



**ESTRATEGIAS DE  
CRECIMIENTO**

[www.cenakinaulaonline.com](http://www.cenakinaulaonline.com)

## ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

En este artículo escribiremos las principales tácticas y técnicas que se pueden desarrollar en nuestras redes sociales para lograr el objetivo del crecimiento. Al principio una marca que quiere posicionarse en redes sociales necesita, CRECIMIENTO. Cada decisión estratégica, táctica o iniciativa tiene como misión este objetivo.

Las estrategias de crecimiento no son sencillas y probablemente las primeras no lograrán nuestros objetivos, la victoria se encuentra en pequeños éxitos los que marcan un avance, la mejora del día a día es la que te llevará al éxito.

Para comenzar a establecer las diferentes estrategias debemos desarrollar diferentes pasos que nos ayudarán a formar el camino. A la hora de plantearse el crecimiento de la marca utilizaremos técnicas generales e inventaremos otras adecuadas a la marca

### ENFOCA EL OBJETIVO

Un paso importante en toda estrategia es delimitar objetivos que sean alcanzables, no tiene sentido querer crecer en 1.000 seguidores si en un mes solo hemos alcanzado 10 nuevos. Es fundamental utilizar la metodología S.M.A.R.T. que se refiere a (específico, medible, alcanzable, relevante, acotado en el tiempo). Como ejemplo: Lograr 10 nuevos seguidores en un día o lograr 100 nuevos seguidores en 3 días.

### USA MÉTRICAS

Si queremos saber que el camino que tomamos es el correcto el siguiente paso es determinar métricas relevantes para nuestros objetivos, la reflexión de nuestros resultados determinará si tenemos que mejorar, cambiar, mantener, pausar. Ejemplo: si seguimos con los 100 seguidores en 3 días podemos ver cuantos compartir, comentarios, referencias tuvimos y mejorar estas estadísticas ya que sabemos que a mayor cantidad de "engagement" más alcance lograremos y potenciales seguidores.

## APROVECHA DONDE ERES BUENO

Si buscando el crecimiento estás ante la duda de cual estrategia utilizar como una campaña email marketing, o crear contenido en el blog parte con hacer en lo que eres bueno. Este concepto se llama APALANCAMIENTO y aunque esta estrategia te mantiene en tu zona de confort, partirás con algo en donde tienes dominio y luego , podrás aprender otras herramientas para complementar a tus fortalezas.

## LANZAR EL EXPERIMENTO

Antes de ejecutar la estrategia es recomendable que investigues en base a tu experiencia y la de otras marcas para elegir el camino que genere más resultados y cuanta más experiencia tengas más certeras serán tus acciones. Ten en cuenta los recursos necesarios como equipo de trabajo, económicos, softwares, entre otras.

## LA OPTIMIZACIÓN PARA MEJORAR

La optimización es un concepto que se refiere a la mejora constante de los procesos tanto en eficiencia como eficacia. Para ello es muy importante tener un cuadro de seguimiento, a modo de checklist y poder comprobar los resultados de las pruebas, esto nos permitirá saber si estamos mejorando el experimento y si nuestras hipótesis van en buen camino.

Utiliza la prueba de A y B esta se refiere a probar ambas alternativas de modo que puedas ver la que funciona mejor.

# TÉCNICAS DE CRECIMIENTO

En los procesos de conversión se conoce el término que se denomina embudo de ventas, este embudo refiere que desde un alto tráfico de visitas convertimos con un porcentaje menor. Este proceso se puede explicar con las 3 P, que son Pull, Push y Product, para definir los tres conjuntos de técnicas con las que el tráfico puede llegar a tu sitio.

Pull (tirar o atraer) podrás tirar, o atraer (marketing de atracción), a los visitantes para que accedan a tu sitio web, mediante un cebo que les atraiga irremediabilmente.

Push (Empujar) Este método es un poco más intrusivo o agresivo donde te empujan a verlo, como los videos promocionales en youtube, los enlaces y banners entorno a tu interface de Gmail, la publicidad en redes sociales. El retargeting.

Product (Producto) La tercera manera es el producto en sí que actúa, por ejemplo, una invitación a tus visitantes a probar tu producto gratis durante 30 días.

## TÉCNICAS PULL

### BLOGING

Tener un blog es una maravillosa forma de atraer contenidos con un valor añadido para tus visitantes que produzca visitas y que al final te retroalimente.

