

LA INCUBADORA DESPEGUE PRESENTA

GUÍA EXPRESS PARA CREAR UNA AVALANCHA DE TRÁFICO QUE COMPRA EN 30 DÍAS



ÍNDICE

GUÍA EXPRESS PARA CREAR UNA AVALANCHA DE TRÁFICO QUE COMPRA EN 30 DÍAS

Gracias por tu interés en la Guía Express para generar una avalancha de Tráfico que compra en tu negocio, en los próximos 30 días.

Hemos elaborado esta guía desde la Incubadora Despegue para explicarte, de manera sencilla, cuáles son los 3 pasos debes poner en marcha para detectar el mejor tráfico cualificado para tu negocio.

Índice de Bloques de la Guía:

Paso 1. Entiende los diferentes tráficos y determina por cuál empezar

Paso 2 – Trabaja el Tráfico de Interrupción

Paso 3 – Comienza a hacer Pruebas para validar la rentabilidad



PASO 1 - ENTIENDE LOS DIFERENTES TRÁFICOS Y DETERMINA POR CUÁL EMPEZAR

En este primer paso, vamos a entender cómo funciona el tráfico.

Para captar el mejor tráfico para tu negocio, necesitas conocer los fundamentos acerca de qué es el tráfico.

Fíjate en los círculos de tráfico de la siguiente imagen:



Los dos tipos de tráfico que existen, se dividen entre tráfico donde hay un interés directo por tu producto y tráfico de interrupción, donde tú tienes que generar el interés.

En el primer círculo, tus clientes potenciales están buscando tus productos o tienen un contacto directo con tu página web.





Aquí hablamos de SEO, Adwords y Retargeting o Remarketing, como lo llama Google.

Tráfico con intención de compra

GOOGLE

El tráfico que llega desde SEO y Adwords es el de personas que buscan productos específicos y a través de estas dos fuentes de tráfico puedes mostrarles estos productos.

En el caso de marketing de Retargeting, se trata de personas que ya han estado en tu página web, por lo tanto ya hay un interés directo.

Pinterest

Pinterest es otra fuente de tráfico directo.

Muchas personas que buscan imágenes en Pinterest, tiene una idea clara de lo que quieren; tal vez no están pensando en comprar pero están muy cerca.

Por ejemplo: Estoy buscando muebles de jardín para inspirarme en una compra. Tengo claro que voy comprar muebles para mi jardín pero aún no sé qué muebles.

Por tanto, busco imágenes a modo de inspiración en Pinterest.

El tráfico del primer círculo es el más valioso porque es un tráfico, que muchas veces, ya está en fase con intención de compra.

El primer círculo también es el más reducido a nivel de volumen que puedes alcanzar, y no es apto para todos los productos.

Algunos productos no se buscan y tienes crear el interés desde cero.

Por ejemplo, se buscan muchos cursos de inglés pero se busca mucho menos cursos sobre Perfumes.

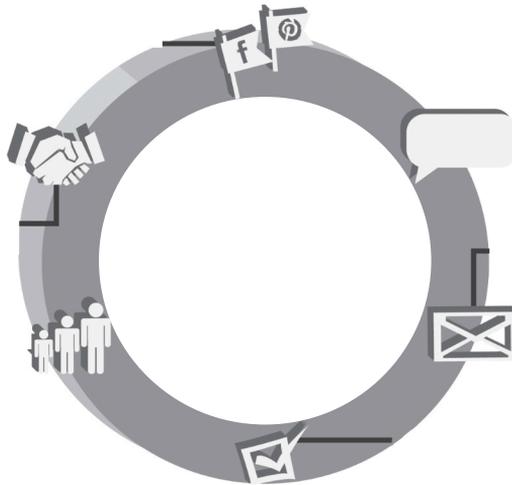


En el caso del nicho “cursos de perfumes” probablemente la cantidad de personas que lo busca no es la suficiente para crear una campaña de anuncios en Adwords, por lo que habría que lograr que el tráfico del segundo nivel funcione.

Si tienes un producto que encaja en este primer círculo, quieres enfocar todo aquí al principio, porque te va a permitir generar ingresos más rápido y te dará información de qué funciona para ahora poder pasar al segundo círculo.

El Segundo Círculo

El segundo círculo de tráfico es más amplio y tienes la posibilidad de generar más volumen de tráfico.



El segundo círculo es donde realmente está el dinero. Es donde más posibilidades tienes para escalar.

En el círculo 2 hablamos de los siguientes tipos de tráfico que puedes ver en la diapositiva:

- Anuncios de banners y texto en el red de Display de google
- Anuncios en redes sociales
- Tráfico de contenido de redes sociales
- Marketing de Afiliados
- Email Marketing listas externas a tu lista

Aquí hablamos de tráfico de interrupción.

Es el tráfico de personas que no están buscando tu producto pero tú pones un contenido o un anuncio delante de ellos, para generar un interés acerca de tus servicios o productos.

