

Bienvenidos a EN VIVO





TEMA DE HOY

Análisis de tácticas del equipo de marketing de HubSpot



AGENDA

- 1. Aumenta tu tráfico usando sindicación de contenidos
- 2. La estrategia de nutrición que mejoró la interacción con emails más de 1000%
- 3. Cómo aparecer en el fragmento destacado de Google



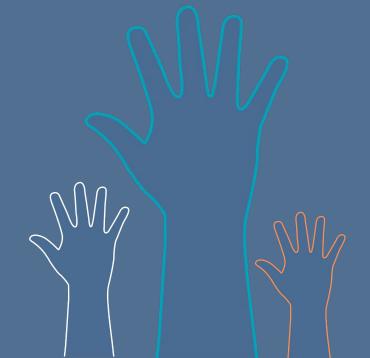
QUÉ APRENDERÁS HOY

 Implementar tácticas avanzadas de marketing como lo hace el departamento de marketing en HubSpot



Ingresa tus preguntas en la herramienta de

Q&Ade Zoom.



#1

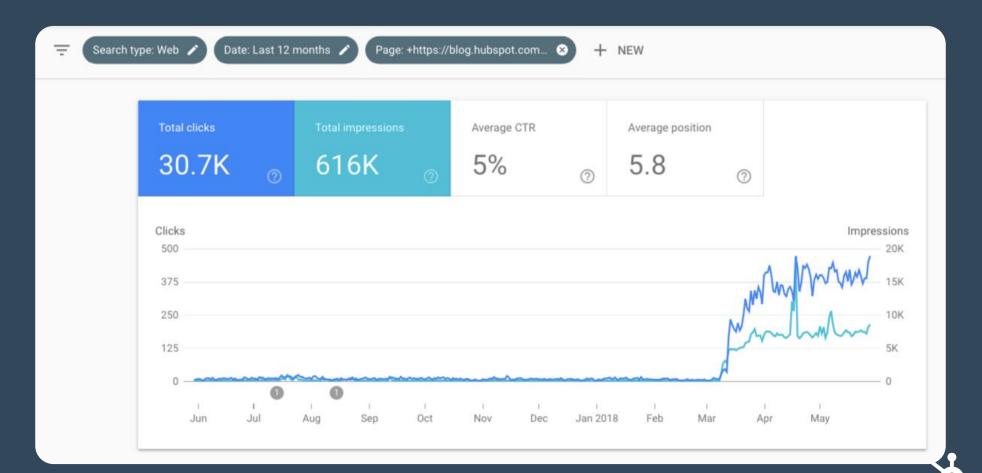
Aumenta tu tráfico usando sindicación de contenidos





Miremos el tráfico de un blog post de HubSpot en un periodo de 1 año





¿Qué sucedió en marzo?



Aja estaba buscando formas de aumentar tráfico al blog a través de fuentes distintas





Oportunidad → Fuente de Referencias



¿Pero cómo?



Sindicación de contenidos



Publicar tu contenido en sitios de terceros para llegar a una audiencia más amplia



Ventajas

- Acceso a una audiencia más grande
- Mejor SEO off-page por inbound links
- Mejor presencia en redes sociales
- Reconocimiento de marca en la publicación difundida



¿Cómo hacerlo?

Contacto a publicaciones identificadas que se alineen con tu audiencia objetivo





Mashable







Good luck finding your perfect job in sales. It's a career that offers unlimited earning potential, great fulfillment, and autonomy. Get started today.

Link back to the original post



This article was originally published on *HubSpot*. It has been republished here with permission.



