

Bienvenidos a EN VIVO

El Proceso de Conversión

Presentado por:



Melissa Hammond
CSM LatAm | HubSpot



Jose Ortiz
CSM LatAm | HubSpot



Agenda

1. ¿Por qué es importante la conversión en Inbound?
2. Cómo construir un proceso de conversión efectivo
3. Cómo calcular la tasa de conversión





Ingresa tus preguntas en la
herramienta de Q&A de zoom.



¿Qué aprenderás en este webinar?

1. Cómo crear el proceso de conversión más común
2. Cómo calcular la tasa de conversión





La Ruta Inbound

ATRAER



SEO



BLOG



WEBSITE



SOCIAL



ANUNCIOS

El **39%** de los usuarios en línea utiliza buscadores para hacer compras a través de Internet.



CONVERTIR



CTAs



LANDING-PAGES



FORMULARIOS

La publicación de contenidos genera **3 veces** más oportunidades de venta que el marketing tradicional y cuesta un **62%** menos.



EMAIL MARKETING



MARKETING AUTOMATION



CRM



BASE DE DATOS DE CONTACTOS



LEAD-SCORING

Las empresas que emplean la nutrición de oportunidades de venta generan un **50%** más de ventas a un coste un **33%** menor.

CERRAR



HUBSPOT CONNECT PARA INTEGRACIONES



SMART CONTENT



CORREOS TRANSACCIONALES



REPORTING & ANALYTICS

El **83%** de los consumidores han leído comentarios en línea para determinar la calidad de tu empresa.

DELEITAR

La Ruta Inbound

- Buyer Persona
- Buyer's Journey
- Mapa de Contenido
- SEO
- Blog
- Formularios y CTA





Conversión

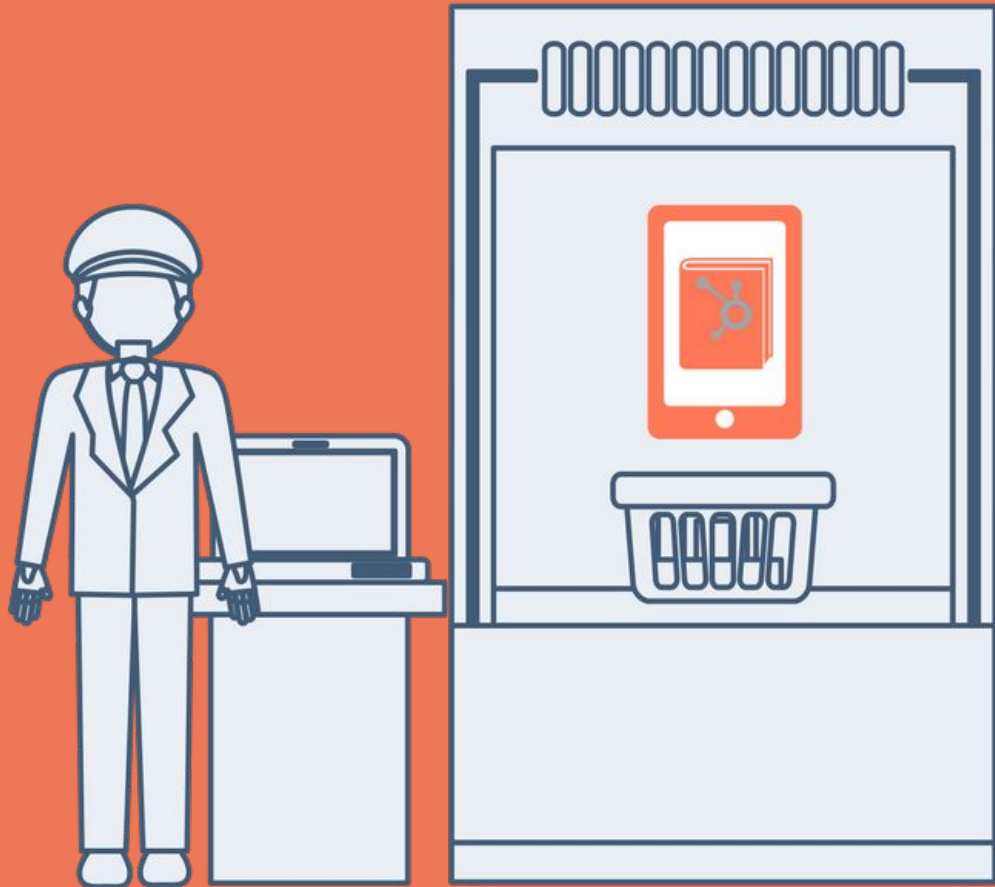
¿Qué es conversión?