GUÍA EXPRESS PARA CREAR UNA AVALANCHA DE TRÁFICO QUE COMPRA EN 30 DÍAS



Próximos Pasos para poner en marcha:

- Ten claro qué tipo de producto tienes.
- Determina si se busca
- O no se busca
- Pregúntate: ¿Tienes que educar tu cliente final para generar una compra?
- Pregúntate: ¿Tienes que ir a por tráfico directo o tráfico de interrupción?



PASO 2 — TRABAJA EL TRÁFICO DE INTERRUPCIÓN

El objetivo en el paso 2, es determinar si puedes aprovechar tráfico de interrupción en tu nicho de mercado y cómo tu negocio puede usarlo.

Si decides ir a por tráfico de interrupción, debes investigar cuáles son las opciones para tu negocio.

Para entender cómo usar el tráfico de interrupción primero debes entender cómo funciona la venta en dos pasos.

La venta en dos pasos funciona de la siguiente manera:

FASE 1

En esta primera fase ofreces un gancho de valor enfocado en tu cliente ideal final. Un gancho, que debe ser un contenido para validar el interés por tu negocio. Podría ser una guía, un vídeo, un post del blog, un webinar...

Por ejemplo, pongamos por caso que tu nicho de mercado es sobre muebles de exterior para jardines y piscinas, podrías crear una guía de 20 estilos para decorar tu jardín: estilo de decoración boho, romántico, moderno, clásico...

Esta guía, es gratuita; el único requisito para poder obtenerla es suscribirse con el email.

De esta forma, estás captando emails de clientes potenciales, interesados en tu negocio aunque en ningún momento les has hablado de comprar; solo les has ofrecido valor.





FASE 2

Ya en la fase 2, y desde la página siguiente a descarga la guía (la página de gracias), les puedes trabajar en tu embudo de ventas, ofreciendo un pequeño descuento para hacer su primera compra en tu tienda online, ahorrando.

Y luego, puedes activar una pequeña secuencia de emails para que, durante el tiempo que está activo ese código, tengan acceso y recuerden la promoción.

Compren en esta primera automatización de email marketing o no, tú ya has captado una lista de emails de potenciales interesados en muebles para jardín, que es un activo para tu negocio.

Y lo has hecho a través de una fuente indirecta de tráfico que no estaba buscando comprar directamente tu producto.

Teniendo clara la venta en dos pasos, debes entender los diferentes sitios desde los que captar tráfico de interrupción y cómo funcionan.

LAS REDES SOCIALES

Facebook: Es la red social más popular del momento y se dice que 1 de cada 7 minutos de nuestra navegación diaria, lo destinamos a Facebook. Simplemente, debes tener en cuenta que en Facebook las personas no estamos pensando en comprar; sino en entretenernos, conectar con otros usuarios y encontrar contenido relevante en base a nuestros intereses.

Linkedin: Se trata de una red social profesional, en la que puedes publicar y actualizar tu currículum y experiencia laboral. Una red social desde la que empresas con un modelo de negocio B2B, pueden conectar con otras empresas para establecer un contacto y posibles colaboraciones.

Twitter: La red social que presenta una mayor actualidad. Es tan rápida que si algo importante está pasando en el mundo, antes te enteraras desde Twitter que desde los medios digitales. Para aquellos negocios donde prima la actualidad, Twitter puede ser una buena plataforma desde la que trabajar tráfico indirecto.

Instagram: Una red social visual, donde las imágenes tienen todo el peso para crear y cultivar una audiencia de seguidores fieles. Los negocios que ofrecen productos o servicios enfocados en lifestyle, tiene aquí una fuente de usuarios a los que complacer con imágenes cuidadas y retocadas con filtros.

Snapchat: Se trata de la nueva red social del momento que funciona de manera similar a una aplicación de chat. Permite añadir contactos y comunicarte con ellos a través de un chat, con fotos o vídeos. Los contenidos no están disponibles para siempre, sino que el emisor selecciona el tiempo en el que el receptor podrá ver el mensaje en cuestión (de 1 a 10 segundos) antes de que este desaparezca. De nuevo en esta red social, prima la inmediatez.



Youtube: Las empresas que tienen productos o servicios adecuados para la creación de vídeos, encuentran en Youtube la red social perfecta. No solo permite crear y cultivar una audiencia de clientes potenciales con contenidos; también es perfecta para trabajar el posicionamiento de las palabras claves más rentables para tu negocio, tanto en Youtube, como en Google.

GOOGLE

Red de display: Google te ofrece más de dos millones de sitios web, aplicaciones y vídeos donde puedes publicar anuncios creados desde AdWords. Es decir, tu banner se publica cuando un usuario está navegando en una página relevante con el contenido de tu anuncio y las palabras claves.

PASO 3 – COMIENZA A HACER PRUEBAS PARA VALIDAR LA RENTABILIDAD

En el último paso, antes de hacer una gran inversión, debes hacer un análisis de la competencia. Dependiendo de dónde hay menos competencia y el canal más viable para tu negocio, haz tus primeras pruebas de tráfico.

Por ejemplo: si una campaña en Adwords es demasiado competitiva por costes pero es viable Facebook para trabajar campañas de tráfico de interrupción, empieza por Facebook

Ejemplo Práctico:

Pongamos por caso que vendes productos de peluquería para peluqueros que tienen un salón de estética y peluquería.

