

¡Bienvenidos a En Vivo!

Reportes





Métricas INBOUND para los equipos de marketing y ventas en HubSpot

EL ECOSISTEMA DIGITAL ES EL AMBIENTE DE
TÁCTICAS DIGITALES QUE JUNTAS LOGRAN UN
SÓLO PROPÓSITO: GENERAR TRÁFICO
CALIFICADO, CONVERTIR VISITAS A LEADS,
CALIFICAR LEADS, CONSENTIR A LOS
PROSPECTOS Y GENERAR VENTA.



WEB SITE: UN SER DIGITAL.

El sitio web tiene que ser el *eje rector* de todas las *estrategias digitales*, es el ser viviente que necesita mantenimiento, vida y corazón. Todo culmina aquí.

El *brand strategy*, como el cerebro, es el que define la voz de la marca, es el intelecto del ecosistema y parte fundamental para llevar el mensaje a través de todos sus canales.

Branding:



CEREBRO

Lo que *respira el ecosistema* y lo que escucha. Los perfiles, los mensajes, lo que se dice de la *marca* y del nicho.

Redes sociales:



PULMONES Y OÍDOS.

La *inversión inteligente* en medios digitales, tanto Sociales como en buscadores, y el contenido optimizado son los que permiten al sistema no quedar estático y tomar *pasos definidos para crecer*.

SEM, SMM, SEO:



PIES

Métrica:

La visión de tu activo digital. Un panorama para los diferentes indicadores o *KPIs*. Decide el rumbo de tus estrategias con una visión clara. Vital para tu *marketing digital*.



OJOS

Conversión:

Email, Contact Forms, Lead Nurturing y Landing Pages; capta, abraza, consiente y educa a las personas que visiten *tu sitio*.



BRAZOS Y MANOS

Blog:


El corazón de tu marca, tanto vital como emocional. Contenido con perpetuidad en los motores de búsqueda y lo que mantiene vivo al *ecosistema*.



CORAZÓN

CENSURADO



“LA DESCONFIANZA Y LA POBRE 
COMUNICACIÓN ENTRE LOS EQUIPOS DE
VENTAS Y MARKETING SON COMO UN ANCLA
EN EL CRECIMIENTO DE TU EMPRESA”







vectores alineados = máximo impacto

QUE NECESITAMOS PARA MEDIR EL ROI DE LA ESTRATEGIA DIGITAL

- MARKETING SOFTWARE PARA MANEJO DE LEADS
- DATA CRM SINCRONIZADA CON HUBSPOT
- PLANTILLA REPORTES



**CÓMO ESTABLECEMOS, MEDIMOS Y
ANALIZAMOS INDICADORES QUE NOS
AYUDEN A MEDIR LOS RESULTADOS DE LA
ESTRATEGIA DIGITAL?**

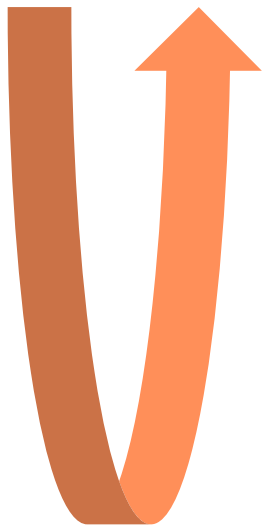


EN LA ACTUALIDAD CONTAMOS CON
DIVERSAS OPCIONES PARA MEDIR Y SEGUIR
INDICADORES, HOY SOLO HABLAREMOS DE 1
SOLA PLATAFORMA: **HUBSPOT GROWTH STACK**



ESTABLECER OBJETIVOS SMART

El éxito de un proyecto depende de 4 áreas:



1. Definición de objetivos
2. Planificación
3. Ejecución
4. Análisis de resultados



Plan y objetivos de
Marketing Y Ventas

Meta global
Ingresos Empresa

Específico



Tu objetivo debe ser específico y comunicar claramente qué se espera, por qué es importante, a quiénes involucra, dónde se va a llevar a cabo y qué restricciones aplican.

Medible



Tu objetivo debe tener criterios concretos para medir el progreso y cumplir el objetivo.

Alcanzable



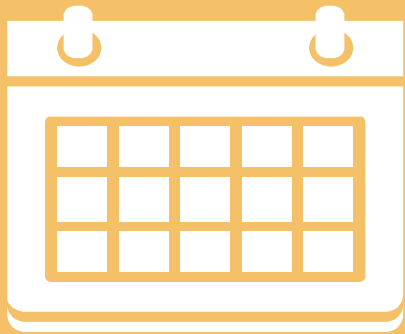
Tu objetivo debe ser realista y posible de alcanzar para tu equipo.

