

# ¿Cómo el Inbound Marketing ayuda al crecimiento de tu empresa?

MÉRIDA, YUCATÁN, MÉXICO, February 20, 2021 /EINPresswire.com/ -- En nuestra experiencia el Inbound Marketing ayuda a acelerar el crecimiento de la empresa, incrementando los ingresos a través de la generación de prospectos y su conversión a clientes. De igual forma permite a los [equipos de marketing y ventas](#) ser más eficientes y [generar un mejor ROI](#).

¿Por qué Inbound Marketing?

El [Inbound Marketing es una metodología](#) que ayuda a tu empresa a atraer clientes potenciales e incrementar las ventas de forma efectiva. Permite construir una relación con el prospecto y generar confianza durante el proceso de conversión, a través de ofrecer valor de forma no intrusiva, a diferencia de la publicidad tradicional.

¿Cómo el Inbound Marketing incrementa las ventas en tu empresa?

Las fases de la metodología Inbound te permiten realizar acciones medibles a lo largo del embudo de ventas; desde que una persona o empresa es sólo un visitante de tu sitio web hasta que es un promotor de tus productos y servicios, una implementación adecuada se traduce en el incremento de los indicadores ventas.

Crece Generando Demanda (Prospectos)

Incrementa tráfico de tu sitio web

¿Por qué incrementar el tráfico hacia mi sitio web es importante? Simple, más visitas a tu sitio web significa más personas con posibilidades de convertirse a clientes potenciales y ventas.

La tecnología, específicamente el internet, ha cambiado la forma en cómo vivimos, aprendemos, compramos y consumimos. Hace algunos años era necesario acudir a las compañías y a los vendedores (o los vendedores a nuestra puerta) para obtener información sobre los productos y

servicios. Ahora, la información está a tan sólo unos clics de distancia y es el comprador quien tiene el poder en sus manos.

¿Cómo incrementar las visitas a tu sitio web?

Hay múltiples formas, pero en nuestra experiencia, un blog con un enfoque Inbound es una forma muy eficiente.

Los datos son muy claros, las compañías que usan un blog tienen mejores resultados:

"Los compradores B2B son más influenciados por el uso del blog, ya que en la gran mayoría los productos o servicios son especializados o técnicos, por lo que buscan información relacionada" (Social Media Examiner)

"Las empresas B2B que usan un blog generan 67% más prospectos" (Tech Client)

Tal vez piensas "nosotros usamos un blog, pero esto no nos trae clientes". Si esto sucede, tal vez sea necesario corregir algunas cosas. Primero reflexionemos: dentro de tu blog, ¿estás hablando sobre tu empresa o sobre los problemas de tus compradores? Para atraer tráfico de calidad es importante integrar información que ayude a tus prospectos a resolver problemas o necesidades relacionados con tu marca.

Convierte tus visitas a prospectos

Atraer visitas a tu sitio web es el primer paso, el objetivo de incrementar tráfico a tu sitio web es convertirlo en prospectos dentro de una base de datos. ¿Cómo hacerlo? La generación de ofertas de contenido premium es la clave. El uso de webinars, ebooks, infografías, guías, manuales y fichas técnicas, ayudan a dos cosas:

Ofrecer Valor: A diferencia de un enfoque de marketing tradicional, el Inbound se centra en brindar a tus prospectos recursos que le aporten valor, así como en construir una relación de confianza.

Generar prospectos: Al descargar el contenido de valor, los visitantes proporcionan sus datos, convirtiéndose en un cliente potencial con nombre, apellido y correo electrónico.

Las compañías B2B que generan ofertas de contenido generan 67% más prospectos que las que no lo hacen.

Crece Incrementando Ingresos

## Convierte tus prospectos a clientes

Una vez que tienes una base de datos, es momento de trabajar en la conversión a clientes y cierres de ventas. Uno de los principales errores de las estrategias de marketing digital es la escasa o nula integración con ventas.

Si no integras la medición de las ventas, no podrás medir el retorno sobre la inversión (ROI). Integrar un CRM de ventas siempre es la mejor decisión, ya que permite ver el panorama completo: optimizar el presupuesto, mejorar la productividad de los equipos de marketing y ventas y medir el retorno sobre la inversión.

## Cierra más ventas

Los tres elementos que hacen más eficiente esta etapa y te permiten cerrar más ventas. son la nutrición de prospectos, el lead scoring y la automatización de procesos de marketing y ventas.

Al integrar estos elementos, se crea un flujo de contenidos automatizado y adaptado al ciclo de compra del usuario; usando el lead scoring, se determina el momento adecuado para convertirlo en cliente.

Una vez que integras estos tres elementos tu proceso de ventas ya ha avanzado al menos un 60% de forma automatizada. Increíble, ¿no?

## Crece siendo inteligente

¿Qué áreas de oportunidad tienen tus equipos de marketing y ventas?

Los equipos de marketing y ventas tienen grandes áreas de oportunidad en su productividad. Desde estrategias con una pobre medición y análisis del ROI, hasta los cientos de llamadas y correos que envían los representantes de ventas con bajos resultados de respuesta.

Manuel Echeverría

Grow X Agency

+52 9994299719

hola@growxco.com

Visit us on social media:

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[LinkedIn](#)

---

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/535667077>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors

try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2021 IPD Group, Inc. All Right Reserved.