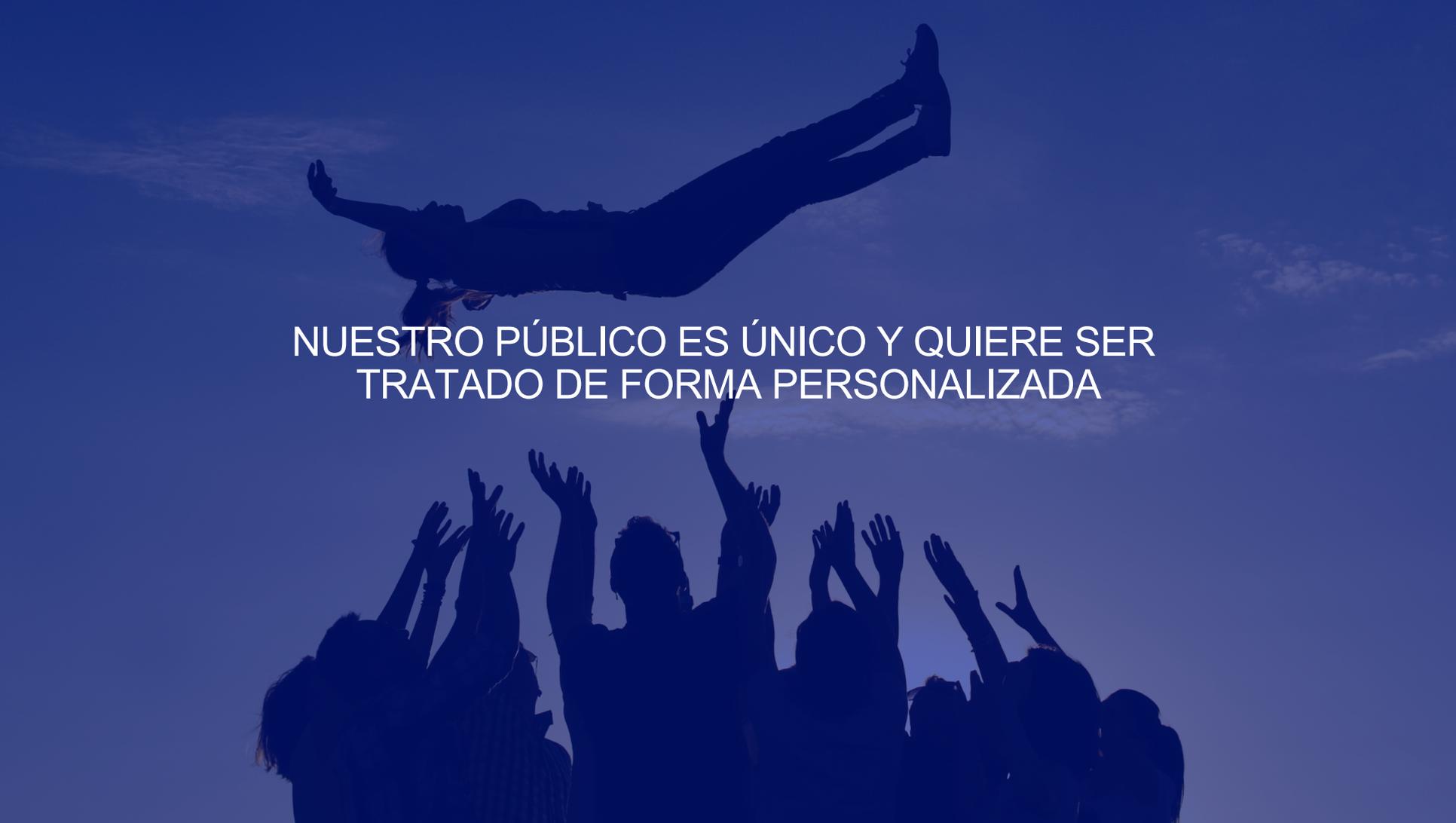
El 91% de los usuarios de smartphones tiene su dispositivo al alcance de la mano las 24 horas del día, los siete días de la semana



SOMOS TESTIGOS DEL RÁPIDO CRECIMIENTO DE
LAS EXPERIENCIAS WEB PERSONALIZADAS Y DE
LA IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE
MÁRKETING MULTICANAL



SOMOS TESTIGOS DEL RÁPIDO CRECIMIENTO DE
LAS EXPERIENCIAS WEB PERSONALIZADAS Y DE
LA IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE
MÁRKETING MULTICANAL

A silhouette of a person is captured mid-jump, floating horizontally in the upper half of the frame against a clear blue sky. Below them, the silhouettes of a crowd of people are visible, with many hands raised in the air, suggesting a celebratory or energetic atmosphere. The overall scene is captured in a low-angle shot, emphasizing the height of the jump and the collective energy of the group.

NUESTRO PÚBLICO ES ÚNICO Y QUIERE SER
TRATADO DE FORMA PERSONALIZADA

- ▶ En la era digital **es más importante gestionar clientes** que gestionar productos.
- ▶ En el marketing tradicional se tiene como referencia la **cuota de mercado**. En el digital hablamos de **cuota de persona**.
- ▶ **En la era digital los mercados son más perfectos**. Comparar una oferta nos puede llevar tan solo el tiempo de hacer click en Google
- ▶ En la era digital **se reducen las asimetrías de la información**

“LA INFORMACIÓN ASIMÉTRICA EXISTE PORQUE EL VENDEDOR DE UN PRODUCTO CONOCE MÁS Y MEJOR EL PRODUCTO QUE QUIERE VENDER QUE EL COMPRADOR”

“LA INFORMACIÓN ASIMÉTRICA EXISTE PORQUE EL VENDEDOR DE UN PRODUCTO CONOCE MÁS Y MEJOR EL PRODUCTO QUE QUIERE VENDER QUE EL COMPRADOR”

“LA INFORMACIÓN ASIMÉTRICA EXISTE PORQUE EL VENDEDOR DE UN PRODUCTO CONOCE MÁS Y MEJOR EL PRODUCTO QUE QUIERE VENDER QUE EL COMPRADOR”

EL PROCESO DE COMPRA HA CAMBIADO



57% Del ciclo de venta se ha **completado** antes que un prospecto haya alcanzado un vendedor.

“

Dig Your
Well before
You're
Thirsty

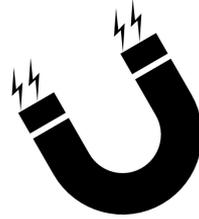
”

Seth Godin

Author, Permission-Based Marketing, Tribes,
All Marketers Are Liars

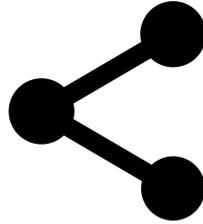
Actúa antes de que sea
demasiado tarde

ATRAER MEJOR QUE PERSEGUIR



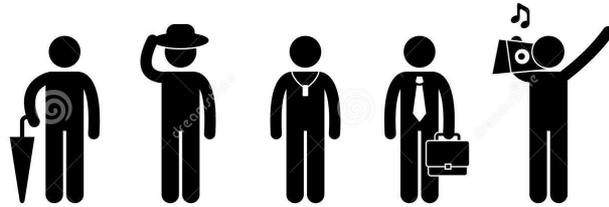
**ATRAER MEDIANTE
LA EXPERIENCIA DE MARCA**

ESCUCHAR, INTERACTUAR, RECOMENDAR, TRANSMITIR



INVERTIR EN
contextuaLizaClón

SOLUCIONAR LAS NECESIDADES DE NUESTRO PÚBLICO



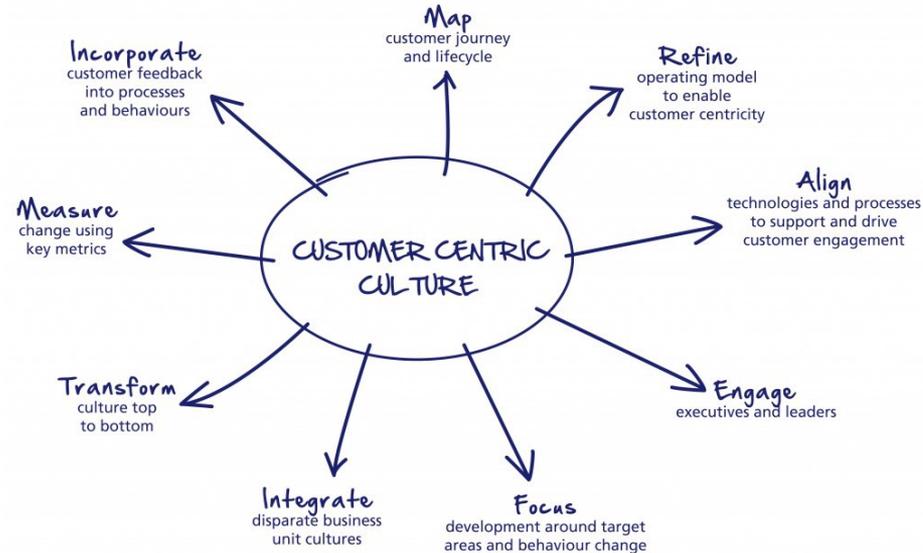
CONOCER PARA GENERAR ENGAGEMENT

LOS CONTENIDOS PAGAN DIVIDENDOS



INVERTIR EN CONTENIDO DE VALOR

EL CLIENTE ES, Y SERÁ, LA MARCA



DEL “MARKETER CENTRIC” AL “CUSTOMER CENTRIC”

02

¿Qué es el Inbound Marketing?



