



# Tabla De Contenidos

|   |    |
|---|----|
| Contenido   |    |
| Introducción.....   | 4  |
| El embudo de marketing de contenidos.....                             | 4  |
| Las 5 mejores formas de generar clientes potenciales rápidamente..... | 5  |
| Ofrece Imanes de Prospectos.....                                      | 5  |
| Blogs Invitados.....  | 7  |
| Apunte a Palabras Clave de Cola Larga.....                            | 9  |
| Landing Pages Centradas en el Cliente.....                            | 11 |
| Aproveche el Poder del Video.....                                     | 12 |
| Conclusión.....   | 13 |



# 5 FORMAS RÁPIDAS DE GENERAR CLIENTES POTENCIALES A TRAVÉS DEL MARKETING DE CONTENIDOS

## Introducción

La generación de leads es un aspecto importante del marketing de contenidos. Sin la generación de prospectos, básicamente solo está publicando y promocionando contenido, ¡con la esperanza de que las personas compren o se suscriban a sus productos!

Si bien esto sucede a veces en la vida real, es decir, algunas personas comprarán cosas en el acto, la verdad es que la mayoría no lo hará.

Debe tener un sistema de captura de clientes potenciales, para que pueda continuar recordando a su público objetivo que su marca existe. Puede ponerse en contacto con ellos más adelante para compartir sus noticias y actualizaciones, y persuadirlos para que avancen en su embudo de marketing de contenido.

## El embudo de marketing de contenidos

Antes de discutir los 5 principales métodos de generación de prospectos, primero permítanme compartir con ustedes qué es un embudo de marketing de contenido y por qué es tan importante en el esquema general de su estrategia de marketing de contenido.

**En general, un embudo de marketing de contenido tiene tres niveles generales:**

- Etapa de conocimiento: aquí es cuando su público objetivo se da cuenta por primera vez de su marca. Se convierten en tus clientes potenciales.

- Etapa de evaluación: aquí es donde su cliente potencial evalúa si su producto o servicio es bueno para ellos o no. En este punto, su cliente potencial se convierte en un prospecto.
- Etapa de compra: aquí es cuando su cliente potencial decide suscribirse a su servicio o producto. Su perspectiva finalmente se convierte en un cliente.

Cuando planifica su estrategia de marketing de contenido, su objetivo final es básicamente poner su marca frente a personas que no tienen idea de quién es usted y convertirlos en clientes. Suena como una orden bastante alta, ¿verdad? Eso es porque realmente lo es, pero es muy factible.

El marketing de contenidos es básicamente un juego de números. Desea que su marca esté frente a la mayor cantidad de personas posible (perteneciente a su público objetivo, por supuesto). Esto se debe a que solo un pequeño porcentaje de sus prospectos se convertirán en prospectos, y un número aún menor de prospectos se convertirá en clientes.

## **Las 5 mejores formas de generar clientes potenciales rápidamente**

Entonces, estas son las principales técnicas que puede aplicar para ayudarlo a generar clientes potenciales rápidamente.

### **Ofrece Imanes de Prospectos**

Los imanes de prospectos son una de las mejores maneras de hacer que

las personas se registren en su lista de correo. A menudo escuchará esto mencionado en la comunidad de marketing en línea: "El dinero está en la lista". Muchos vendedores exitosos defienden este dicho. Entonces, si desea que las personas se suscriban a su lista, aprenderá a usar imanes de prospectos.

Ahora, técnicamente los imanes de plomo son 'sobornos'. Esto se debe a que básicamente estás 'sobornando' a las personas para que den sus datos de contacto, como sus direcciones de correo electrónico o números de teléfono, a cambio de tu lead magnet.

Por supuesto, puede simplemente colocar un letrero en su sitio web pidiendo a las personas que ingresen su nombre y dirección de correo electrónico o cualquier otra información que desee. Sin embargo, la gente preguntará: "¿Por qué debería darle mis datos?" o "¿Qué hay para mí?"

Y aquí es donde entra la magia de los leads magnets. Cuando ofreces a las personas un 'soborno' que no pueden resistir, algo tan valioso y útil para ellos, estarán mucho más dispuestos a renunciar a su contacto. información

Se dirán a sí mismos: "En realidad, necesito este libro electrónico o esta guía. La información es realmente útil. ¡No puedo creer que solo me pidan mi dirección de correo electrónico a cambio de esta información que cambia la vida!".

¿Ves lo que pasó allí? ¡La gente se convence más fácilmente de seguir tu llamado a la acción si les das lo que quieren!

Hay muchos tipos de imanes de plomo que puede utilizar. Los más comunes que verá en Internet son libros electrónicos descargables en PDF, informes, libros blancos, listas de verificación, etc. ¡También verá algunas marcas que ofrecen cursos por correo electrónico o cursos en video a cambio de las direcciones de correo electrónico de las personas!

