



REVOLUCIONA TU NEGOCIO CON

GROWTH HACKING



Deja que te hackeemos...

El Growth Hacking: una disciplina

¿Qué es el Growth Hacking? Esta nueva palabra "buzz", presente en los discursos de los mejores expertos en marketing en los últimos años, es difícil de definir. De hecho, si lees los casos de éxito más famosos del Growth Hacking, verás que cada uno usa técnicas diferentes y fue revolucionario en su momento.

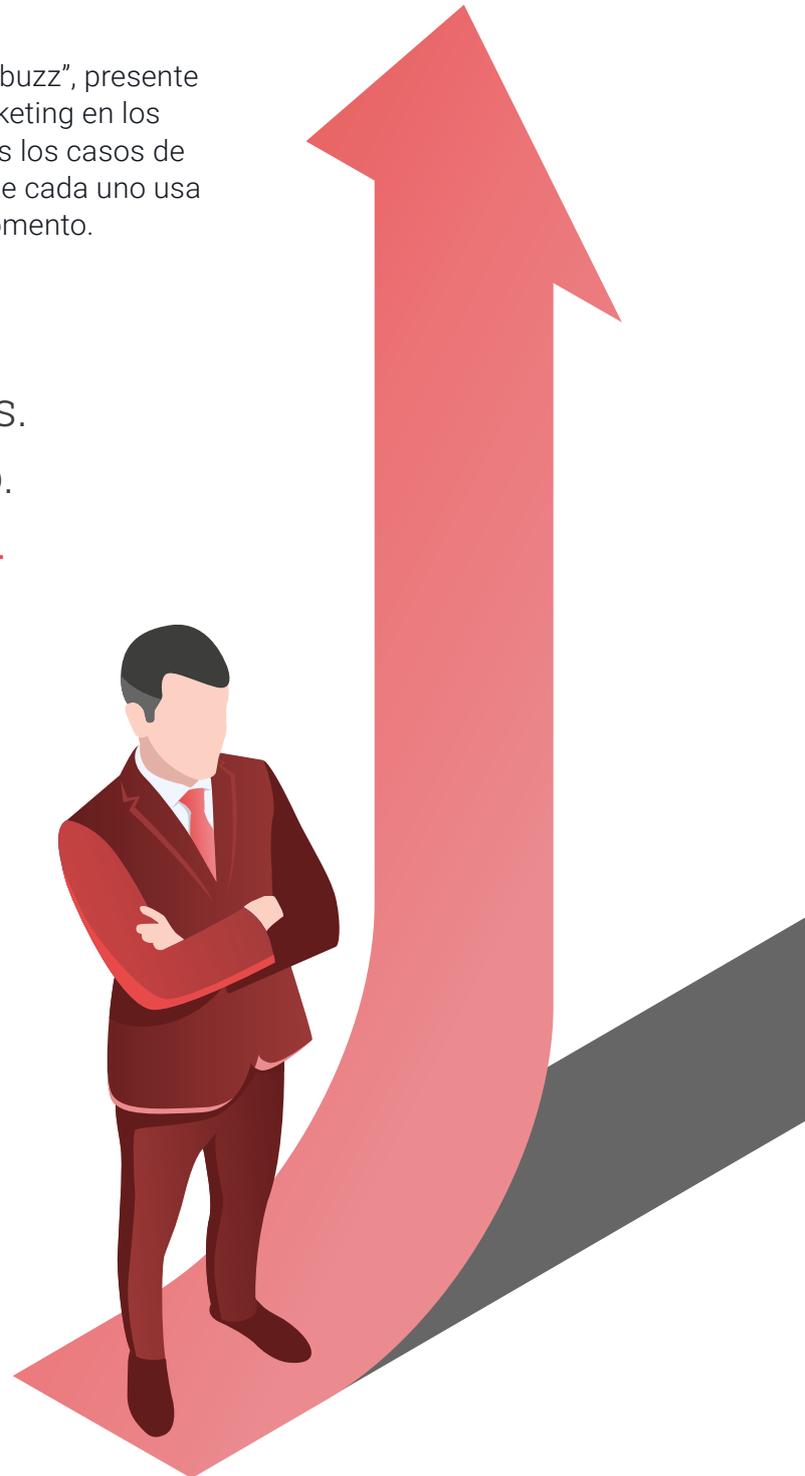
Y es que se trata de eso: Revolución.

