

MARKETING

ESTRATEGIAS PARA LLAMAR LA ATENCIÓN DE LAS PERSONAS. SE INVOLUCREN, ENTIENDAN Y NOS COMPREN UN PRODUCTO O SERVICIO.





ESTRATEGÍAS DE MARKETING

METODOLOGÍAS

INBOUND & OUTBOUND

INBOUND MARKETING

MARKETING DE
ATRACCIÓN DE
PERSONAS

NO INTRUSIVA
AMIGABLE

CONTACTA AL
INICIO DEL
PROCESO DE
COMPRA



INBOUND, ESTRATEGIAS

MARKETING DE
CONTENIDOS

SEO

SOCIAL MEDIA
MARKETING

EMAIL / WHATSAPP

MARKETING
INFLUENCIA

+ RELEVANTE

CONTENIDO VALOR Y CALIDAD

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION
MOTORES DE BUSQUEDA

BUSCA SE IDENTIFIQUEN CON
NOSOTROS Y REPRESENTEMOS

APORTAR CONTENIDOS DE
VALOR

INFLUENCERS
CONVIERTANSE EN UNO

CONSEJOS, TIPS, CURIOSIDAD
LLAMADO A LA ACCIÓN

PALABRAS CLAVE
GOOGLE, TIKTOK, INSTAGRAM

EMPATICOS Y CARISMATICOS
COMMUNITY MANAGER

RECOMENDACIONES
PARA ACORDALOS DE NOSOTROS

MOSTRAR PASIÓN, EXPERTICIA
MASTERS DEL TEMA
EJEMPLOS: MORFI POSCAST

OUTBOUND MARKETING

TRADICIONAL

ACCIONES PARA
CAPTAR
CONSUMIDORES

PRENSA, RADIO, TV
VALLAS PUBLICITARIAS
STANDS DE VENTAS

PUBLICIDAD
PAGADO

MARKETING 2.0

ANUNCIOS ONLINE, RRSS
SEM, VIDEOS PUBLICITARIOS

INBOUND VS OUTBOUND



- Centrado en el individuo.
- Atrae al cliente.
- Utiliza medios digitales.
- Comunicación bidireccional.
- Llega a un público cualificado.
- Optimiza los presupuestos.
- Mucha creatividad.
- Busca informar, educar, entretener e inspirar.
- Aporta valor.



- Centrado en el producto.
- Interrumpe al cliente.
- Utiliza medios tradicionales.
- Comunicación unidireccional.
- Llega a un gran público.
- Necesita gran presupuesto.
- Mucho diseño persuasivo.
- Busca vender.
- Ofrece un valor añadido.

MARKETING DE CONTENIDOS

Publicidad tradicional vs Marketing de contenido

Irrumpe

Interrumpe a los clientes en diferentes formas buscando captar su atención por un breve tiempo.

3 fallas fatales:

- ❌ Sólo capta la atención por corto tiempo.
- ❌ Interrumpe en vez de ofrecer algo de valor.
- ❌ Lleg a ser muy cara, sobre todo si las campañas no tienen éxito.

Sticky notes: TV, ANUNCIOS EN REVISTAS, VALLAS, AFI CHE

Da Información de valor

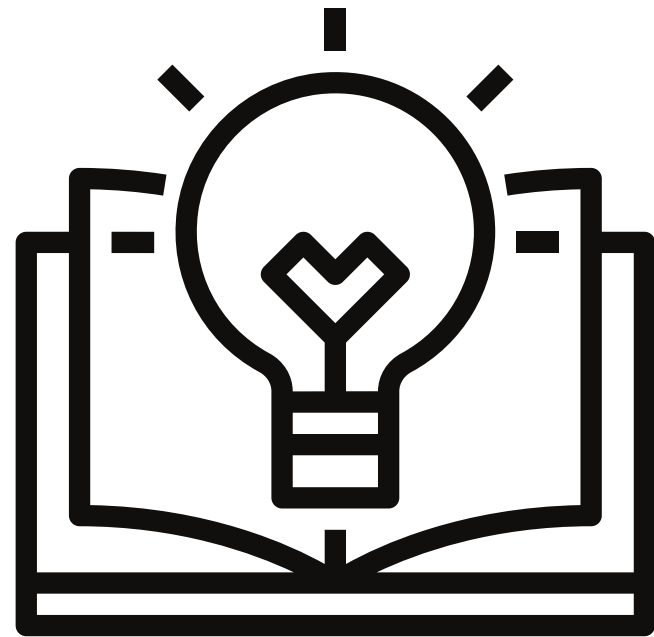
Formas de contenido de valor:
Artículos en el blog, podcast (grabaciones mp3), guías descargables, infografías y videos.

ventajas:

- ♥ Proporcionan valor a los clientes fidelizándolos a la marca.
- 🛒 Crean reciprocidad en los clientes que pueden comprar por agradecimiento.
- 🗨️ Atraen a los clientes con solo escribir en su blog.
- 👍 Crean contenido viral que enlaza al Sitio web.
- 📺 Mediante formatos multimedia se llama la atención de un público diferente.

