

INBOUND MARKETING

El Inbound Marketing se basa en tres pilares fundamentales: SEO, el marketing de contenidos y el social media marketing. Estos tres pilares han de considerarse en la estrategia digital y aplicar tácticas integradas con el fin de mejorar los resultados de los objetivos marcados.

- **SEO:** El posicionamiento en la búsqueda orgánica (Search Engine Optimization SEO) es fundamental para poder atraer tráfico de calidad a nuestra tienda online o a nuestra web informativa. Hablaría también de SEM si tienes dinero para invertir (Aunque hacer un buen SEO tampoco es gratis). Lo importante es que cuando el consumidor te busque, te encuentre.
- **Social Media:** Conocer a nuestros clientes y saber si son o no usuarios de redes sociales y de cuáles es muy importante para interactuar con ellos, conocer su comportamiento y ofrecer realmente lo que a ellos le aporta valor. Todo este valor va a generarte una reputación online, que has de cuidar para que sea lo más positiva posible.
- **Marketing de contenidos:** Generar contenidos relevantes y de calidad es cada vez más importante para que el consumidor sienta atracción por tu marca y que acabe generando el mismo esos contenidos. El marketing de contenidos cada vez tiene más valor y es fundamental para hacer crecer tu empresa.

La esencia del Inbound Marketing consiste en compartir información de calidad con nuestros posibles clientes potenciales y con los fieles. El efecto de compartir esta información crea el efecto de atracción, por el cual poco a poco se va tomando conciencia de la marca así como poco a poco puedes llegar a fidelizar a esos clientes. Al final se trata de estar en el “top of mind” del consumidor cuando éste considere oportuno acceder a servicios que tu ofreces.

Las 4 acciones en Inbound Marketing son:



- **Atraer – Consigue visitas de calidad**
Se trata de atraer público a nuestra web, pero de calidad. Es decir, público que pueda ser posible comprador. La mejor herramienta para atraer público interesado es tener un blog, donde generar contenido de interés. Utiliza también las redes sociales como puerta de acceso a este contenido. Optimiza las páginas de tu web para que el usuario encuentre realmente lo que busca y espera.

- Convertir – Traslada visitas a leads

Tienes visitas a tu web, pero no consigues datos o información de ellos, para poder ofrecerles propuestas. Por tanto, haz lo posible por conseguir su email o información de contacto, para luego poder hacer una campaña de email marketing, una llamada telefónica, etc. Para conseguir estos datos ofréceles información del producto, .descargas de algún tipo de contenido interesante para él, optimiza la landing page para que rellene un formulario, etc.

- Cerrar – Convierte estos leads en compras

Al final se trata de conseguir que los clientes potenciales compren tu producto o servicio. Ponte en contacto con tus clientes y ofréceles la solución que buscan. Ahora se trata que el departamento comercial y el de marketing trabajen conjuntamente con el objetivo de conseguir que el cliente compre.

- Complacer – fidelizar y conseguir prescriptores

Ya es tu cliente, pero tienes que conseguir que sea un cliente fiel, y eso hay que trabajarlo. Utiliza todos los medios posibles para mantener su atención y contacto, por medio de redes sociales, de email marketing, ... ofrécele descuentos, novedades, contenidos extra, etc.

El Inbound Marketing es una carrera de fondo. Siempre pienso en una maratón donde tienes meses antes de la carrera has de prepararla con una estrategia definida, donde te marcas unos objetivos de tiempo, donde visualizas en tu mente como puede ser y cuando comienzas y vas corriendo, en función del entorno vas cambiando tus acciones tácticas con el objetivo de conseguir lo que inicialmente te habías planteado. Y si durante ese camino, compartes con otros corredores cómo te estás preparando, quedas con ellos para hacer unos kms. te conocen, etc. Seguro que éstos se acordarán de ti tal vez para que les ayudes o recomiendes un calzado deportivo, una nueva carrera, etc. Y recuerda, siempre tendrás que seguir entrenándote para poder marcarte nuevos objetivos y conseguirlos.