Revolucionar los procesos.

Revolucionar el mercado.

Revolucionar tu negocio.

Los bilingües lo habrán intuido: el Growth Hacking trata de "trucar" el crecimiento, escalar de forma acelerada el volumen de usuarios, ingresos o resultados de una empresa. Y, como todo lo que lleva truco, no valen los métodos tradicionales.



¿Hackear? Suena a mal rollo...

No te equivoques. El Growth Hacking moderno no implica entrar en remoto en la base de datos de tu competencia y apagarle las luces, **sino usar métodos de análisis avanzados que nos permitan tomar decisiones lógicas basadas en cifras reales (data-driven decisions).**

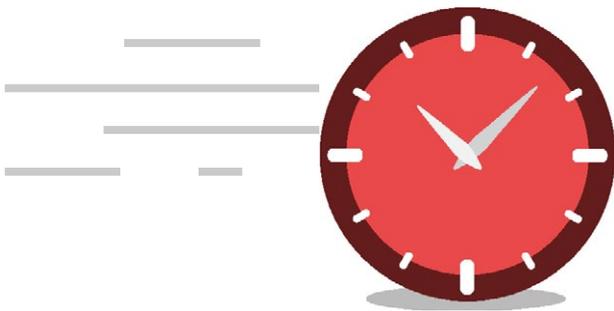
Somos expertos en auditar empresas para encontrar el punto de fuga del usuario y, con base en nuestras conclusiones, encontrar soluciones creativas para tener el mayor impacto posible. Se trata de encontrar al cliente adecuado en el momento oportuno.

Growth Hacking:

Métodos de análisis
avanzados para tomar
decisiones lógicas
basadas en cifras reales.

El porqué

¿Qué ventaja tiene el Growth Hacking sobre métodos tradicionales?

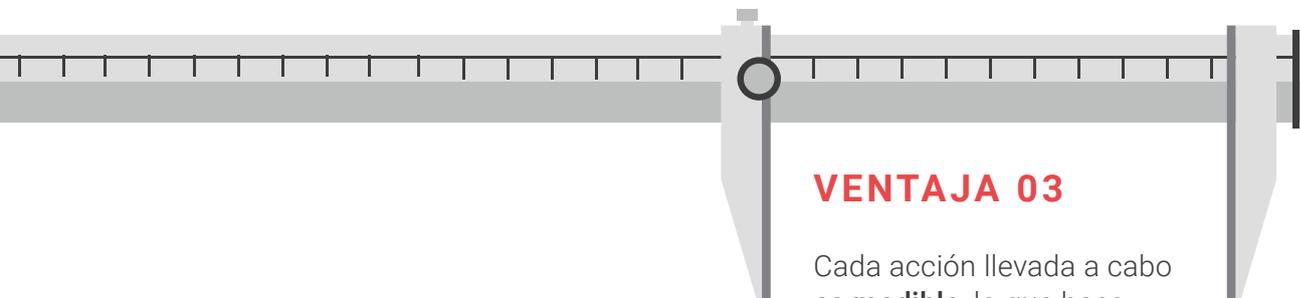
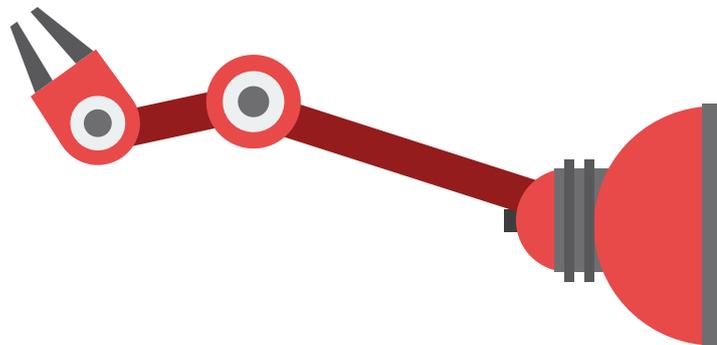