Inbound Marketing ↔ **Outbound Marketing**

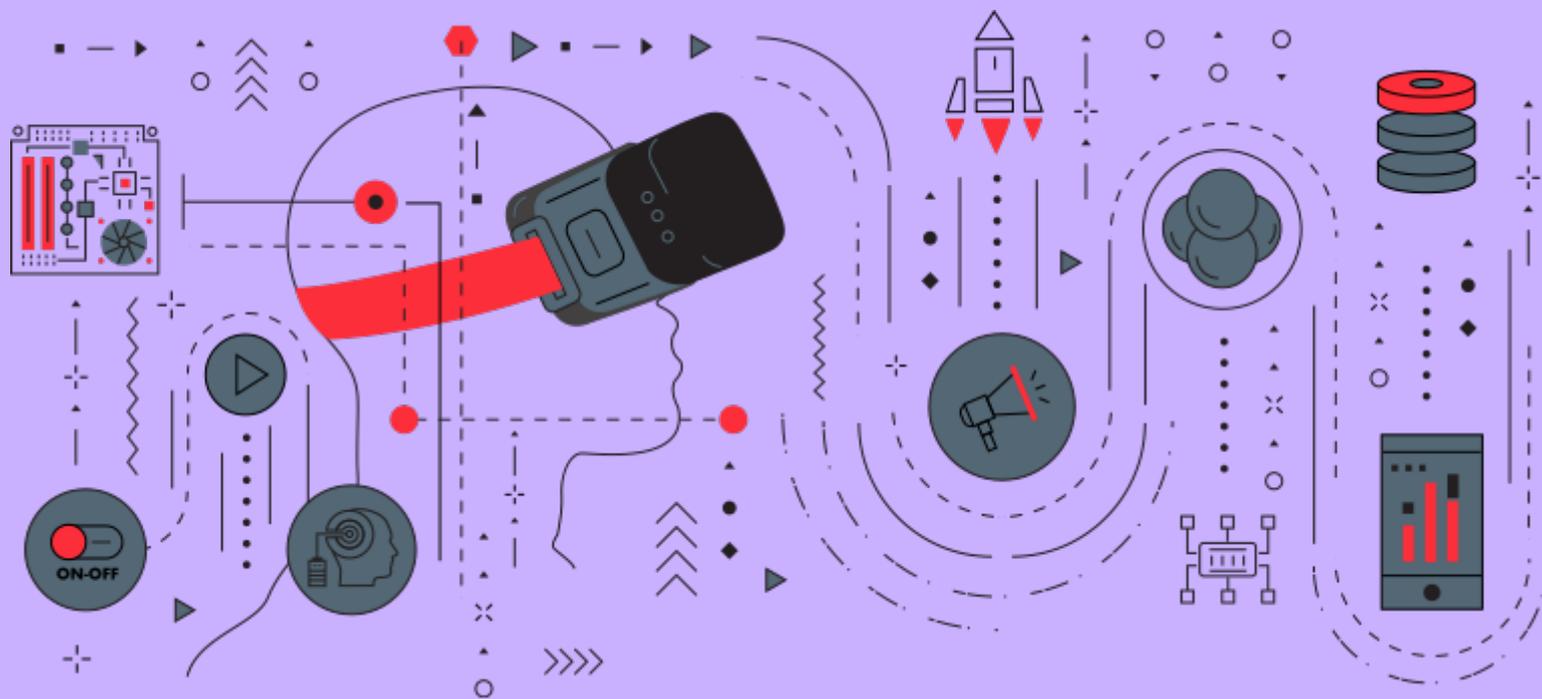
Inbound Marketing

- ▶ El Inbound Marketing se encarga de aportar contenido de valor al usuario.
- ▶ Consigue llamar su atención fomentando una relación duradera con él. Se trata de un trabajo a largo plazo en el que la creatividad y el talento son los protagonistas para generar resultados a bajo coste. Busca una comunicación bidireccional en la que el usuario participa, y los contenidos se centran en lo que él busca.
- ▶ Esto es lo que llamamos marketing de atracción.

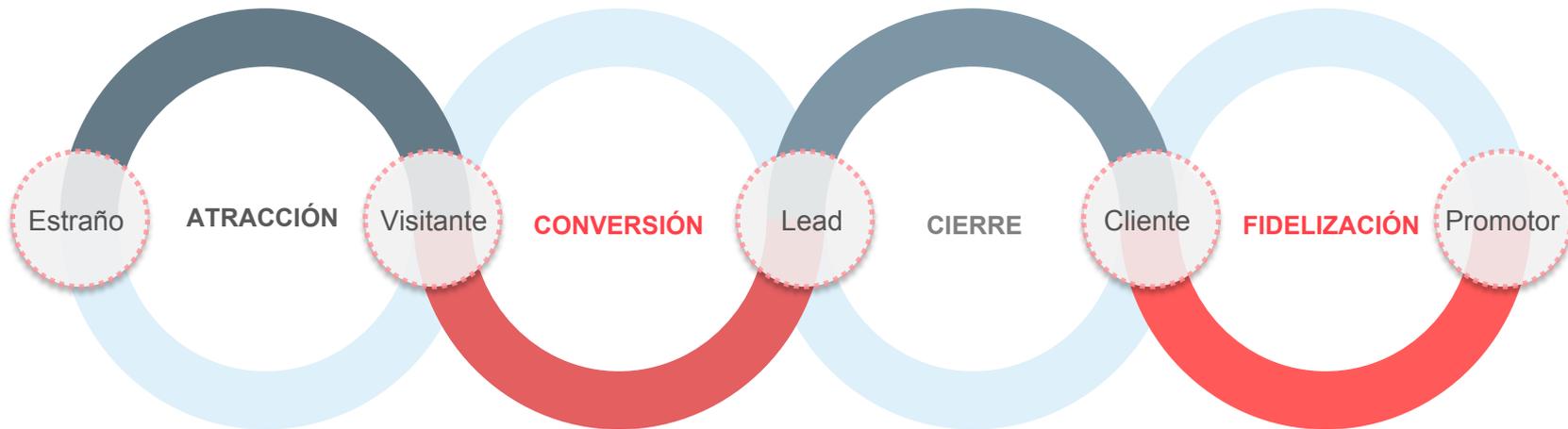
Outbound Marketing

- ▶ El Outbound Marketing, sin embargo, es todo lo contrario. Se basa en conseguir la atención del usuario contratando publicidad para tratar de llevar al usuario a un sitio.
- ▶ La atracción de los clientes supone un alto coste, ya que se basa en la inversión de presupuesto a través de la inserción de anuncios que descentran al usuario de su campo de interés para atraerlo al suyo propio. Simplemente busca satisfacer sus propias necesidades dejando al usuario en un segundo plano.
- ▶ Es lo que llamamos marketing de interrupción.