Esto es crucial

rel=canonical tag en el post difundido

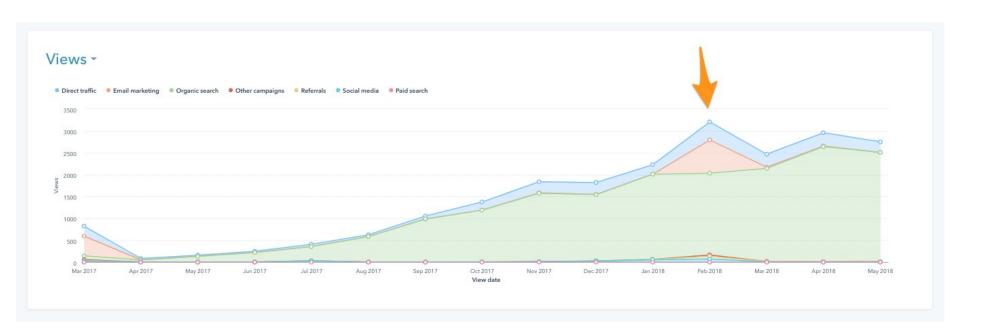
De esta manera Google muestra tu post original, no el difundido



¿Qué pasó con el blog post de HubSpot?



Keyword		Volume I i	KD i	Group ⁱ	Position i	URL ¹
sale jobs	ljal	150	12	4-10	14 → 6	â blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
sales reps job	0	150	17	11-50	73 → 34	â blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
the type of	0	100	35	11-50	> 100 → 24	â blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
sale representative jobs	B 4	90	15	11-50	> 100 → 39	blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
great sales jobs	2	90	9	4-10	12 → 5	â blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
types of it	6	70	1	11-50	> 100 → 31	â blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
best companies for sales	3	70	16	11-50	> 100 → 29	♠ blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
salesman jobs near me		70	10	11-50	> 100 → 27	â blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
car selling jobs	0	60	3	11-50	> 100 → 32	â blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
the best sales jobs	0	60	9	4-10	11 → 7	â blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
list generators fall under the category of the sales department's crm tools.		60	10	4-10	> 100 → 8	blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
what a job this is	0	50	1	11-50	> 100 → 33	â blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
top sales positions	0	40	9	4-10	14 → 10	â blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼
types of technical jobs	0	30	18	11-50	60 → 44	blog.hubspot.com/sales/types-of-sales-jobs ▼



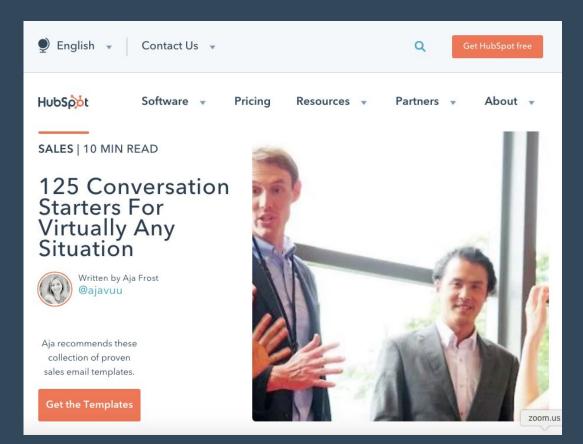


El canonical tag hacia el post original aumentó la autoridad del post y ayudó a mejorar su posición y tráfico orgánico



Recomendado sindicar posts que ya tienen un ranking en Google pero que no están en el top 3





418 vistas/mes a 69061 vistas/mes

16000+% aumento de tráfico





Software v

Pricing

Resources •

Partners •

About v

SALES | 3 MIN READ

23 Motivational Songs to Get You Pumped in 2018



Written by Leslie Ye @lesliezye

Leslie recommends also checking out these productivity tips.