PILARES MARKETING CONTENIDOS

EDUCAR



INFORMAR

INSPIRAR



ENTRETENER

CURACIÓN DE CONTENIDOS

BUSCAR

FILTRAR

LEER

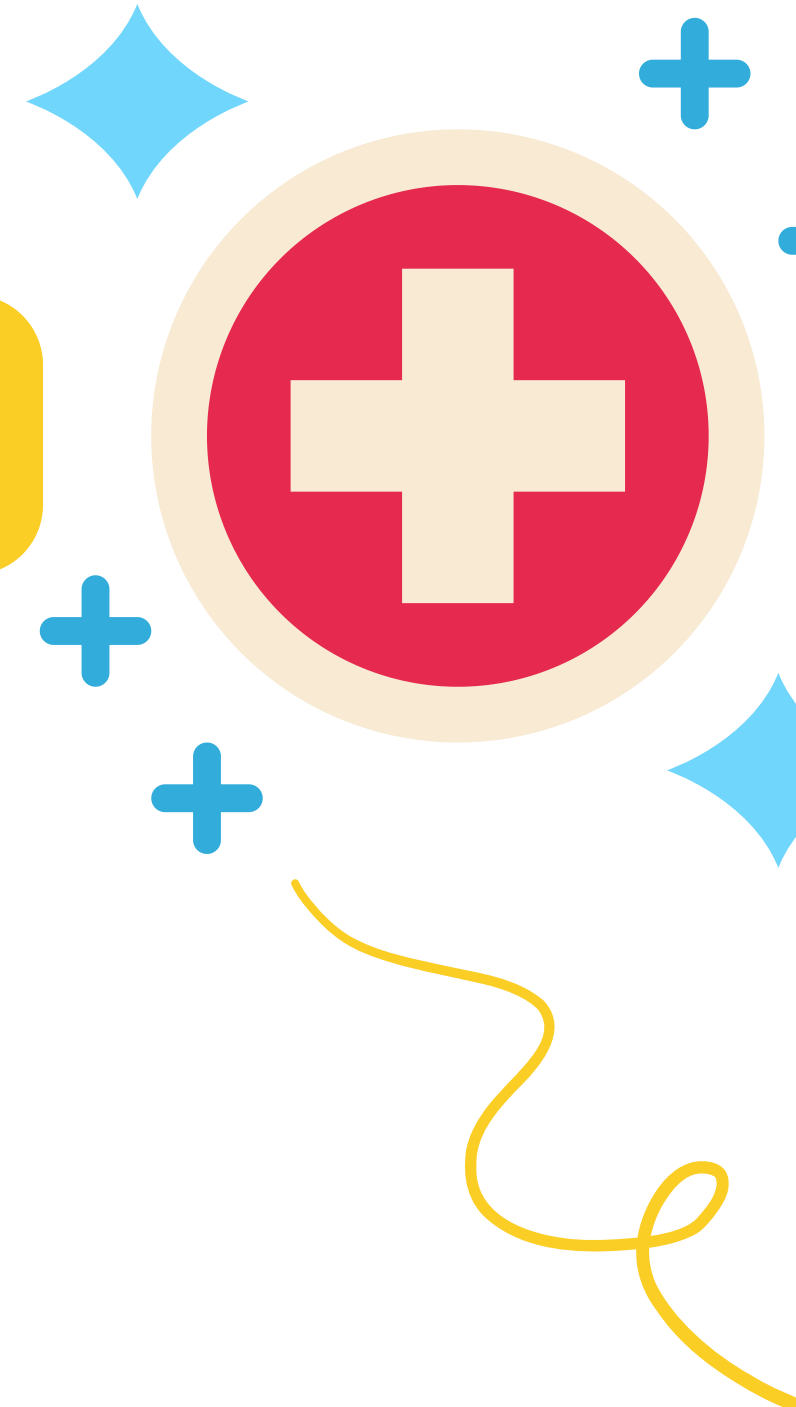
ORGANIZAR

PERSONALIZAR

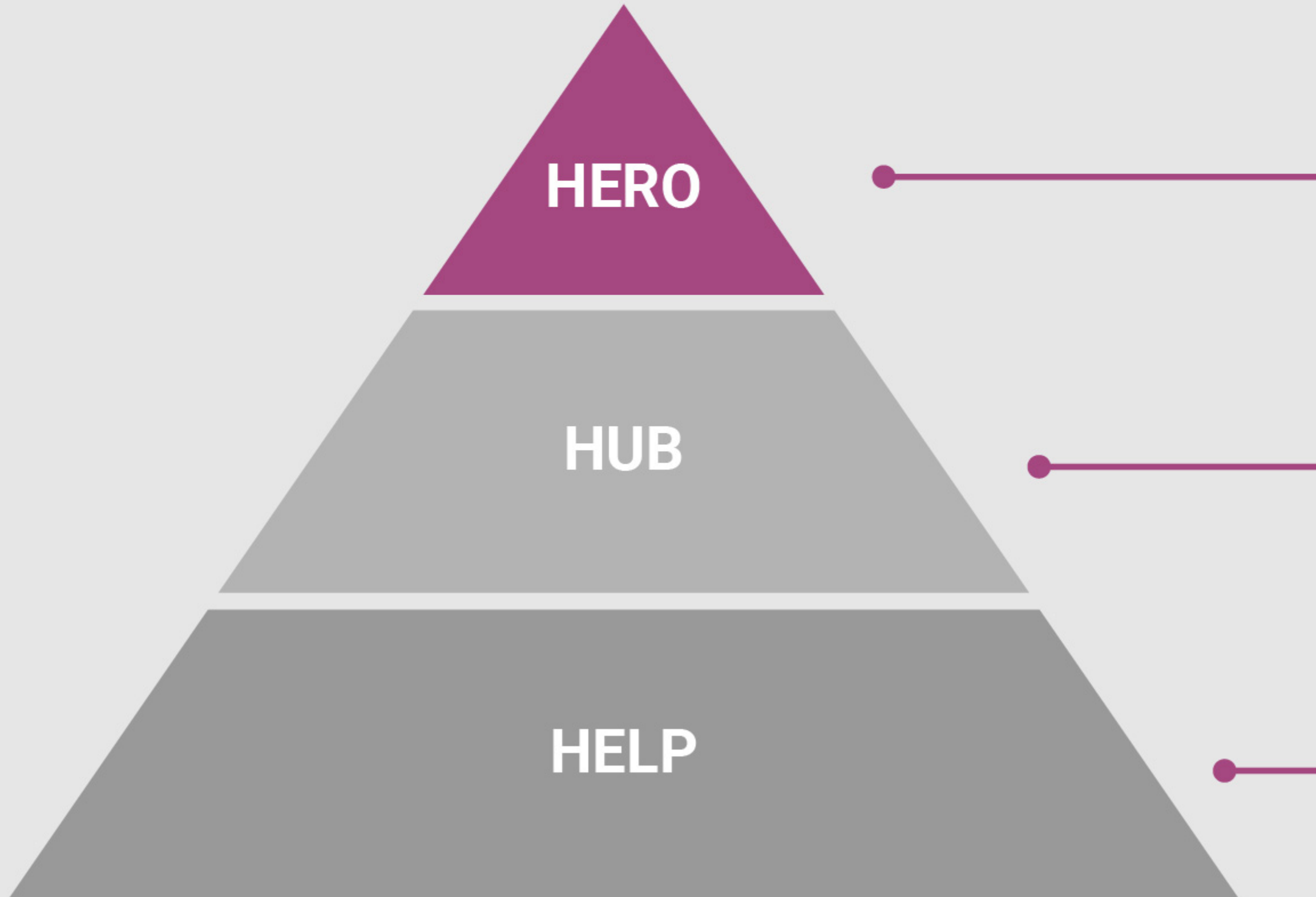
LOS CONTENIDOS

TRADUCIR LOS
CONTENIDOS AL
MERCADO QUE
QUEREMOS VENDER

NO A LOS
ESPECIALISTAS O
COLEGAS



HERO-HUB-HELP CONTENT PYRAMID



HERO

High impact videos focused on building brand awareness.

- TV Advertisements
- Brand Films
- New Product Launches

HUB

Evergreen content encouraging interaction and engagement.

- Video series
- Behind the scenes
- News stories

HELP

'Always on' content that is highly sharable and optimised for search

- How-to videos
- Case studies
- Product demonstrations

CONTENIDO HERO

EL CONTENIDO HERO ES EL CONTENIDO ESTRELLA DEL AÑO.