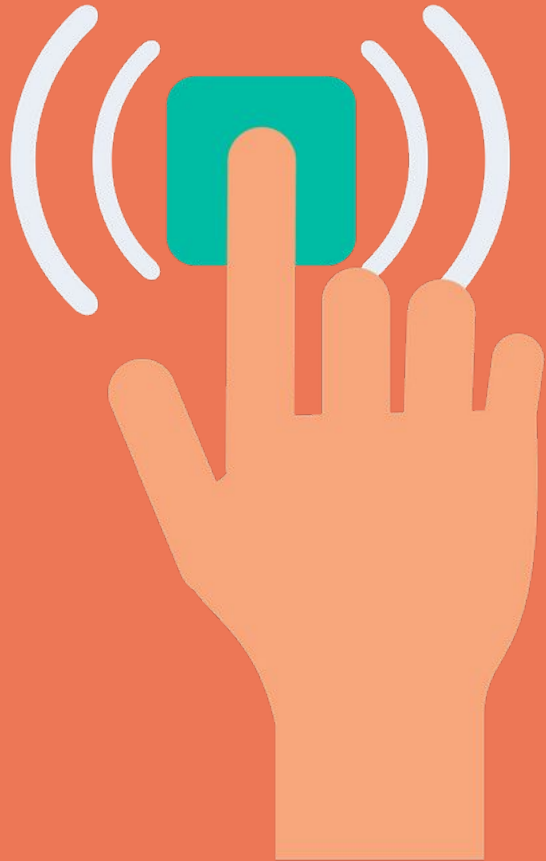
Es el momento en que
un visitante web
ejecuta una acción que
habíamos planeado.



Las conversiones son los
puntos de control
de tu contenido.



Aprovechemos que
estamos hablando de
definiciones....



Un **CTA** es cualquier elemento web o botón que invita al visitante web a tomar una acción específica.



Una CTA es el arranque del
proceso de conversión.





Una conversión
señala un **intercambio**
entre tu audiencia
web y tu empresa

El proceso de **conversión**
es el método por el cual guiamos al usuario
web en nuestro sitio para avanzarlo en el
embudo de ventas.



El proceso de conversión más común es

Llamada a la acción → Página de destino → Página de agradecimiento



CONOCE LOS BENEFICIOS DE ESTE MEDIO →

"Las 10 ventajas de pautar en Páginas Amarillas"



Así se hace un PLAN EN MÚLTIPLES MEDIOS

Si eres de los que cree que Páginas Amarillas es solo un directorio telefónico o un portal con muchos anuncios, que los usuarios no usan, te invitamos a descargar este libro gratis y acabar con estos y otros mitos.

- ▶ Páginas Amarillas atrae los contactos de negocio que **están interesados en comprar**. La efectividad es tan alta que te sorprenderás.
- ▶ La autoridad y millones de páginas que tiene el portal paginasamarillas.com es de gran valor para posicionar tu página web en buscadores como Google. Acá te explicamos por qué.
- ▶ Entenderás cómo un anuncio puede ser la unión entre múltiples plataformas: móviles, impreso, digital, etc.

Diligencia el formulario y adquiere tu copia totalmente gratis

Nombre*

Apellido*

Correo electrónico*

¿Qué define mejor tu perfil?*

- Por favor seleccione una opción -

Deseas suscribirte al Blog de Marketing Publicar

- Seleccione una opción -

☐ He leído y acepto el tratamiento de mis datos personales de conformidad con la [Política de Tratamiento de Datos Personales](#) y el [Aviso de Privacidad de Publicar](#)*