Para averiguar cuál es el mejor lead magnet para su marca, es posible que deba realizar algunas pruebas divididas. Lo importante a tener en cuenta es que los mejores imanes de prospectos responden a los puntos débiles de las personas. Idealmente, no debería ser algo a lo que puedan buscar fácilmente la respuesta en Google.

Haga todo lo posible en sus imanes de plomo. ¡Haz que sea lo suficientemente valioso y gratificante, para que tu audiencia sienta que realmente no tiene más remedio que dar sus datos de contacto!

## **Blogs Invitados**

Los blogs de invitados son una forma popular de lograr que nuevas personas aprendan más sobre su marca y su negocio. Básicamente, está publicando su contenido en el sitio web de otra persona. Obtiene una exposición instantánea al tráfico altamente dirigido y puede expandir inmediatamente su red (¡básicamente ampliando su embudo de marketing de contenido!).

Ahora, los blogs de invitados pueden parecer fáciles. Pero hay un montón de trabajo que sucede detrás de escena. Por ejemplo, no todos sus sitios de destino pueden aceptar publicaciones de invitados. Debería buscar sitios que sean muy relevantes para su propia industria.

También debe tener un buen historial. Esto significa que no te aceptarán como bloguero invitado si nadie sabe quién eres. Por lo tanto, debe haber publicado algunas publicaciones de blog valiosas en su propio sitio (u otros) para que otros webmasters consideren su solicitud.

Puede señalarlos fácilmente a su cartera. A partir de ahí, pueden ver por sí mismos si tienes lo que se necesita para contribuir a su sitio web.

Al presentar su solicitud a los webmasters, debe investigar. Debe verificar si tienen pautas de contenido. También necesita saber qué tipo de contenido le gusta a su audiencia. Piense en usted como alguien que escribe regularmente para ese sitio y se preocupa por su audiencia.

Lograr que se apruebe tu solicitud de publicación de invitado es la parte más difícil. Es probable que no reciba noticias de la mayoría de los sitios a los que se comunica. Pero, una vez que superas ese obstáculo y comienzas a trabajar en tu contenido, ¡ahí es donde comienza la verdadera diversión!

Algunos sitios tienen guías editoriales estrictas que debes seguir. Por ejemplo, solo puede usar un enlace en toda la publicación, o que debe tener una cierta cantidad de palabras, o solo puede vincular a su sitio a través del cuadro de autor.

Debería tener todo esto en cuenta y descubrir cómo puede escribir su contenido de tal manera que las personas sientan la curiosidad de querer saber más sobre usted. Esto hará que la gente quiera visitar tu sitio y formar parte de tu comunidad.

## Apunte a Palabras Clave de Cola Larga

Una de las bases de una estrategia exitosa de marketing de contenidos es el blogging. Y cuando se trata de blogs, cuanto más largo y valioso sea el contenido, mejor será para el SEO de su contenido. Cuando su contenido está optimizado para SEO, entonces tiene mejores posibilidades de obtener una clasificación alta en los motores de búsqueda.

Es importante mencionar que las palabras clave no son iguales. Hay palabras clave cortas y palabras clave largas. Las palabras clave cortas tienen de 1 a 2 palabras de longitud, mientras que las palabras clave largas tienen más de 3 palabras.

Como puede imaginar, hay toneladas de competencia para las palabras clave de cola corta. Normalmente, los sitios que aparecen en la primera página de los resultados de búsqueda de Google son sitios bien establecidos con cientos o miles de otros sitios con enlaces a ellos.

¿Cómo crees que puedes destronar a estos sitios de autoridad cuando solo has existido durante unos meses o unos años y solo tienes unos pocos vínculos de retroceso a tu sitio?

Aquí es donde entran las palabras clave de cola larga. Cuando se dirige a palabras clave largas, básicamente busca palabras clave con volúmenes de búsqueda más bajos, pero con mucha menos competencia también.

¡Esto significa que tiene mejores posibilidades de clasificarse en la primera página de los motores de búsqueda y que su público objetivo

encuentre el camino a su sitio web!

Al elegir las palabras clave de cola larga para orientar, debe considerar la intención detrás de cada palabra clave. Hay 3 tipos básicos de intención de búsqueda:

- Palabras clave de navegación: son búsquedas de una marca o sitio web en particular
- Palabras clave informativas: son búsquedas de un tipo específico de información (no de naturaleza comercial)
- Palabras clave transaccionales: son búsquedas en las que el usuario pretende realizar algunas transacciones comerciales

Los tipos de palabras clave más rentables son, por supuesto, las palabras clave transaccionales. Estas son las palabras clave con intención comercial o de compra detrás de ellas. ¡Idealmente, desea orientar este tipo de palabras clave porque estas son las personas que están listas para tomar una decisión de compra!