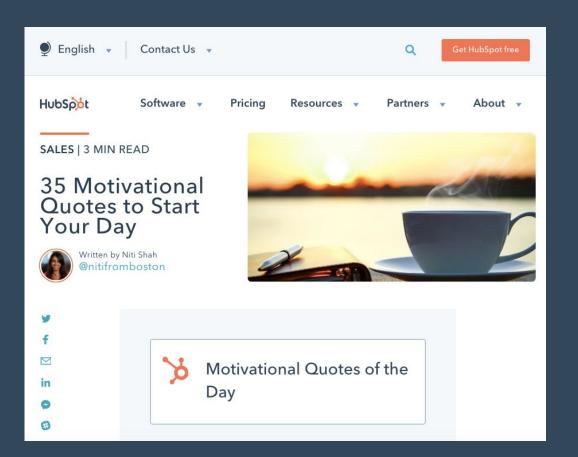
Download Productivity Guide



30596 vistas/mes a 44698 vistas/mes

46% aumento de tráfico





1902 vistas/mes a 35808 vistas/mes

1783% aumento de tráfico



#2

La estrategia de nutrición que mejoró la interacción con emails más de 1000%



¿Cómo hacemos nutrición generalmente después de una descarga de contenido?



Suponemos o creemos saber el tipo de contenido de seguimiento que le interesará al prospecto



Pero... ¿de verdad lo sabemos?



En HubSpot hacíamos lo mismo hasta hace poco



Estrategia de "Elige tu Aventura"





Social Media Cover Photo Templates

Easily create beautiful cover photos for all your social media sites

CONTINUE





Hi Sam,

My name is Jordan, I'm a Marketer over at HubSpot. My goal is to help companies like Waterfall Mobile make more money, save time and boost business.

What marketing or sales challenge are you looking to tackle this quarter? If it's one of the items below, I've got just the thing for you.

Generate More Leads

Grow Revenue

Manage Sales Pipeline

All of the Above

Our free <u>sales and marketing content</u> has helped thousands of sales and marketing professionals hit their business goals without spending a penny.

All the best, Jordan



Jordan Pritikin
Marketing, HubSpot
w: HubSpot.com





Hi Sam,

My name is Jordan, I'm a Marketer over at HubSpot. My goal is to help companies like Waterfall Mobile make more money, save time and boost business.

What marketing or sales challenge are you looking to tackle this quarter? If it's one of the items below, I've got just the thing for you.

Generate More Leads

Grow Revenue

Manage Sales Pipeline

All of the Above

Our free <u>sales and marketing content</u> has helped thousands of sales and marketing professionals hit their business goals without spending a penny.

All the best, Jordan



Jordan Pritikin
Marketing, HubSpot
w: HubSpot.com



Hey there,

In the last email we sent, you selected man challenge this quarter. I totally get it, filling and reporting on deals is no easy task.

I've always found that our <u>blog post on mar</u> been an amazing resource to help marketin pipeline.

There's plenty more where that came from,

Talk soon, Sofia Rose



Sofia Rose
Inbound Growth Specialist, Hop: +1 857 829 5060

Hi there.

Managing your sales pipeline is no ear your gears turning around how to opti

There's nothing more satisfying than maybe crossing items off of your to do managing your sales pipeline.

To Do - M

- Read The Secret to Driving More
- Determine th health of your curren
- ☐ How's your prospecting emails sta
- Close more deals in less time (with
- Grab 30 minutes to talk sales pipe

Cheers,

Sofia Rose



Sofia Rose Inbound Growth Specia p: +1 857 829 5060 Hey there,

Sofia Rose here.

I sent over a few resources last week (via checklist) to challenges this quarter.

How is that checklist coming along?

Let's <u>set up a time to talk through your strategy</u>, how sound?

I'm here as a resource to help you grow your compan

Talk soon, Sofia Rose



Sofia Rose Inbound Growth Specialist, HubSpot p: +1 857 829 5060 Hi there.

Sofia Rose here again, this time with a free online, <u>self-paced course to help level up</u> your marketing and your career.

In this <u>course</u>, you'll learn how content marketing, search engine optimization, blogging, social media, landing pages, and email marketing come together to form a modern inbound business. Not only does the course come with free software tools to apply what you're learning, but you can test your knowledge in a 60-question certification exam and show the world that you mean business! Over 60,000 professionals have been awarded the HubSpot Academy Inbound Certification.