VENTAJA 01

Las campañas consiguen obtener un **gran número de impactos y llegar a una cifra elevada** de usuarios en un **tiempo reducido**.

VENTAJA 02

Ofrece la posibilidad de **crecer a bajo coste**, debido a que la **automatización de las acciones** ahorra muchas horas de trabajo manual y no requiere presupuesto en publicidad.



VENTAJA 03

Cada acción llevada a cabo **es medible**, lo que hace más fácil la optimización de procesos y la mejora de cada campaña comparada con la anterior.

El expertise de Okisam

No hay nada más tangible que un ejemplo.

Tras muchos años de experimentos, pruebas y optimizaciones, nuestro equipo ha perfeccionado una estrategia infalible de Growth Hacking en LinkedIn (aunque no es la única).

**Te vamos a explicar cada uno de los pasos de esta estrategia.
Pero primero una vista previa de los pasos:**

Paso 1 - Segmentar el público

Paso 2 - Contactar con nuestros clientes potenciales

Paso 3 - Enviar contenido de calidad

The LinkedIn logo is displayed in black text, with the 'in' part enclosed in a blue square. It is positioned over a large, stylized red and dark red geometric shape that resembles a diamond or a rounded square.

Los 3 pasos

Paso 1 - Segmentar el público

Tienes años de experiencia en tu empresa y sabes quién es tu cliente objetivo. Conoces hasta su profesión, su nivel de estudios, su puesto en la empresa... Si tuvieras a mano un listado de profesionales, con sus credenciales y habilidades, nos podrías decir sin ninguna duda cuál es tu potencial cliente y cuál no lo es.

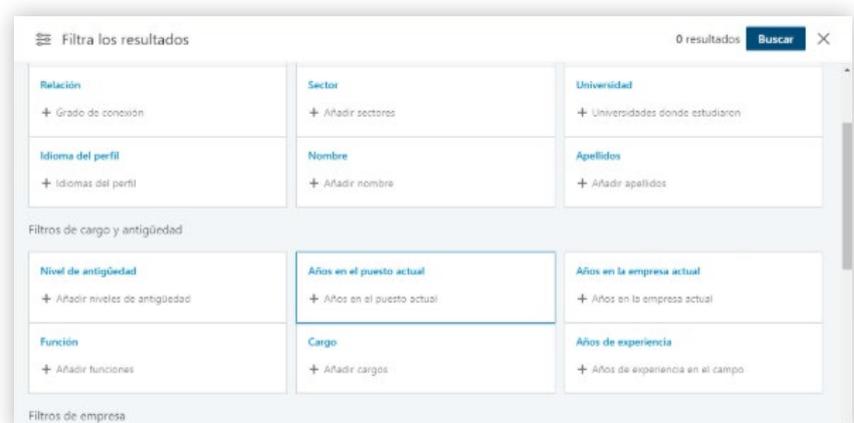
¿A que es así?

Resulta que existe este listado de profesionales: se llama LinkedIn. Es probable que tú también hayas publicado toda tu experiencia profesional en esta red que no para de crecer, ¿verdad? No obstante, hay cientos de miles de profesionales en LinkedIn, y entrar en cada perfil manualmente para detectar tus potenciales clientes es tedioso y poco eficiente.

Es por eso que el primer paso de nuestra estrategia de Growth Hacking es crear un hub de contactos en LinkedIn, usando su propia herramienta Sales Navigator. Imagínate que, en lugar de mandar un mensaje a toda la gente que trabaja en tu sector, pudieses mandar un mensaje **sólo a los directores de compra/producción/marketing de tu sector**. ¿No sería más eficiente?