IMAGÍNA TE POSICIONAR TU MARCA
CONDUCIENDO A TU PÚBLICO IDEAL
CON LA MÁXIMA PRECISIÓN



METODOLOGIA HOLÍSTICA, BASADA EN DATA-DRIVEN MARKETING



- Keyword y SEO
- Blogging
- Social Media

- Landing Page
- Formularios
- Llamadas a la acción

- CRM
- E-mails
- Workflows

- Smart Content
- Encuestas
- Social Monitoring

Awareness

Investigación

Decisión

Acción

OPORTUNIDAD



CLIENTE

Awareness

Investigación

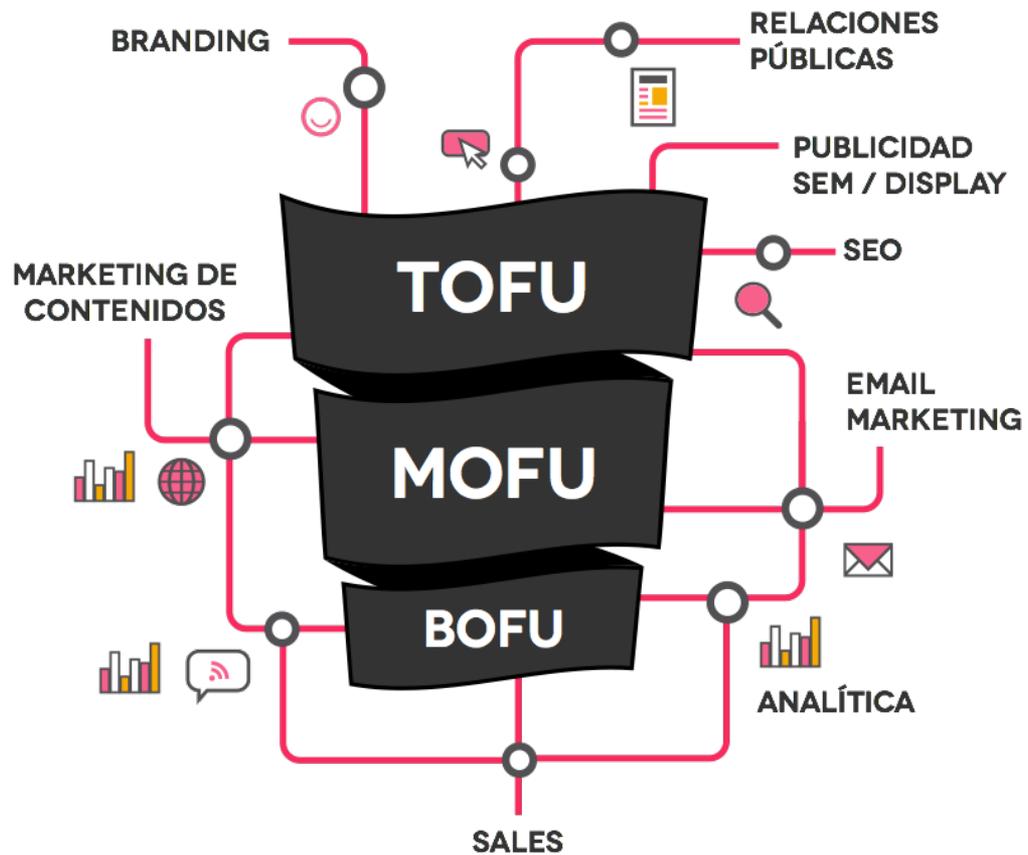
Decisión

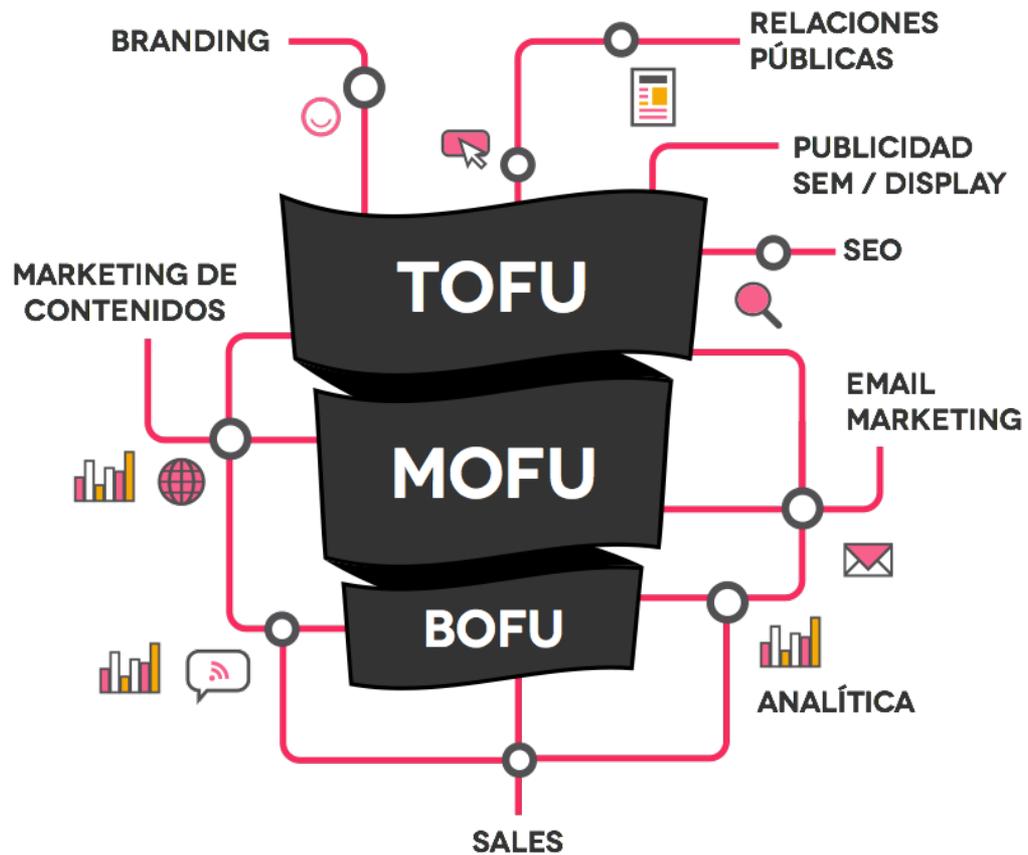
Acción

OPORTUNIDAD



CLIENTE





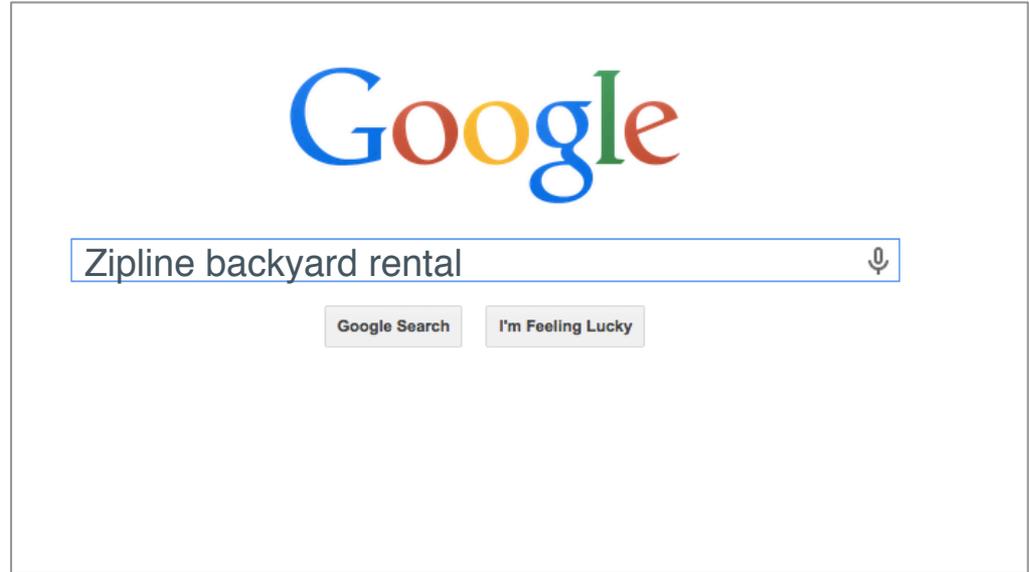
02

¿Cómo funciona?

EJEMPLO: CÓMO FUNCIONA EL INBOUND



Your kid is having a birthday party and wants a zip line in the backyard. What do you do?



You Google it.