Create a free HubSpot Academy account today, then watch classes at your own pace.

Start the Course

I'm happy to answer any questions you have about the course (I've taken it too!) or talk about your current marketing strategy. Book time on my calendar anytime you'd like to chat. I'll be here.

Happy learning,

Sofia Rose

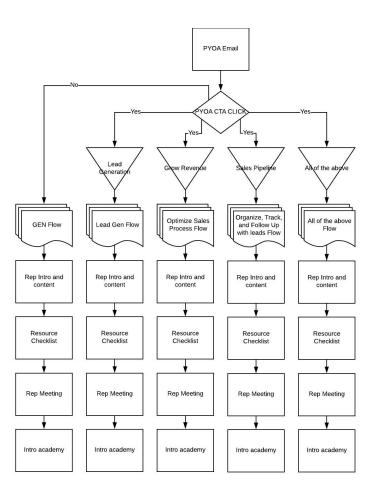


Sofia Rose
Inbound Growth Specialist, HubSpot
p: +1 857 829 5060



Esto se logra gracias al uso de ramificaciones en la herramienta de Workflows









No escogen una "aventura"

% Aperturas

43% 5%

% Click Through

Escogen una "aventura"

% Aperturas

67% 61%

% Click Through

+1120%



2015

OR CTR 30% 14%

2016

OR CTR 37% 17%

2017

(con aventura)

OR CTR 61%



Dejemos de adivinar, creemos bastante contenido de calidad y ¡manos a la obra!



#3

Google Snippet o Fragmentos Destacados





Qué son los fragmentos destacados o "Google Snippets"? Cuadro en la parte superior de algunas páginas de resultados que proporcionan una respuesta breve desde el buscador directamente, y responden a la búsqueda de un usuario.





Qué son los fragmentos destacados o "Google Snippets"? Son una característica de la búsqueda orgánica y funcionan por medio de un algoritmo diferente al tradicional de Google 200 ranking signals.



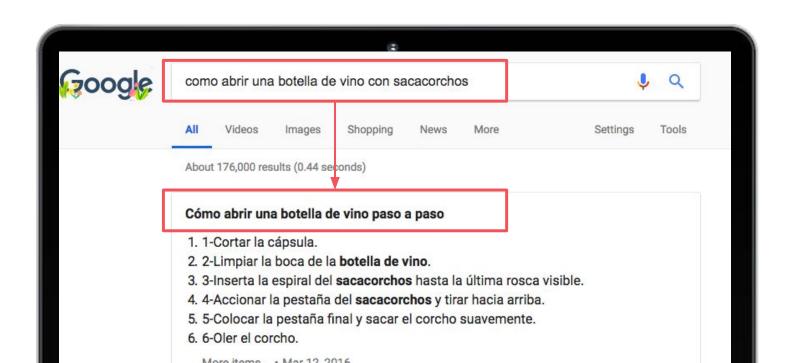


Cómo se generan los fragmentos destacados"?

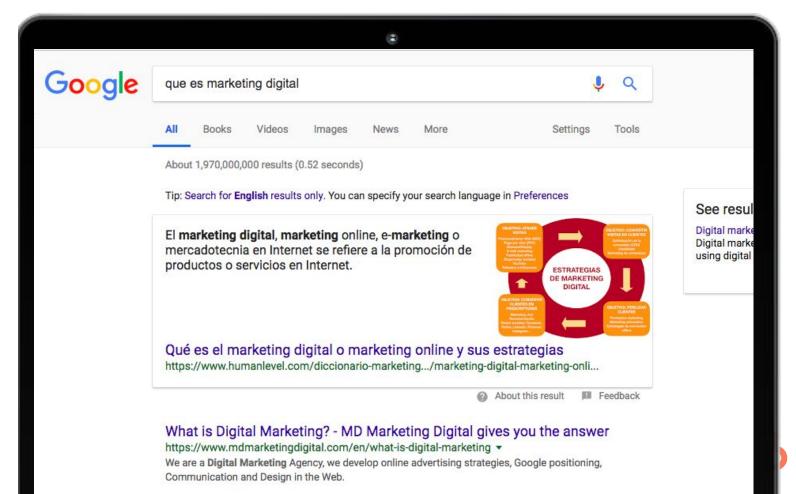
Es un proceso completamente automatizado en el que Google tiene en cuenta tanto el contenido de una página como las referencias a esa página que aparecen en la Web para arrojar una respuesta directa a una búsqueda determinada.