Pues sí.

Con Sales Navigator, conseguimos un listado filtrado y altamente personalizado para tus necesidades, lo que aumenta considerablemente la tasa de conversión de nuestras campañas de Growth Hacking en el futuro.



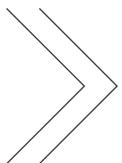
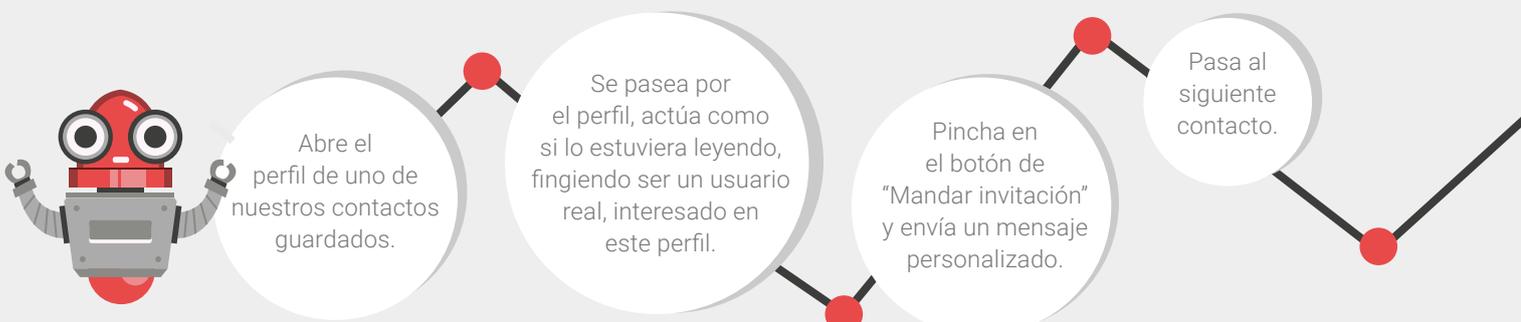
Paso 2 - Contactar con nuestros clientes potenciales

Bueno, ya tenemos un listado de gente con la que queremos contactar, qué bien. ¡Vamos a ello!

Lamentablemente, por motivos de protección de datos, no podemos enviar un mensaje directo a estos contactos porque no pertenecen a nuestra red de contactos de LinkedIn. Por lo que tendremos que enviar manualmente miles de invitaciones de contacto. Vaya rollo.

Para aportar una solución a esta limitación importante, nuestro equipo de marketing tecnológico ha desarrollado un bot. **Un bot diseñado para comportarse exactamente como lo haría un humano.**

En esta fase, nuestro bot realiza una serie de acciones:



Gracias a nuestro bot, ahorramos horas de trabajo tedioso que podemos aprovechar, por ejemplo, para preparar las siguientes fases de la campaña.