BÚSQUEDA ONLINE

Google search results for "zipline backyard rental". The search bar shows the query and a magnifying glass icon. Below the search bar are navigation tabs for Web, Shopping, Maps, Images, Videos, and More. The results show approximately 151,000 results in 0.42 seconds. Several search results are listed, including "Zip Line Equipment - backyardziplines.com", "Backyard Zip Line Kits - Bring adventure to your backyard", "Mobile Zip Line - Backyard Bounce", "Backyard Inflatables - Home - Backyard Inflatables", "Zip line - Backyard Inflatables", "Zip Line Rental - Extremely Fun Party Rentals", and "Home of Backyard Zip Line Kits, Zip Line Trolleys, Zip Line ...". An orange arrow points from the search results to the right.

The ZiplineGear website's blog page. The header features the ZiplineGear logo, a navigation menu with "ZIP LINE KITS", "GEAR", "HARDWARE", and "BRANDS", and a search bar. A red banner at the top right says "\$19.95 FLAT RATE SHIPPING!". The main content area has a large "BLOG" title and a "Live Chat" button. Below the title are two blog posts, each enclosed in a green box. The first post is "Top 5 Zip Line Trolleys" and the second is "Why Galvanized Aircraft Cable?". An orange arrow points from the search results to the first blog post.

Top 5 Zip Line Trolleys

POSTED: 01/10/13 AUTHOR: AARON ROPER

We pride ourselves in knowing and selling the best products on the market for backyard AND commercial zip lines. These are the best products we can find, listed from 1 to 5. See if your favorite trolley made the list! QuickSilver Cable Trolley - On this list w...

READ >

Why Galvanized Aircraft Cable?

POSTED: 06/07/12 AUTHOR: AARON ROPER

Here at ZipLineGear.com we are constantly bombarded with questions regarding zip lines (and we have no idea why, it’s not like we are EXPERTS or anything. Gah!). These questions range from installation tips and tricks to the materials we use in our k...

READ >

OPCIONES EN ABUNDANCIA!



TU LLAMAS A LA
COMPAÑÍA
PARA HABLAR
CON UN
VENDEDOR



ZIP LINE GEAR Classic Zip Line Kits

Explore our signature line of no-fills, heavy-duty backyard kits. Accommodate multiple riders with our combo packs.

For distances up to 500-feet.



CHETCO ZIP LINE KIT
\$249.95



CHETCO ZIP LINE COMBO KIT
\$324.95



ROGUE ZIP LINE COMBO KIT
\$319.95

SLEADD Elite Zip Line Kits

Experience the quintessence of zip line innovation. Top-of-the-line quality is ensured with a 10-year warranty. SLEADD technology claims the easiest install on the market. All tools included.

For distances up to 250-feet.



SLEADD PHOENIX ZIP LINE KIT
\$499.95



SLEADD TAURUS ZIP LINE KIT
\$739.95

FUN RIDE Toy Grade Zip Line Kits

Included plastic trolley will bring colorful fun to your backyard; great for small children.

For distances up to 90-feet.



FUN RIDE ZIP LINE KIT
\$59.95



FUN RIDE DELUXE ZIP LINE KIT
\$109.95



FUN RIDE SUPER Z ZIP LINE KIT
\$164.95

ESTE ES PERFECTO!!!



FUN RIDE DELUXE ZIP LINE KIT

Children's 70' Toy Grade Zip Line Kit

Qty

Price \$109.95

[ADD TO CART](#)



Tweet



Share



Pin



+1

Endless hours of fun await your child with the Fun Ride Deluxe Zip Line Kit! Instill strength and creativity in your youngsters as they experience the great outdoors.

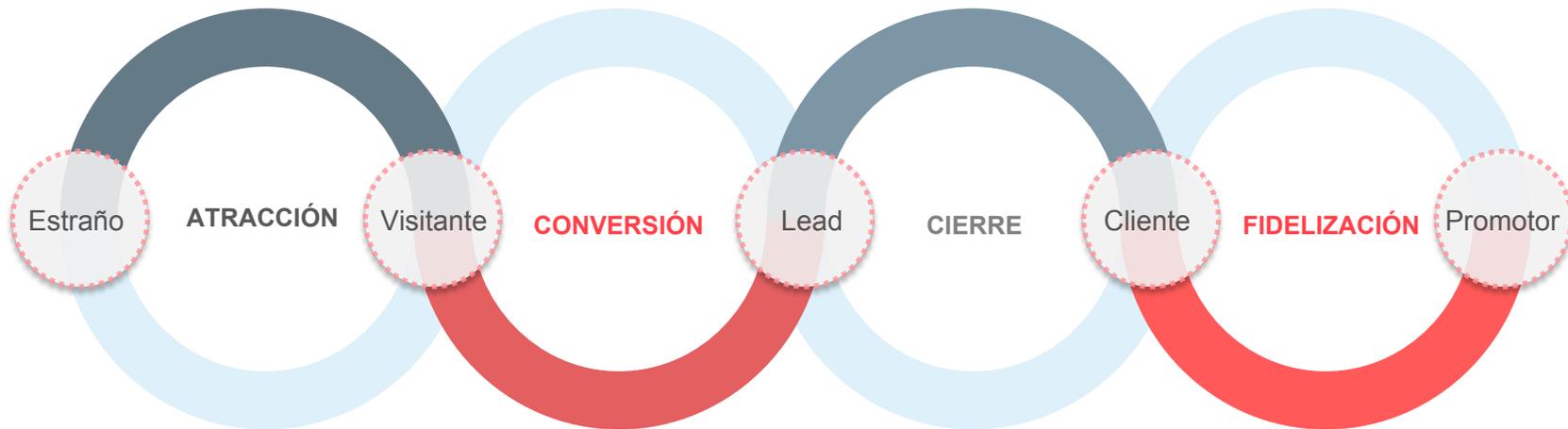
- Quick and easy setup
- Includes green plastic handlebar trolley
- 70' steel cable included
- Attaches between 2 trees or other supports
- Supports 225 lbs

BUY WITH CONFIDENCE

**ONE 100% SATISFACTION
YEAR GUARANTEE**

ESO ES EL INBOUND MARKETING
LA ÚNICA METODOLOGÍA DE MARKETING
CAPAZ DE CUBRIR PERFECTAMENTE
TODO EL CICLO DE COMPRA

METODOLOGIA HOLÍSTICA, BASADA EN DATA-DRIVEN MARKETING



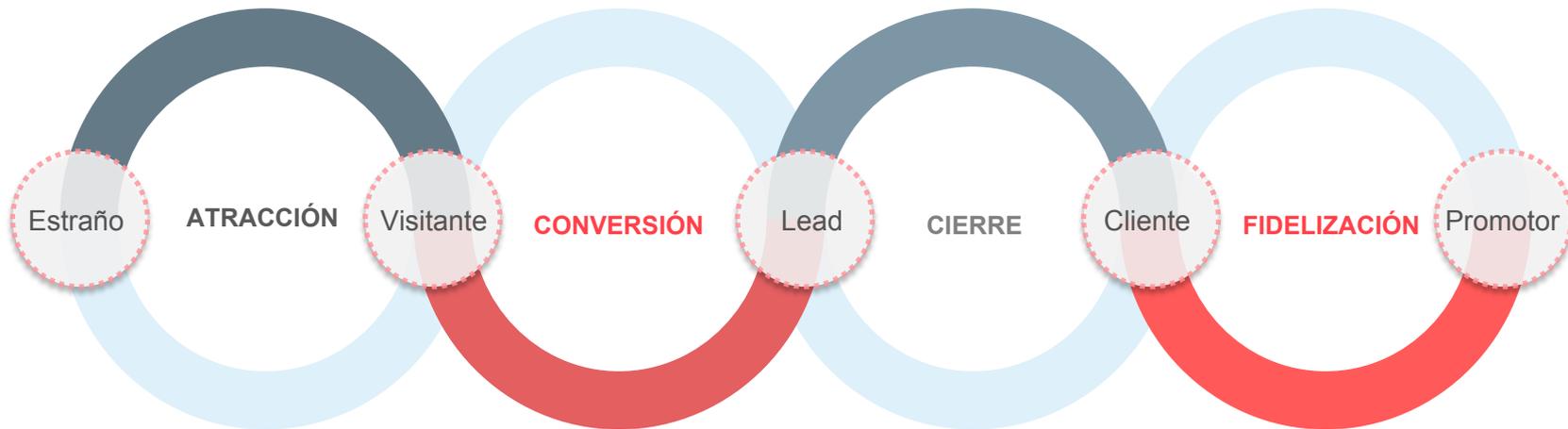
- Keyword y SEO
- Blogging
- Social Media