Relevante



Tu objetivo debe ser importante para tu negocio y estar alineado con una iniciativa central.

Alineado con el tiempo



Debes tener una fecha prevista de cuándo vas a alcanzar el objetivo

LOS DOS EQUIPOS DEBEN ESTAR EN



LA MISMA PÁGINA

ESTABLECER SLA (SERVICE LEVEL AGREEMENT)

1. Analizar tasa de cierre de lead (ebook vs demo - tipos de industria).
2. Determinar el # de leads que cada representante de ventas necesita para alcanzar su meta (Marketing SLA).
3. Definir el número y la frecuencia de actividades que el representante de ventas debe ejecutar por lead generado (Ventas SLA).

QUÉ INFORMACIÓN DEBERÍA REGISTRAR Y COMPARTIR EL EQUIPO DE MARKETING:

1. **Inteligencia completa de prospectos:** Historial de la actividad en el website como interacciones con campanas, contenido descargado, actividad en redes sociales. Tener esta información integrada en un solo record ayuda a los representantes de ventas a crear estrategias de seguimiento basadas en la primera conversión.
2. **Alertas sobre prospectos:** Emails y notificaciones internas cuando los prospectos revisitan el sitio web, rellena un formulario o simplemente ejecuta una acción importante como una solicitud para hablar con una persona de ventas.

QUÉ INFORMACIÓN DEBERÍA REGISTRAR Y COMPARTIR EL EQUIPO DE VENTAS:

1. Intentos de comunicación: Guardar registro de llamadas, emails e intentos de comunicación con cualquier contacto o prospecto
2. Status del lead: calificado, no calificado, en progreso.
3. Reporte de ingresos: Reporte de negocios cerrados en cada contacto para facilitar el cálculo del ROI

INDICADORES (KPIs) PARA EL EQUIPO DE MARKETING

REVISAR CADA

DIA

- Visitas
- Numero de leads
- # Visitas y leads x canal

SEMANA

- Campanas
- Inbound Links
- CTA Click Through Rate
- Visitas Blog
- Personas

MES

- Ranking motor de búsqueda basado en Campana
- Costo por Lead
- Promedio Email Click Through Rate

★ AÑO: Revenue - % conversión - ROI



INDICADORES HUBSPOT PARA EL EQUIPO DE VENTAS

REVISAR CADA

DIA

- % quota alcanzada
- #de leads
- # leads trabajados
- # de clientes
- Negocio cerrados vs quota

SEMANA

- Actividades ventas
- Embudo de ventas
- % conversion SQL a Cliente
-

MES

- Average deal size
- Ciclo de ventas
- % deals ganados

★ AÑO: Revenue - % conversión - Negocios cerrados vs Negocios creados





Métricas INBOUND para los equipos de marketing y ventas en HubSpot

EMAIL

- ★ TASA DE APERTURA
- ★ CTR
- ★ TASA UNSUSCRIBE

BLOG

- ★ VISITAS
- ★ LEADS
- ★ SUSCRIPTORES

VENTAS Y MARKTING

- ★ TASA CONVERSION LEAD A CLIENTE
- ★ TASA CONVERSION OPP A CLIENTE
- ★ CONTENIDO QUE CONVIERTE

VENTAS

- ★ NEGOCIOS CERRADOS VS META
- ★ PRODUCTIVIDAD EQUIPO VENTAS
- ★ MRR X REP
- ★ # LEADS PASADOS A VENTAS

REDES SOCIALES

- ★ LEADS
- ★ ALCANCE
- ★ INTERACCIONES

CONVERSIÓN Y OPTIMIZACIÓN

- ★ TRAFICO ORGANICO
- ★ TASA DE CONVERSION
- ★ CTR

CAMPAÑAS

- ★ LEADS GENERADOS
- ★ ENVIOS LP
- ★ TASA DE CONVERSIÓN EMBUDO DE VENTAS

PRODUCTO - SERVICIO

- ★ TASA DE ADOPCIÓN Y USO
- ★ INGRESOS



1. IDENTIFICAR CANALES DE MARKETING CON MEJOR COMPORTAMIENTO

2. OPTIMIZAR GENERACIÓN Y CALIDAD DE LOS PROSPECTOS

3. OPTIMIZAR CICLO Y PROCESO DE VENTAS

4. TOMAR LAS MEJORES
DECISIONES BASADOS EN
INFORMACIÓN REAL

5. DEMOSTRAR ROI Y GENERAR MÁS VENTAS



Alguna Pregunta?



Melissa Hammond
CSM LatAm | HubSpot



Moe Bachouti
LatAm Services Manager | HubSpot

¡Gracias!