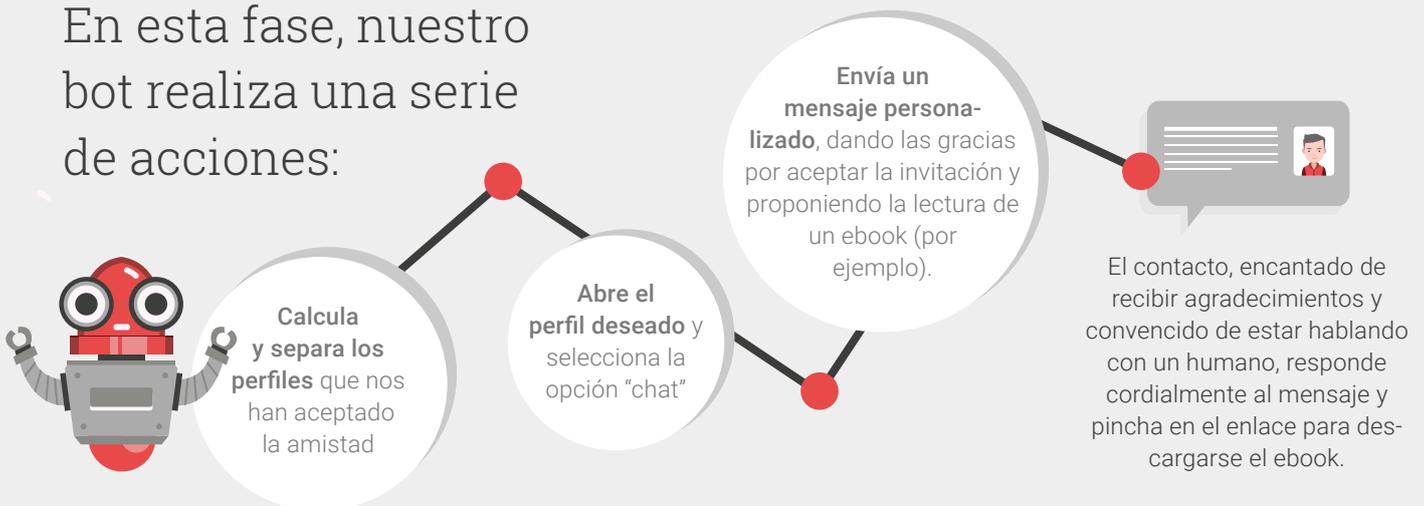
Paso 3 - Enviar contenido de calidad

Estamos bajando el embudo a pasos de gigante y, como en todo embudo, no todos nos aceptarán la invitación de contacto. Pero, los que sí aceptan nuestra invitación, **están a punto de convertirse en clientes potenciales tuyos**.

Ahora es el momento de conectar con ellos personalmente y mandarles un mensaje con un incentivo de conversión. No obstante, nos encontramos con el mismo problema que antes: ¿quién tiene tiempo para mandar un mensaje personalizado a miles de personas?

Entonces, volvemos a sacar nuestro bot para mandar un mensaje personalizado a cada uno de aquellos contactos que nos han aceptado la amistad. Gracias a la configuración avanzada de este y a nuestra segmentación cuidada, podemos llevar a cabo la **campaña de forma automatizada** en un periodo de tiempo muchísimo más reducido.

En esta fase, nuestro bot realiza una serie de acciones:



Con esta simple acción realizada por un sistema automatizado, acabamos de cumplir tres objetivos:

OBJETIVO**01**

Mensaje directo por parte de un cliente potencial. Tus equipos pueden ahora contactar directamente con él.

OBJETIVO**02**

Tráfico en la landing deseada, mejorando las cifras de calidad y enviando señales positivas a Google y otros motores de búsqueda, y ayudando a un mejor posicionamiento de la página.

OBJETIVO**03**

Descarga del ebook, captando el correo electrónico de un cliente potencial y dando la oportunidad de seguir enviándole contenido de calidad en un futuro.

Conseguir el efecto

WOW

Cada proyecto es único y sabemos que es crucial adaptar el mensaje de una campaña a su público objetivo.

Elaboramos la voz adecuada para cada campaña, basándonos tanto en tu perfil como en el perfil que contactamos.

Nuestro objetivo es que el contacto tenga la impresión de estar hablando con un humano. Esto aporta valor a la campaña y promueve una **interacción de los usuarios con la empresa**.

Estas campañas pueden servir para conseguir **nuevos leads**, **establecer alianzas** con otras empresas, **recibir consejos** de profesionales y propuestas de mejora para productos/contenidos, así como **colaboraciones con redactores** de revistas importantes.

¿Te animas a que
hackeemos tu
crecimiento?



Avenida Camí Nou, 77, 2.
46910 Benetússer (València).
Tel. 961 844 488
proyectos@okisam.com

www.okisam.com