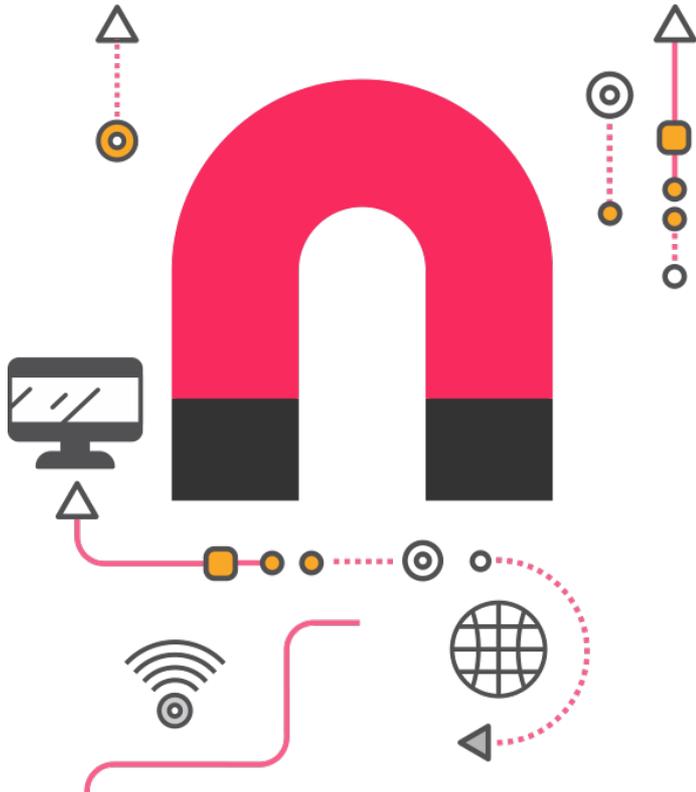
- Landing Page
- Formularios
- Llamadas a la acción

- CRM
- E-mails
- Workflous

- Smart Content
- Encuestas
- Social Monitoring

METODOLOGIA HOLÍSTICA, BASADA EN DATA-DRIVEN MARKETING



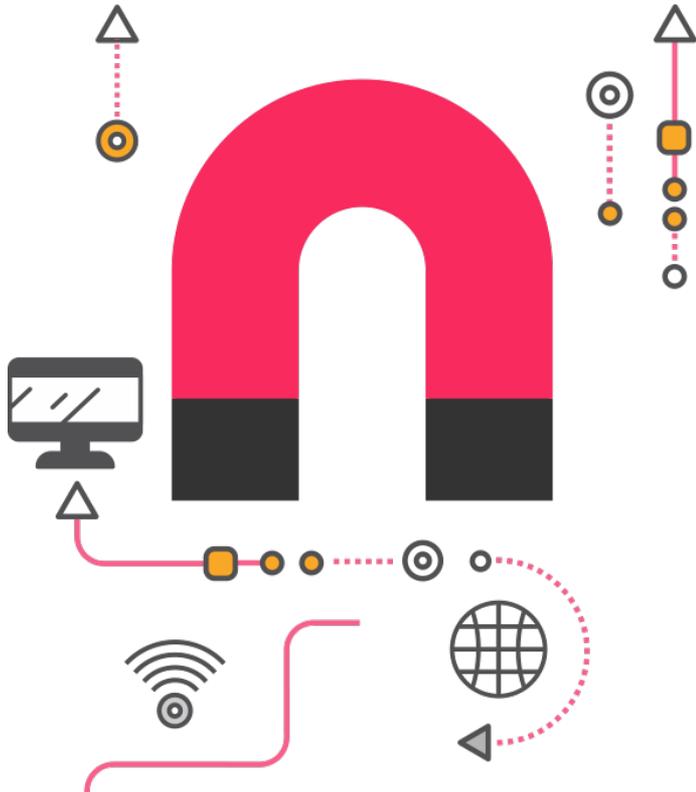


ATRACCIÓN DE TRÁFICO:

La primera fase consiste en captar la mayor cantidad de visitantes en nuestras páginas web mediante **contenido de alto valor** para él.

Es imprescindible **tener un blog** y hacer marketing de contenidos de alta calidad.

- SEO
- Social Media Marketing
- Relaciones públicas
- Publicidad
- SEM y otros formatos de publicidad online



ATRACCIÓN DE TRÁFICO:

La primera fase consiste en captar la mayor cantidad de visitantes en nuestras páginas web mediante **contenido de alto valor** para él.

Es imprescindible **tener un blog** y hacer marketing de contenidos de alta calidad.

- SEO
- Social Media Marketing
- Relaciones públicas
- Publicidad
- SEM y otros formatos de publicidad online

¿Cómo ha de ser el contenido que creemos?