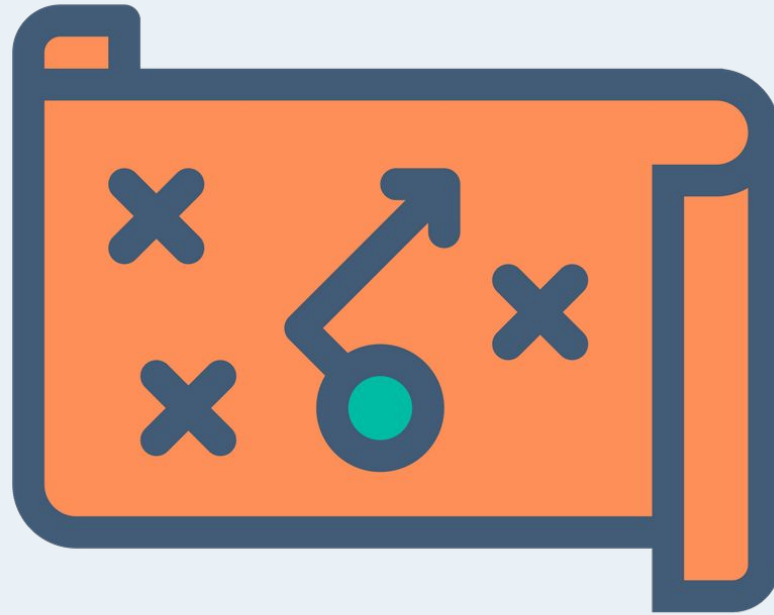
ENVIAR DATOS



Este **NO** es el único proceso o camino de conversión efectivo



Pero **SI** es la base para ayudarte a construir la estrategia de conversión



Otros formatos de conversión

- Botones o CTA
- Páginas de destino
- Artículos de blog posts con CTA
- Formularios
- Pop-ups
- Live chat
- Link de reuniones virtual
- Chatbots

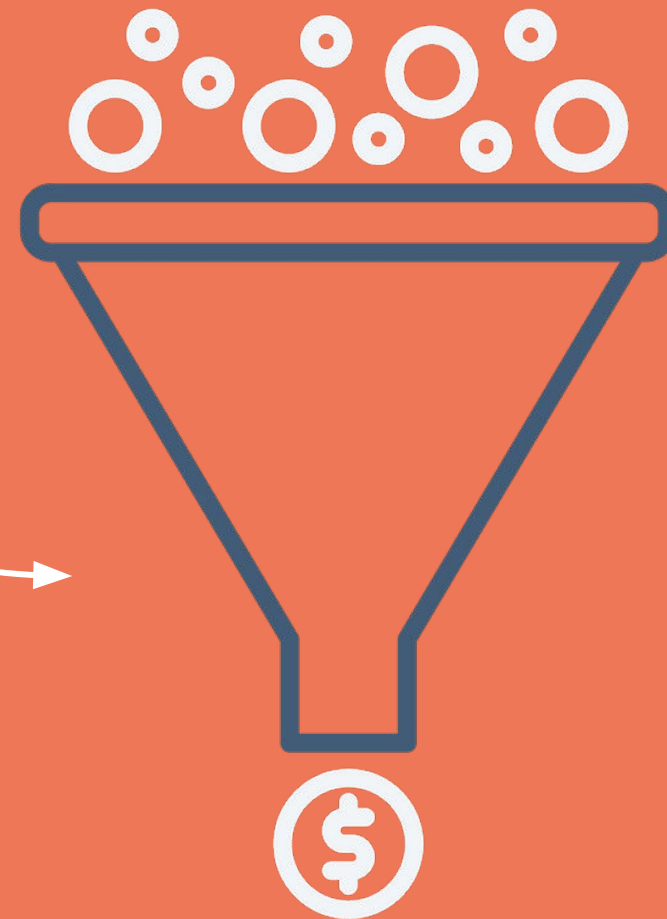
¿Por qué es importante el proceso de
conversión en Inbound?



Al entender con quién estás hablando
puedes mejorar la experiencia del
usuario y el proceso de compra de una
forma humana, útil y completa.



No puedes obtener
oportunidades de venta
sin un proceso
de conversión.



Metodologia Inbound Marketing



Metodologia Inbound Marketing





¿Por qué debemos hacer
seguimiento constante a
la tasa de conversión?



Piensa en los datos de conversión como una forma efectiva de controlar la salud y desempeño de tu estrategia.



¡Los números nunca mienten!