SUELE SER AL QUE MÁS RECURSOS DEDICAMOS (TANTO EN TIEMPO COMO EN DINERO).

SE TRATA DE UNA ACCIÓN ORIGINAL Y MUY PENSADA.

ES MEJOR NO HACER MÁS DE TRES CONTENIDOS HERO AL AÑO, YA QUE SE PUEDEN ECLIPSAR UNOS A OTROS, LO CUAL NO NOS BENEFICIA.



CONTENIDO HELP

ES EL CONTENIDO DIARIO, EL
MÁS COMÚN.

UN BUEN EJEMPLO SON LAS
PUBLICACIONES SEMANALES O
DIARIAS EN REDES SOCIALES.
CÓMO HACER X» Y LOS
TUTORIALES.



CONTENIDO HUB

HUB =
CENTRO

ES MÁS PUNTUAL O ESTACIONAL.

DESTINADO A PROMOCIONAR PRODUCTOS
CONCRETOS O TEMPORADAS DEL AÑO
ESPECIALES.

ESTE TIPO DE CONTENIDO SE PUBLICA DE
VEZ EN CUANDO.

EJEMPLO: CAMPAÑA NAVIDEÑA.

TAMBIÉN HARÁS ACCIONES ORIGINALES
COMO UN CALENDARIO DE ADVIENTO.



MANOS A LA OBRA

GENERAR UN
EJEMPLO PARA SU
PROYECTO DE
CADA TIPO DE
CONTENIDO (HERO,
HELP, HUB)