### PODCAST

El podcast tiene más o menos su nicho de mercado, en los últimos años ha ganado presencia y se ha hecho un espacio muy destacado en el marketing de atracción el hecho de poder escuchar a alguien hablar, genera emocionalmente otra serie de sensaciones, respecto a la lectura simple de un blog en primera persona.

## EBOOKS, GUIAS, SLIDESHARES.

La generación de documentos con información de calidad y contenido valioso que también tienen grandes ventajas a la hora de generar tráfico.

## INFOGRAFÍA

El mundo de la imagen con contenido de valor y rápido de consumir, atrae por su estética y facilidad de lectura.

## WEBINARS

Los seminarios online se llaman Webinars. Aunque sea "video" en realidad es mucho más, tiene un día, una hora, unos asistentes y ponentes, esto hace que tomes conciencia de su importancia.

## SEO

Estas siglas significan search engine optimization y refieren a cuando las páginas están en las primeras posiciones de las búsquedas. La creación de contenido ayuda a este posicionamiento y aumenta las visitas en las páginas webs. Teniendo una página web posicionada y conectada con redes sociales potenciarán las visitas a estas.

## REDES SOCIALES

Dentro de las redes lo importante es formar comunidades con la características de que interactúen constantemente y que puedan crecer con el tiempo. En facebook existe la opción de formar grupos y en instagram el contenido debe entregar valor para que las personas generen acciones y lograr el engagement.

## CONCURSOS

Los concursos son una manera muy eficiente de generar tráfico, siempre y cuando, los premios del concurso sean atractivos.

## CUPONES

Durante un tiempo las páginas de cupones crecieron de manera vertiginosa, y aún a día de hoy, se mantienen entre los usuarios como alternativa, y para los comerciantes, como una manera de darse a conocer por internet de forma rápida.

## EJEMPLOS:

- 1.- Realiza un concurso en donde regales un producto atractivo relacionado con tu marca. Para participar las personas tienen que: seguirte, etiquetar a alguien y dejar su correo. Luego sortea en vivo para dar credibilidad, sácate una foto con el ganador y ganadora.
- 2.- Promociona un webinar con un tema atractivo que sea gratuito, realizalo con tiempo y avisa a las personas para que puedan conectarse y sintonizar.
- 3.- Regala un cupón de descuento y para que puedan recibirlo tienen que seguirte.
- 4.- Regala un e-book con información valiosa con la condición de recibirlo si te siguen.
- 5.- Haz una alianza con un influencers o varios micro - influencers, que difundan un contenido de valor muy atractivo (como un regalo) para que accedan a tu cuenta , puedan seguirte y participen.

# TÉCNICAS PUSH

## ANUNCIOS

Un anuncio es una publicación que se le genera pago para aumentar el alcance de este. Los anuncios son una buena táctica de crecimiento y de mostrar nuestro producto a posibles clientes, dirigiendo tráfico hacia nuestra red social. Lo fundamental es crear uno mostrando los beneficios y la propuesta diferenciadora que magnetizará a los usuarios.

## INTERCAMBIOS

Nos referimos a intercambios promocionales, alianzas que te llevan a promociones cruzadas con otras empresas, si tu piensas que determinada empresa tiene cierta relevancia, y no supone una amenaza, y es además un complemento para su producto propón una reunión donde poder fortalecer ambas partes.

## AFILIADOS/PARTNERS

El término afiliado ha ido de la mano en muchos momentos en internet, con los programas de afiliación publicitaria. Esto se refiere a que se generarán cobro de publicidad solamente cuando los usuarios realicen acciones concretas definidas previamente. Por ejemplo: un anuncio publicitario que cobre solamente por las conversiones en página web. Puedes usar esta estrategia para generar publicidad web y que diriga a redes sociales.

Ejemplos:

- 1.- Desarrollar un anuncio publicitario pagado en redes sociales que invite a seguir nuestra cuenta con un contenido atractivo como: webinar, versión de prueba, demo, regalo, descuento, promociones.
- 2.- Pagar en publicidad por páginas web que diriga el tráfico hacia redes sociales con un call to action atractivo.
- 3.- Busca un contenido que tu nicho le guste (por ejemplo una keyword muy buscada) haz una infografía y le das pago.