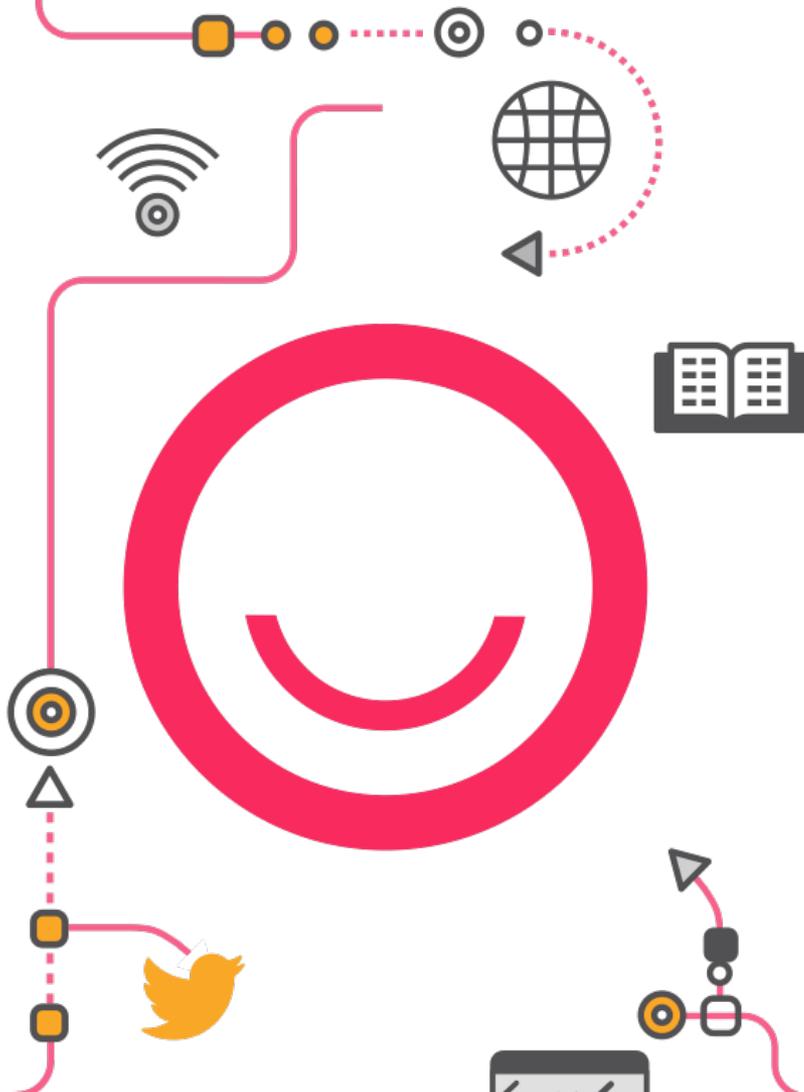


Específico

Personalizado

Multicanal

Oportuno

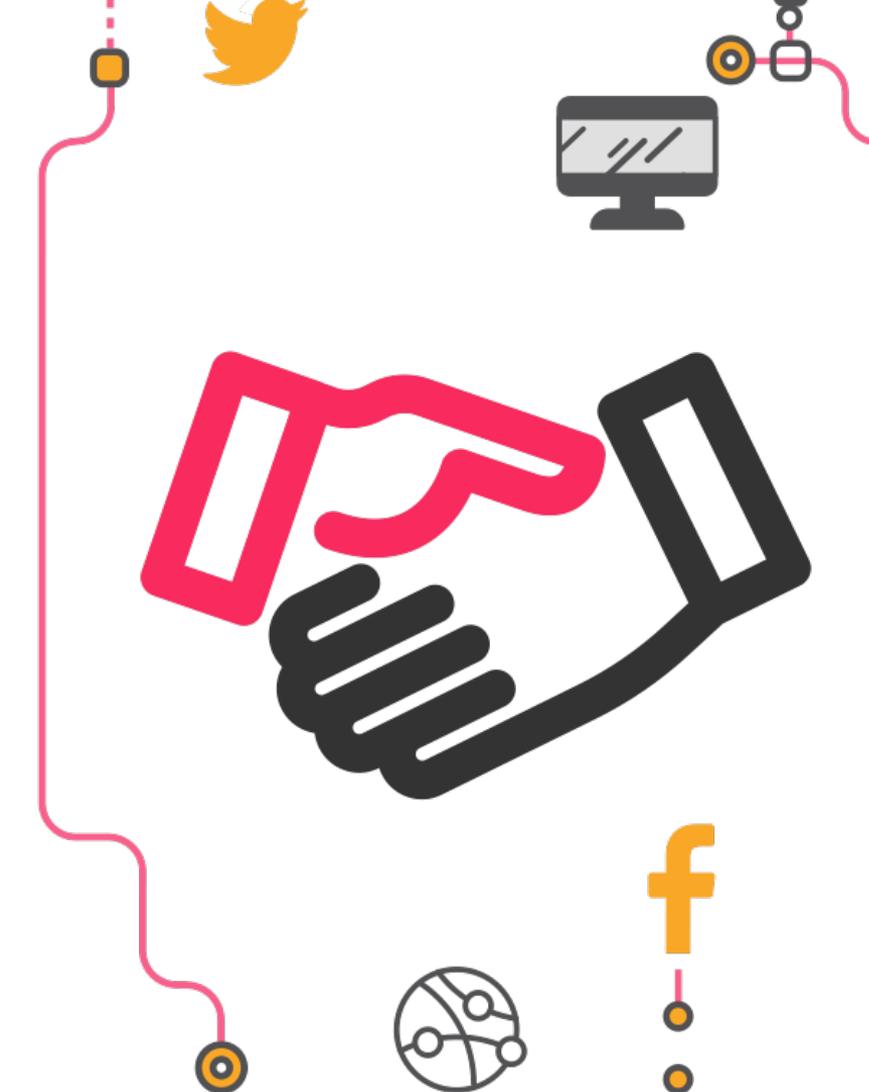


CONVERSIÓN:

Las personas que llegan al sitio web lo hacen en busca de un contenido relacionado con una temática que les sirve para solucionar una problemática concreta.

Creamos ofertas, relacionadas con esos intereses, que son la herramienta que utilizamos para conseguir información.

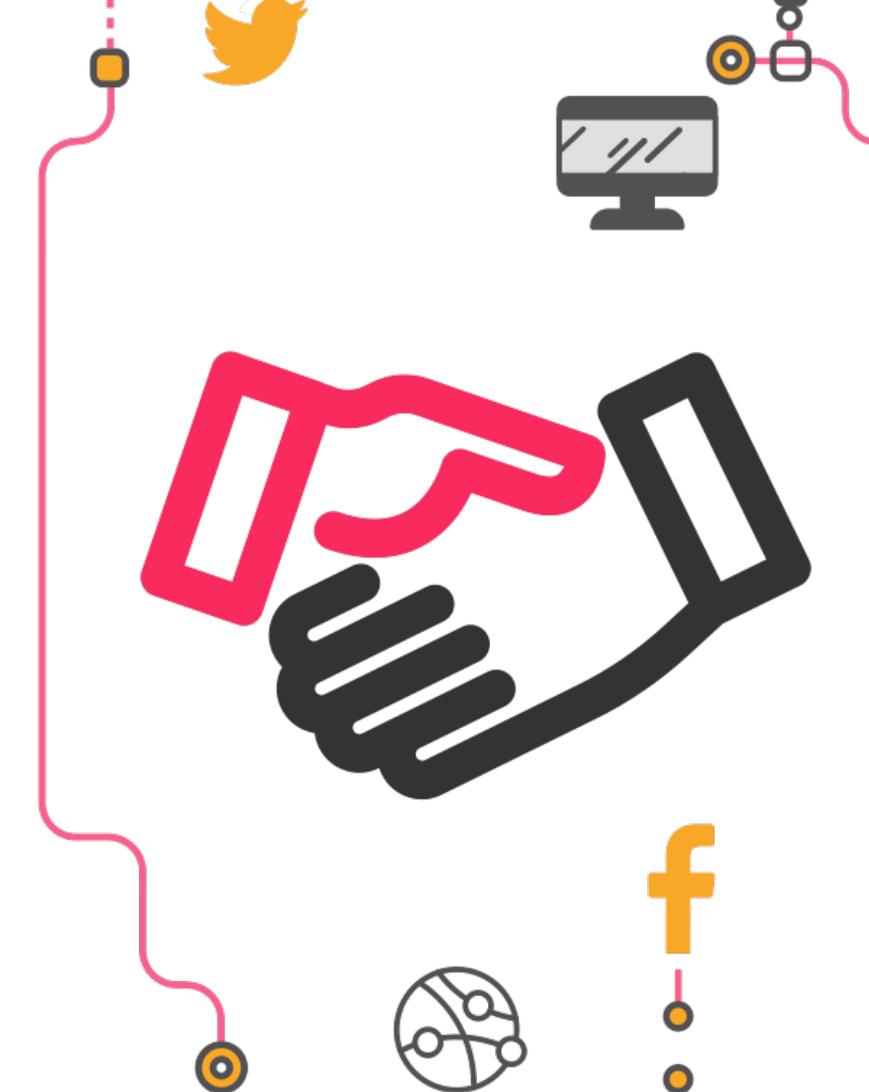
- CTA's
- Landing Page
- Formularios
- Contactos
- Test A/B



CUALIFICACIÓN Y CIERRE:

La automatización del marketing es un concepto muy amplio y relativamente novedoso en nuestro país, aunque con bastante trayectoria en otros países como Estados Unidos.

- Lead scoring**
- Lead nurturing**
- Automatización**
- Reportes Circulares**



CUALIFICACIÓN Y CIERRE:

La automatización del marketing es un concepto muy amplio y relativamente novedoso en nuestro país, aunque con bastante trayectoria en otros países como Estados Unidos.

Lead scoring: El lead scoring es una metodología que permite crear reglas automáticas que otorgan una puntuación sobre el nivel de cualificación de cada contacto para determinar el momento adecuado para convertirlo en cliente.

Lead nurturing: El lead nurturing sirve para trabajar con aquellos contactos que están poco cualificados, es decir, los que han resultado con una puntuación menor. La estrategia consiste en ayudarles y acompañarles en el ciclo de compra.



ANALÍTICA MULTICANAL:

Cuando arranca una campaña de Inbound Marketing, normalmente se trata de una campaña transversal, en la que intervienen varias técnicas. Cada una de ellas produce su conjunto de datos.

Cualquier proyecto de Inbound está sujeto a unos resultados marcados desde el inicio. El objetivo es conseguir esos resultados. Estos resultados será lo que determine el nivel de análisis de una campaña y en qué proporción habrá que optimizarla y mejorarla, de modo que el proyecto terminará cuando la empresa los haya logrado.

02

¿Por qué Inbound Marketing?