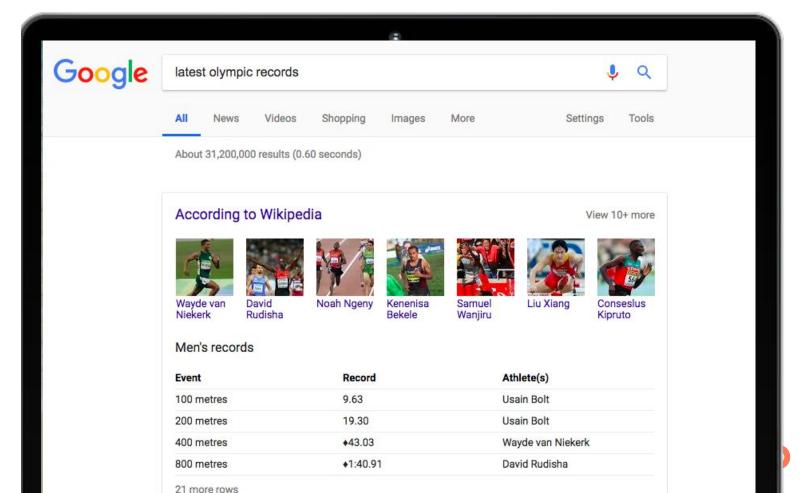
Los fragmentos y los títulos tratan de describir los resultados y explicar su relación con la consulta que los ha devuelto de la mejor forma posible.



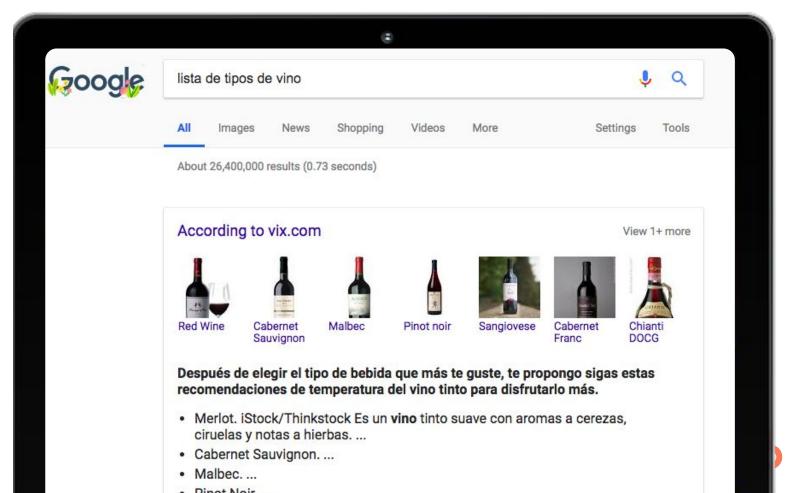
Formato Párrafo.



Formato Tabla.



Formato Lista.



Los fragmentos te permiten posicionar una búsqueda en la parte superior, "quitando el lugar a la posición #1".





El equipo de HubSpot llevó a cabo 3 experimentos para obtener y posicionar ciertos fragmentos destacados.





¿Optimizar para el fragmento destacado por medio del uso de código HTML consistente puede ayudar a ganar un fragmento?