Las conversiones te
ayudan a pensar
"out of the box"



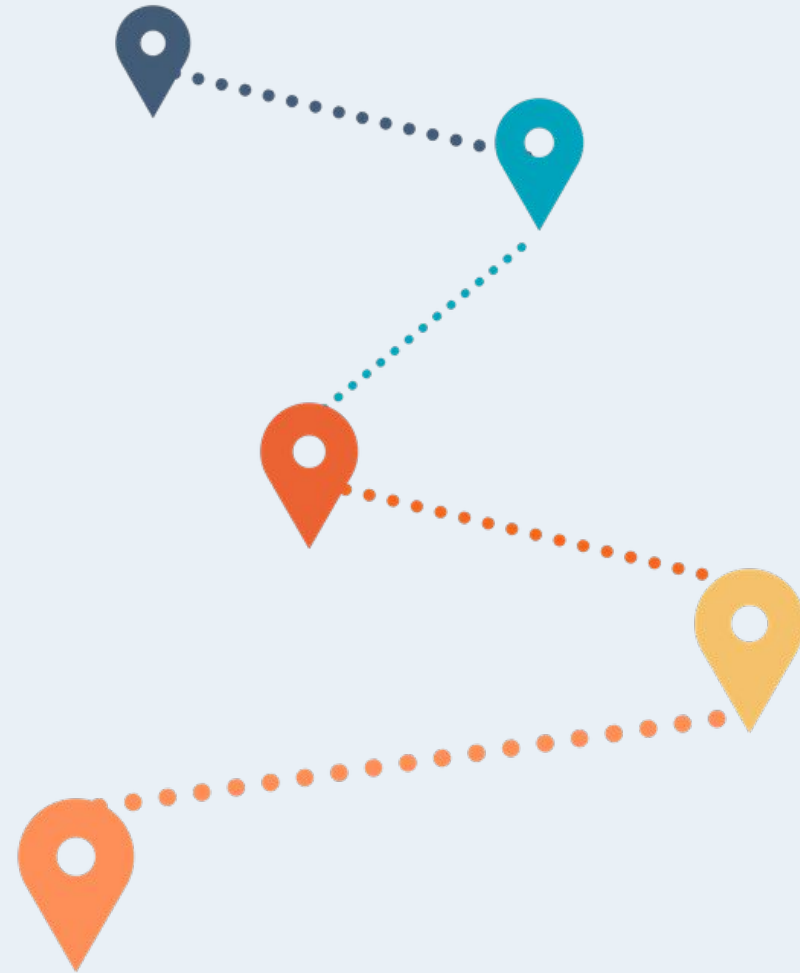


Crear caminos de
conversión efectivos

Atrae a tu
audiencia



Traza el camino



Determina
la meta final



Analiza los resultados



Ten en cuenta lo siguiente:

1. Propuesta de valor
2. Relevancia
3. Urgencia
4. Claridad
5. Ansiedad
6. Distracción
7. Estrategia de optimización



Propuesta de valor.

No se debe invertir
un gran esfuerzo y tiempo en
una pieza que finalmente no
encaja con tu contenido.



Propuesta de valor.

Esto te ayudará a
determinar cuánta
información es razonable
preguntar



Relevancia.

- Hacia quién está dirigida la oferta?
- ¿Qué está tratando de lograr?
- ¿Cuándo debería caducar la oferta?
- ¿Dónde debería estar ubicada en el sitio?
- ¿Por qué querrían los buyer persona involucrarse con esta oferta?
- ¿Dónde se encuentra la oferta en el recorrido del comprador?



Urgencia.

Ponte en los zapatos del comprador y analiza cómo y dónde estás enmarcando la oferta en tu sitio.



Claridad.

El comprador debe entender en 5 segundos que va a obtener o aprender con la oferta.



Ansiedad.



Recuerda que el visitante no te conoce, brindale confianza.



Distracción.

Minimiza elementos que lo distraigan como muchos botones o el menú de navegación.



Optimizacion.

Tener un plan de recolección de datos será clave para mejorar tu estrategia de contenido.



Optimizacion.

Diversifica la experiencia
del usuario y experimenta



Las páginas de destinos son un proceso de conversión que funciona y ha sido comprobado

INBOUND CYCLE



Plantilla personalizable: Plan de marketing online en 8 pasos

Con esta plantilla personalizable podrás crear el plan de marketing online de tu proyecto en 8 sencillos pasos.

Para marcar la **estrategia digital** de tu proyecto, debes empezar por crear un **plan de marketing online**.