“ SI TIENES MÁS DINERO
QUE CEREBRO, USA
OUTBOUND MARKETING.
SI TIENES MÁS CEREBRO
QUE DINERO, INVIERTE EN
INBOUND MARKETING. ”

Guy Kawasaki

Entrepreneur, angel investor, former Chief Evangelist of Apple, Chief Evangelist of Canva, and co-founder of ALLTOP.com

Author, The Art of the Start, Enchantment, Reality Check

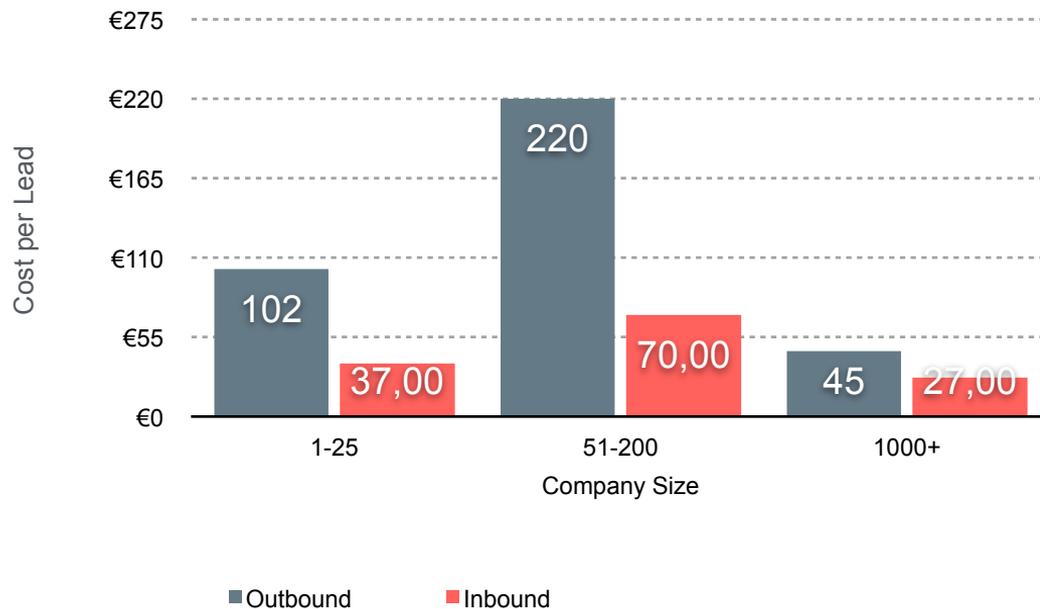
EL INBOUND TRATA DE:

- 1. Crear y distribuir contenido que resuelve necesidades de prospectos y clientes.**
- 2. Transforma extraños a promotores usando Lifecycle Marketing.**
- 3. Personaliza contenido en función de las preferencias y necesidades de las personas que lo están viendo.**
- 4. Comunicación multi-canal para acercarse a las personas allá donde se encuentran.**
- 5. Integrando la creación y publicación de contenido con todas las campañas y analizándolas con visión global**

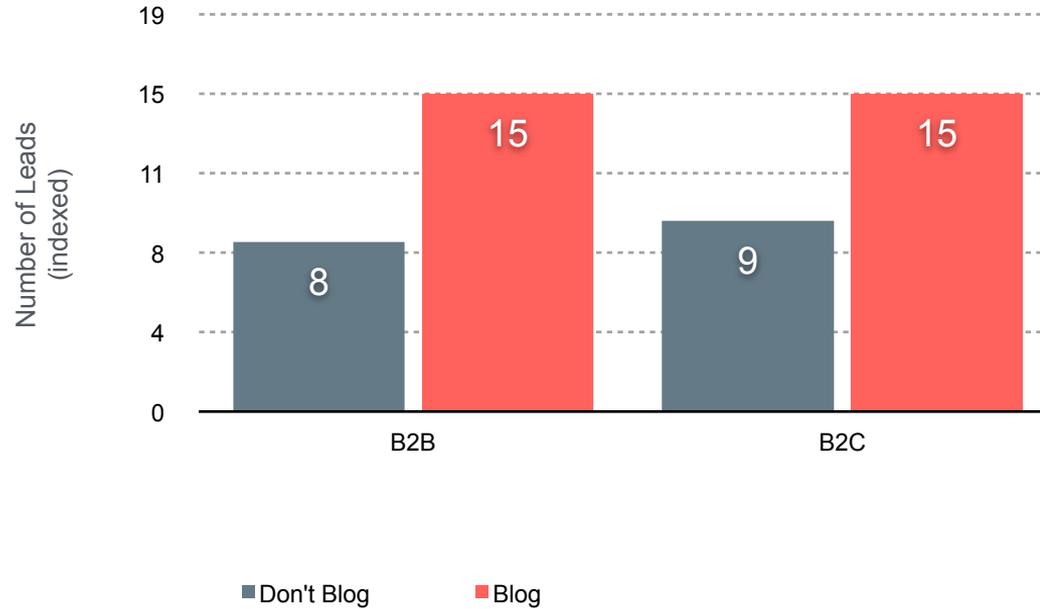
EL INBOUND MARKETING PROPORCIONA A LAS EMPRESAS CINCO ACTIVOS QUE GENERAN MAYOR VALOR.

- 1. Reputación y Posicionamiento**
- 2. Captación**
- 3. Contextualización**
- 4. Automatización**
- 5. Cualificación**