Proceso.

Nuestra investigación sobre fragmentos destacados reveló la capacidad de Google para extraer fragmentos de listas de encabezados dentro de una página.

Por ejemplo, si tienes una publicación de blog con una lista de los mejores sitios web, Google podría obtener los nombres de los sitios web para un fragmento de lista destacada.

Típicamente los tags h2s se extraen como título del fragmento y h3s como elementos de la lista en el fragmento.



Originalmente pensamos que esta era una gran noticia para nosotros, ya que HubSpot tiene una tonelada de artículos tipo listados.

Pero a medida que profundizamos, todavía no podíamos entender por qué Google no estaba escogiendo nuestras publicaciones como fragmentos destacados o las extraía con un formato deficiente.

How to Write a Standout Marketing Resume

- Know Your Target. You never start a marketing campaign without knowing who you want to reach. ...
- 2. Define Your Unique Value Proposition. ...
- 3. Determine Your Messaging Strategy. ...
- 4. Make Sure Your Resume Gets Seen. ...
- 5. 1) Length. ...
- 6. 2) Formatting. ...
- 7. 3) Writing Quality. ...
- 8. 4) Location.

More items...

How to Write a Marketing Resume Hiring Managers Will Notice [Free ... https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-write-a-standout-resume

And the Part September 2015 an

Padraig O'Connor, Gerente de Adquisición y SEO de HubSpot, planteó la hipótesis de que: el formato importa dado que Google usa un algoritmo para extraer contenido para los Fragmentos, si algo no tiene un formato limpio (para que pueda entender lo que está pasando), omitirá ese resultado.



Quisimos probar si el formato de los encabezados en las publicaciones de nuestra lista afectaba la cantidad de fragmentos arrojados en búsquedas...



Pasos.

- Identificamos 62 URL de publicaciones de blog de alto tráfico en las que ocupamos la posición # 1 - # 6 para una consulta y que tenían un Fragmento Destacado de Lista en el SERP que actualmente no ganamos.
- 2. Dividimos aleatoriamente las URL en un grupo 1 de control (31 URL) y un grupo 2 de experimentación (31 URLs)
- 3. Las publicaciones de blog del grupo de control no fueron manipuladas: esta fue la línea de base que usamos para determinar la frecuencia con la que naturalmente aparecemos en Fragmentos destacados.
- 4. Experimentamos con publicaciones de blog de grupo 2: limpiamos el formato del encabezado y el código:
 - a. Nos aseguramos de que la jerarquía de la publicación era h1 (título general de la página) -> h2 (sub encabezado) -> h3 (artículos de la lista).
 - b. Se cambió el formato de la lista de encabezados de "1)" a "1".
 - c. Se eliminaron las etiquetas extrañas o innecesarias de los encabezados (como ,, etc.)
- 5. Se enviaron las URL del grupo de experimentos a Google para volver a rastrearlas e indexarlas.
- 6. Los Fragmentos destacados fueron rastreados diariamente durante 10 días...

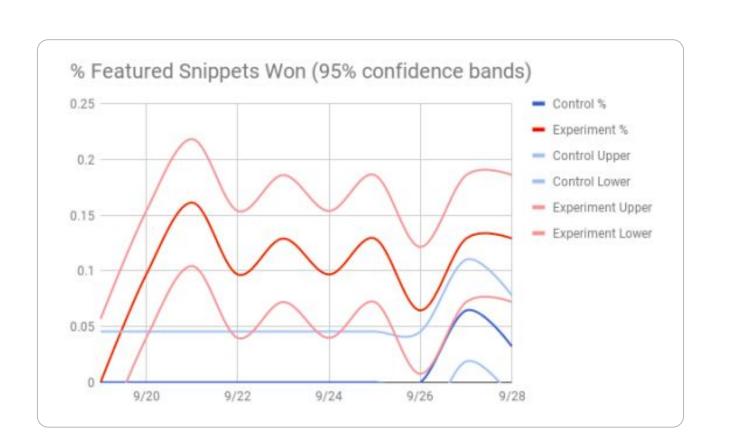




Resultados Experimento #1 Realizar algunos cambios super simples en el formato de la numeración de los encabezados y las etiquetas HTML nos llevó a ver resultados interesantes: Ganamos entre el 10% - 15% de los Fragmentos comparado con la tasa de ganancia normal de 0% - 5%.