# TÉCNICAS DE PRODUCTO

## INVITACIONES

Utiliza tus redes sociales para publicar un contenido que invite a las personas a que sigan tus otras cuentas. También toma toda tu base de datos y envíales correos atractivos invitándolos a que te sigan a tus redes sociales, utiliza ganchos atractivos para mostrar lo mejor de tu producto y que accionen los usuarios.

## COMPARTIR

Linkea tu página web para dirigir el tráfico hacia tus redes sociales, recuerda que en esta etapa hay que mostrar los beneficios que tiene tu producto o servicios por sobre los otros y potencia la integración con las redes sociales.

## BACKLINKS

Los backlinks son enlaces desde una determinada página de un sitio web apuntando a otro sitio web que pones debajo de las webs que has realizado, o de los plugins software y cualquier cosa que hayas creado.

## REGALITOS

Un regalo es algo que genera una conexión importante con las personas, pero que el regalo sea un buen regalo, no te tiene que costar mucho dinero, no tiene que ser mucha inversión, tiene que ser un regalo que cree interés y valor a las personas.

Ejemplos:

- 1.- Toma tu base de datos (correos), haz un contenido atractivo y entrega un regalo para que las personas se dirijan hacia tus cuentas.
- 2.- Coloca el link de tu página de redes sociales en la web de un blog afín a tu nicho de mercado para dirigir tráfico.



# FIDELIZACIÓN DE USUARIOS

Si observas el embudo del Growth Hacking, podrías llegar a pensar que lo lógico es centrarse primero en conseguir tráfico, cuando tenga tráfico, en activarlo, y después entonces en conservarlos y retenerlos, pero esta no es la forma óptima ni correcta de trabajar, ya que es mejor tener balanceadas todas las etapas.

## EXPERIENCIA DE USUARIO

Al comprar tu producto viene el momento de la verdad y esto último se refiere a cuando el usuario utiliza y verifica si lo prometido se cumple. Esta etapa es muy importante y que dependiendo de la experiencia obtendremos la fidelidad del usuario.

## CORREO ELECTRÓNICO

Esta herramienta sigue siendo un arma poderosa para lograr nuestros objetivos, y que se sigue utilizando para concretar conversiones. Es fundamental seguir enviando información valiosa a tus clientes para que mantengan una relación positiva y fidelice contigo.

## PREGUNTAS DE SALIDA

Si un usuario deja de seguirte puedes preguntarle porque lo hizo, de los errores se aprende y te ayudará bastante a mejorar tus tácticas, acciones y la propuesta que tienes. Una pequeña pregunta para obtener información.

## ALFOMBRA ROJA

Acabamos de ver lo que hacer, cuando nuestros usuarios deciden dar el portazo y decir adiós, pero, ¿y qué pasa con nuestros mejores usuarios? aquellos que son VIP y que han demostrado una fidelidad extrema, o han sido los primeros en dar una oportunidad a tu producto, a estos hay que cuidarlos aún con más mimo, y ofrecerles exclusividad (siempre con límites)

## VALOR AÑADIDO

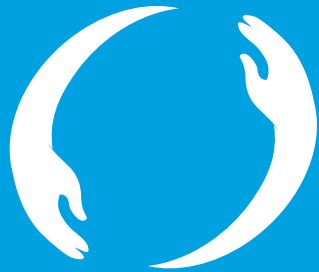
Cada producto aporta un valor, si un cliente encuentra a tu producto un determinado valor, no significa que necesariamente pasados 6 meses lo siga encontrando, tienes que adelantarte y darle valor añadido a tu producto de forma continuada, la mejora es aquella que permite a tu producto perdurar.

## CONSTRUYE UNA COMUNIDAD

El sentimiento de formar parte de algo, es altamente importante a la hora de retener a tus clientes, sentirse como en familia, hace un gran sentimiento empático difícil de alcanzar de otro modo. Ya que como hemos visto, las personas que forman parte de algo, tienden a quedarse y compartirlo.

## CONCLUSIONES

Como has podido ver, el Growth Hacking, es un conjunto de técnicas complementarias y necesarias entre sí que se utilizan principalmente cuando comienza una start up, potencia su difusión y aumenta las ventas, además, las grandes empresas siguen utilizando algunas de estas estrategias como una línea de pensamiento, una filosofía, que sólo persigue una única meta "el crecimiento" porque nunca habrás llegado tan alto, que no tengas crecimiento posible.



cenakin