EL COSTE DEL INBOUND ES UN 40% MENOS QUE EL MARKETING TRADICIONAL EN LA CAPTACIÓN DE LEADS



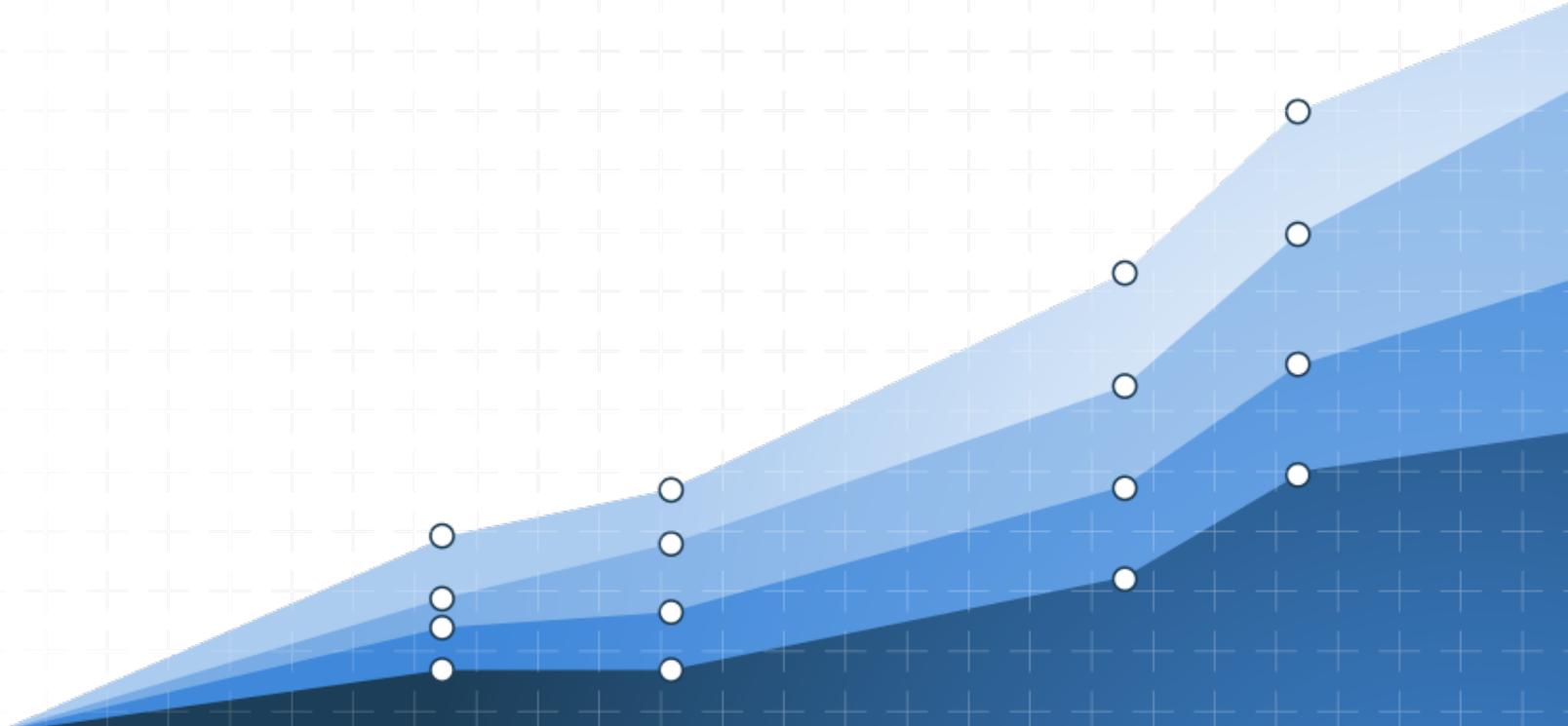
LAS COMPAÑÍAS QUE TIENEN BLOG GENERAN MÁS LEADS MENSUALES



OBJETIVOS DE UNA ESTRATEGIA INBOUND

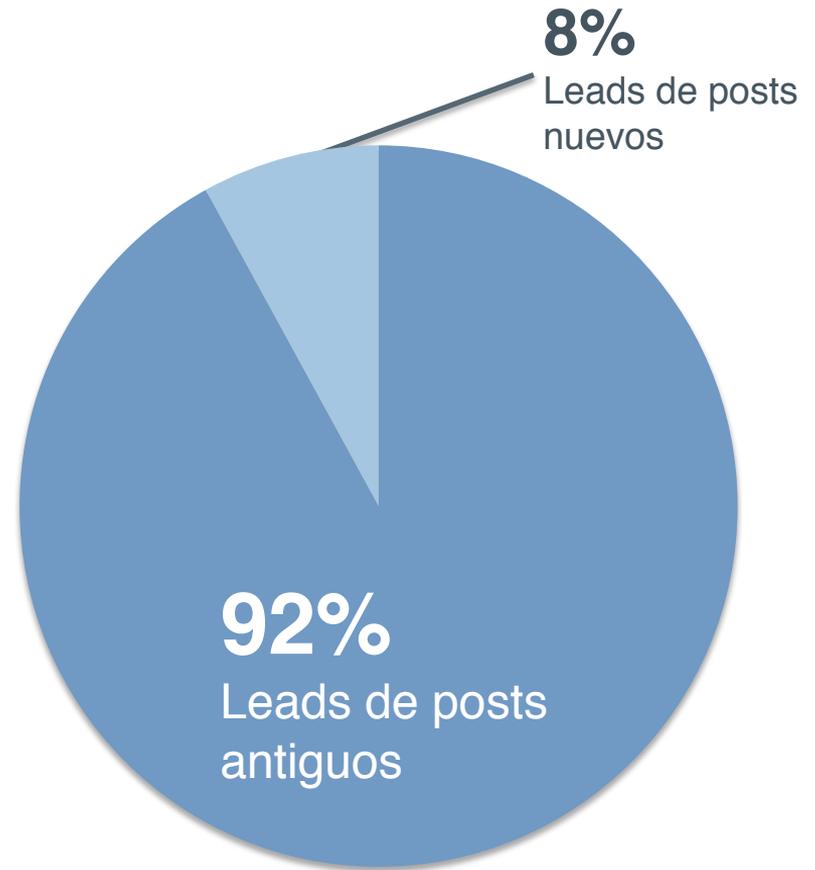
- POSICIONAR Y GENERAR REPUTACIÓN
- ATRAER AL PÚBLICO ADECUADO
- REDUCIR EL “CAC”
- GENERACIÓN DE LEADS
- CUALIFICAR DE FORMA INTELIGENTE
- CREAR ACTIVOS DE FORMA EXPONENCIAL
- MEJORAR LA CONVERSIÓN A CLIENTE
- MEJORAR LA EFICIENCIA DE LA INVERSIÓN
- AUMENTAR EL ROI
- FIDELIZAR Y ENAMORAR

INBOUND MARKETING CREA ACTIVOS A LARGO PLAZO GENERANDO BENEFICIOS



Los activos de marketing pagan dividendos

+90% de leads de HubSpot mensuales provienen de "Contenido viejo"



02

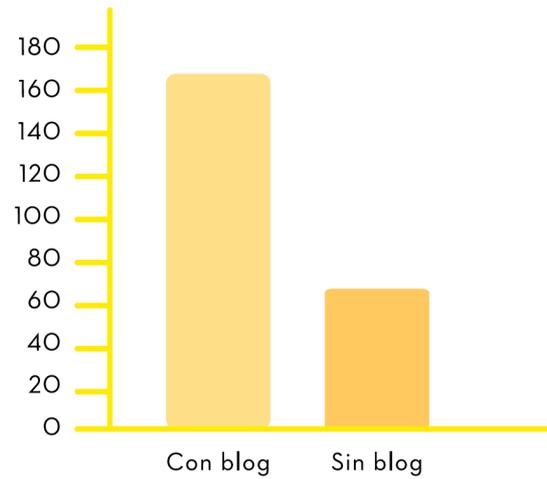
Herramientas y Tecnología



Trabajo depurado
en constante
movimiento

Blogs:

Generan un 55% más de visitantes, 97% más de links, 434% más de páginas indexadas.



263,920,102

2004

ORKUT.COM
67,000,000

DRAUGIEM.LV
2,543,182

FLICKR.COM
32,000,000

FACEBOOK.COM
300,000,000

MULTIPLY.COM
10,000,000

VIIDEO.COM
8,000,000

HYVES.NL
9,000,000

TAGGED.COM
70,000,000

HOME.LIVE.COM
120,000,000

IMEEM.COM
24,000,000

BUZZNET.COM



AGENCIA DE BRANDING
ESPECIALIZADA
EN INBOUND MARKETING

PROGRAMA TÁCTICO DE CRECIMIENTO PROGRESIVO

Consigue revolucionar tu marketing incrementando
el tráfico un 3500% en tan solo tres meses

ACCEDER AL PROGRAMA

UN SERVICIO TÁCTICO PARA MEJORA

tanto si se trata de tu estrategia general de
depurar alguna acción del plan. "El prog

hub.ipanemacomunicacion.com

AGENCIA DE BRANDING QUE HACE INBOUND MARKETING

IPANEMA[©]

f in +

TEST ONLINE GRATUITO

Evalúa la actual
estrategia digital de
tu empresa

Descubre si tu estrategia digital
está alineada con tus objetivos

La mayoría de empresas inician procesos de transformación digital sin la preparación necesaria y sin unos objetivos claros y bien definidos tanto a nivel de cifras como de tiempo. Saber escoger el rumbo más apropiado para nuestra empresa dependerá de muchos factores, que a menudo pasamos por alto y que pueden provocar un desorden e ineficacia desalentadora.

Para poder detectar posibles mejoras o caminos más convenientes para cada caso particular, hemos creado un test de evaluación que te permitirá tener, en menos de 15 minutos, una fotografía del punto exacto en el que se encuentra tu actual estrategia digital.

¿Qué recibes al finalizar el test?:

- Una idea clara de las necesidades más urgentes

Nombre*

Apellidos*

Email*

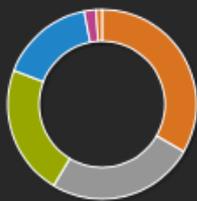
Teléfono*

Smart Content & Smart CTAs

1. No hay dos visitantes que sean exactamente iguales, por lo que con el fin de obtener el máximo provecho, el nuevo sitio Web debe ser capaz de ofrecer una experiencia que se personaliza cada vez que un usuario accede de nuevo a él.
2. Esto solo podemos hacerlo mediante nuestra herramienta de Contenido inteligente y CTAs inteligentes. En el momento que detectamos a nuestro usuario el sitio web cambiará automáticamente para mostrar contenido personalizado basado en los atributos únicos de los visitantes.
3. Podemos personalizar cada experiencia: ubicación, dispositivo, fase del ciclo de vida y mucho más.

Percepciones sobre el contenido inteligente

33,34% de tus contactos se identifican como Leads.



Categoría	Porcentaje
Lead	33.34%
Opportunity	25.26%
Customer	22.23%
Subscriber	16.17%
Marketing Q. Lead	2.03%
Other	1.02%

Según los datos de tus contactos, parece que 33,34% de tus contactos actualmente son Leads. Utiliza el contenido inteligente basado en la etapa del ciclo de vida para adaptar el contenido específicamente a ellos.

[Convertir en inteligente según el ciclo de vida](#)

[o ocultar percepciones](#)

◀ 1 2 ▶

Texto enriquecido

POTENCIAMOS,
MOTIVAMOS,
FIDELIZAMOS,
INCENTIVAMOS

¿JUGAMOS?

LEAD NURTURING
MARKETING DE
AUTOMATIZACIÓN

SABER MÁS

Email

Investigar el margen de tiempo de envío entre cada mail



HubSpot

eloqua

ORACLE®

Marketo®

Esto es todo, espero haber
podido aclarar mejor que
significa Inbound Marketing.

Gracias por vuestro tiempo.

Alumni

alumni.uoc.edu

 AlumniUOC

 @UOCalumni

UOC