El experimento dio lugar a un incremento de tráfico orgánico para las publicaciones donde posicionamos el snippet.



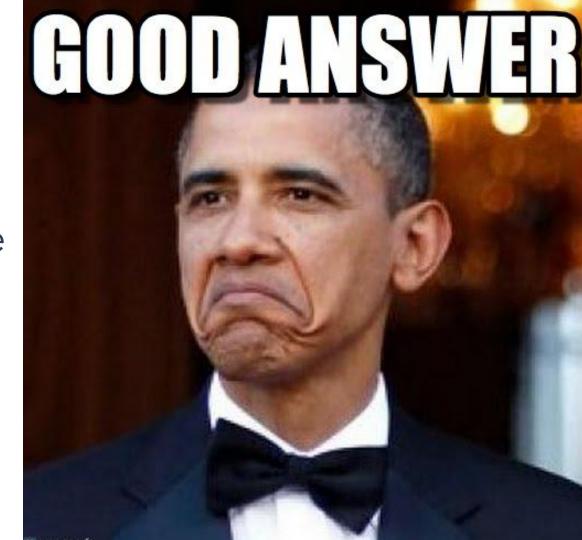




¿Qué elemento de HTML prefiere Google para los Fragmentos destacados de lista: encabezados o elementos de lista?



Hasta ahora Google parece preferir



Puedes estar pensando: ahora que sabemos que optimizar el código del fragmento destacado y hacer la limpieza de los encabezados funcionan bien para ganar el snippet, ¿cuál optimización es mejor?

Proceso y pasos.

Escogimos una publicación que ya estuviera ganando un fragmento de lista (uno que adquirimos del Experimento# 2 limpiando los encabezados):

- 1. Agregamos un código de Fragmento destacado en la página
- 2. Hicimos un ligero cambio para que pudiéramos decir qué versión de Google seleccionó (cambiamos el orden de HubSpot y Pexels).
- 3. Monitoreamos durante 1 semana para ver si Google mantenía el contenido de los encabezados (<h2> + <h3>), o intercambiaba el contenido del Fragmento por el código limpio ().



Featured Snippet module added:

```
<div class="hsg-featured-snippet">
   <h2>Best Websites for Stock Photography</h2>
   Life of Pix
   HubSpot
   Pexels
   Gratisography
   Jay Mantri
   ISO Republic
   New Old Stock
10
11
   Pixabay
12
   </div>
13
```

VERSUS

Header formats that currently won the Snippet:



Resultados Experimento #2 Dentro de las 24 horas después de enviar la URL a Google, Google cambió el fragmento usando los encabezados al Fragmento destacado recién agregado. La única diferencia fueron los elementos HTML. Esto sugiere que Google prefiere elementos para sus fragmentos de lista, pero aún hay más investigación por hacer.

Te sugerimos probar en tu propio contenido y reportar lo que Google prefiere para tu sitio.





Si no estamos clasificando en la primera página de Google para consultas que tienen el fragmento"people also ask" ¿podemos entrar solo agregando el código limpio?







Resultados Experimento #3 No, cuando hicimos este experimento en consultas en las que obtuvimos una clasificación inferior a la posición diez, no funcionó.

La conclusión es que casi siempre necesitas estar en la página uno de Google para entrar en el cuadro de "People Also Ask" o en un fragmento destacado.





¡Gracias!



Equipo EN VIVO HubSpot