Miras en Google Adwords y las pujas para las palabras claves más interesantes para tu negocio son más altas que el coste por clic que estás dispuesto a asumir pero es que, además, la competencia de estas palabras es “alta”.

Realmente, lanzar una campaña de anuncios en Google, donde vas a tener que luchar por el posicionamiento de tus anuncios entre una enorme competencia, para tener oportunidades de conversión y el coste por clic ya de entrada es demasiado alto, no tiene sentido.

Tienes una alternativa: Facebook.

Puedes trabajar una campaña en Facebook de tráfico indirecto donde ofreces a un segmento de peluqueros profesionales una guía con el “TOP 50 técnicas de peluquería en tendencia esta temporada”.

Se trata de una guía gratuita que es de máximo interés para ellos y donde a cambio de obtenerla te deben facilitar su email.





Ahora, con una lista de emails de potenciales que crece día tras día, les puedes trabajar en tus embudos de email marketing para enviarles más contenidos y, puntualmente, intentar una venta con un descuento.

La estrategia es lo más importante

Desde Despegue, nos encantaría que quedara clara la importancia de contar con una buena estrategia. Porque no basta con tener los conocimientos para crear una campaña en Google Adwords, en Shopping o en Facebook.

Lo más importante es definir tu estrategia. Tener una estrategia en base a tus recursos y a tus activos es el punto de salida.

Tener el criterio para decidir si inviertes en una campaña en Facebook o una campaña en Adwords es lo que va a hacer la diferencia entre tu competencia.

La mayoría simplemente va a Adwords o a Shopping y ofrece sus productos; no estudian previamente los costes, no analizan la competencia en el nicho, no miran las métricas.

Otros simplemente van a Facebook y crean un anuncio de su producto para ofrecerlo desde esta red social sin entender que la venta directa en Facebook es un imposible.

Tú ahora tienes la información de los diferentes tráficos que existen y cómo debes trabajarlos.

Y el primer paso para definir esta estrategia es realizar un diagnóstico sobre la situación actual de tu negocio para subsanar errores y encontrar las oportunidades de crecimiento.



DESPEGA TU NEGOCIO CON LA INCUBADORA DESPEGUE

Metodología Única

Logramos el despegue de negocios con una combinación única de consultoría, servicios y entorno social de apoyo.

Más de 1.200 Empresarios

Hemos trabajado con más de 1.200 Empresarios en el programa Despegue.

56 sectores distintos

Empresarios de hasta 56 diferentes sectores, ya han pasado por la Incubadora Despegue

Resultados Enfocados en Ventas

La Metodología de Despegue está diseñada al 100% para generar Ventas.

¿CÓMO VAMOS A PODER AYUDARTE?

Vende más con la Metodología de éxito Optimize4

La **Metodología Despegue** está enfocada al 100% en generar Ventas.

A través de la metodología revolucionaria **Optimize4**, ayudamos a negocios al despegue de sus resultados con el Marketing Digital.





Apoyo constante

Cada negocio es único. Por eso, diseñamos para ti una estrategia personalizada de marketing digital.

Tendrás apoyo continuo durante el programa; nunca te sentirás solo, ni tendrás dudas sobre los próximos pasos.

Las consultorías mensuales, el soporte constante a través de nuestra Intranet y tu propio proyecto personalizado, marcarán cada uno de los pasos a seguir para tu despegue.

Entorno social junto a otros emprendedores

El trabajo del emprendedor es uno de los más solitarios.

En Despegue, esto deja de ser así: te procuramos un entorno social donde tendrás acceso a tu espacio online, junto a otros emprendedores.

Interactuarás y tendrás soporte por parte de otros empresarios que también participan en la incubadora.

Eventos presenciales

Organizaremos 2 eventos anuales para tener la oportunidad de interactuar presencialmente y hacer networking con otros empresarios.

Contarás con contenido de refuerzo que reforzará tu plan de marketing digital.

Y participarás en talleres intensivos estratégicos para potenciar tus resultados

¿PARA QUIÉN ES DESPEGUE?

En Despegue tratamos de convertir un negocio normal, en uno extraordinario.

Nuestro punto de vista es que en las ideas y los negocios más sencillos es donde está la grandeza. Hemos logrado el éxito tanto de negocios locales como restaurantes, hasta empresas de SAAS.

Son las personas que cuentan con una buena estrategia prediseñada para implementar, las que obtienen los resultados.

Buenas ideas hay muchas pero no prosperan.

Una buena metodología de marketing digital, con los profesionales adecuados, puede generar resultados extraordinarios que sí permiten prosperar.

Si crees que puede ser interesante para ti, te invitamos a hacer lo siguiente:

Dirígete a este enlace, donde podrás ver el vídeo de otros empresarios que ya participan en el programa y te dará una visión más clara de si es óptimo para ti:

[HAZ CLIC AQUÍ](#)



LA INCUBADORA DESPEGUE

Comprometidos con transformar Negocios a través de Marketing Digital
Nuestras Metodologías hacen crecer las ventas de los empresarios en España.