Un **plan de marketing** es un documento en la que se recogen estudios de mercado, los objetivos que quieres conseguir, las estrategias a implementar y la planificación a seguir. Con esta **plantilla personalizable en formato Keynote y Powerpoint** te facilitamos el trabajo de crear una desde cero.

Rellena el formulario de la derecha para descargar la plantilla >>>

Descárgate tu plantilla:

Nombre*

Apellido*

Email*

Puesto en la empresa*

- Por favor, selecciona una opción -

Tipo de empresa*

- Por favor, selecciona una opción -

Número de trabajadores*

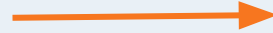
- Por favor, selecciona una opción -

☐ He leído y acepto el [Aviso legal](#) y la [Política de privacidad y cookies](#).*





Las páginas de destino con oferta descargable son usadas generalmente para ofertas TOFU.



Buenas Prácticas para crear páginas de destino

- El diseño debe ser pensando en el buyer persona
- CTA debe indicar claramente la acción a realizar
- El título debe ser llamativo
- Usa imágenes atractivas y coherentes
- Longitud de formulario debe ser adecuada
- Evitar distracciones
- Página de agradecimiento



Ejemplo de página de destino



Plantilla personalizable: Plan de marketing online en 8 pasos

Con esta plantilla personalizable podrás crear el plan de marketing online de tu proyecto en 8 sencillos pasos.

Para marcar la **estrategia digital** de tu proyecto, debes empezar por crear un **plan de marketing online**.

Un **plan de marketing** es un documento en la que se recogen estudios de mercado, los objetivos que quieres conseguir, las estrategias a implementar y la planificación a seguir. Con esta **plantilla personalizable en formato Keynote y Powerpoint** te facilitamos el trabajo de crear una desde cero.



Rellena el formulario de la derecha para descargar la plantilla >>>



Descárgate tu plantilla:

Nombre*

Apellido*

Email*

Puesto en la empresa*

- Por favor, selecciona una opción -

Tipo de empresa*

- Por favor, selecciona una opción -

Número de trabajadores*

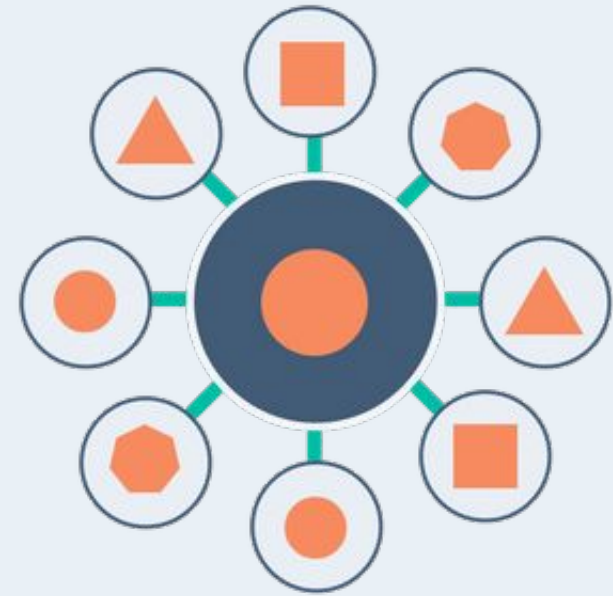
- Por favor, selecciona una opción -

☐ He leído y acepto el [Aviso legal](#) y la [Política de privacidad y cookies](#).*

Descargar



Las ofertas descargables se han convertido en **una pieza fundamental de la estrategia de contenidos** ya que sirven de base para la creación de páginas pilares.





Tasa de Conversión

¿Qué es la tasa de conversión?



La tasa de conversión es el porcentaje de visitantes que ejecutaron una acción de conversión.



¿Cómo se calcula?



Divide el número de
personas que
convirtieron por el
número de personas
que visitaron el
elemento



Ejemplo.

Tienes un CTA en una de las páginas de tu sitio web que lleva a los visitantes a una oferta de contenido nueva y convincente.



150

Visitas a la página.

20

Clics al CTA.



20/150



13.33%

Tasa de conversión



¿Cuál es una tasa de conversión efectiva?



2% - 25%

La clave es optimizar las páginas que generan más conversión.



Pero recuerda....



La clave es...

El Contexto



El desempeño del contenido
puede ayudarte a tomar
decisiones sustentadas y efectivas.



¡Gracias!



Equipo EN VIVO
HubSpot



Alguna Pregunta?