Pero no todos están esperando la oportunidad de comprar o gastar su dinero en algún producto aleatorio en línea. Más bien, la gran mayoría de las búsquedas son de naturaleza informativa.

Para su estrategia de marketing de contenido, se enfocará en palabras clave de cola larga tanto informativas como transaccionales. ¡Esta es la mejor manera de obtener la mayor cantidad de tráfico de búsqueda para ingresar a su embudo de marketing y convertirse en sus clientes

potenciales!

## Landing Pages Centradas en el Cliente

La última herramienta para la generación de prospectos se llama página de destino. Es básicamente una sola página cuyo objetivo principal es obtener la dirección de correo electrónico de un visitante u otros detalles de contacto. Los imanes de prospectos y las páginas de destino funcionan muy bien juntos.

Su página de destino tendría un formulario de prospectos donde las personas pueden ingresar su nombre, dirección de correo electrónico, etc. Una vez que ingresan sus detalles, obtienen acceso al imán de prospectos prometido.

Todo es muy simple y directo en la naturaleza. Pero si desea que su página de destino tenga buenas tasas de conversión, debe seguir los consejos a continuación.

- **Debe tener una llamada a la acción (CTA) impactante.** No utilices simplemente un botón CTA genérico como "enviar" o "suscribirse". ¡Ya no es 2012! Si desea convencer a las personas para que se registren en su lista, debe hacerla muy persuasiva.
- ¡Incluso puede usar el principal beneficio de su lead magnet como CTA de su página de destino! No tengas miedo de experimentar. Vea qué funciona mejor para su audiencia.

- **Dile a tus prospectos exactamente lo que van a obtener.** No se ande con rodeos y juegue tímido aquí. Su página de destino es su momento "esto es todo". Enumere las razones por las que no pueden dejar pasar su lead magnet.
- ¡Díales cómo los beneficiará y cómo puede cambiar sus vidas o mejorar sus negocios! Usa palabras poderosas y persuasivas para convencer a las personas de que sigan tu CTA.
- **Use más que solo texto en su página de destino.** El texto es poderoso, pero a veces necesitas un medio visual para ayudar a convencer a las personas de tu lado. Si puede agregar un video breve y personal a su página de destino, hágalo. Hará que sea más fácil para las personas relacionarse contigo y parecerás mucho más humano.
- **El diseño importa.** Si no piensa en el diseño de su página de destino, entonces podría estar perdiendo el tiempo. Una página de destino mal diseñada puede desanimar a los visitantes rápidamente, así que asegúrese de que su página de destino sea visualmente atractiva.

Solo entonces las personas realmente leerán el texto de su página de destino y verán si es algo adecuado para ellos.

### Aproveche el Poder del Video

Hay una razón por la cual YouTube es el segundo sitio web más grande del mundo. ¡Es porque el video es mucho más fácil de consumir que el texto! Y ni siquiera necesita invertir miles de dólares en equipos de video

de nivel profesional de alta gama. Con solo la cámara de su teléfono inteligente, puede comenzar a filmarse y dar a conocer su marca al mundo.

Hay tantos lugares donde puede aprovechar el poder del video. Para comenzar, sube tus videos a YouTube. Luego, puede insertar el enlace de su video en las publicaciones de su blog o en sus páginas de destino. También puede vincularlo en sus propiedades de redes sociales.

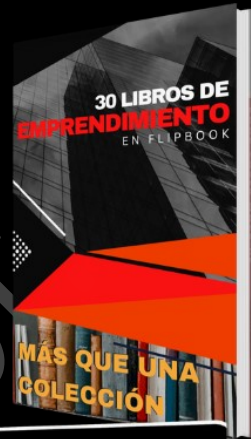
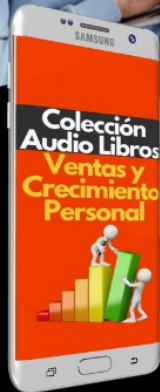
Cuando subas a YouTube, solo asegúrate de agregar enlaces a tu sitio web o a tus páginas de destino en la descripción del video. También puede agregar anotaciones al video para alentar a las personas a visitar su sitio.

¡Lo mejor del video es que puedes ser creativo fácilmente con él! Hay muchos lugares en línea donde puede incrustar y compartir sus videos. Esto significa que hay muchas oportunidades para que las personas sepan más sobre usted y su negocio.

## **Conclusión**

La generación de prospectos debe estar a la vanguardia de sus objetivos de marketing de contenido. Si no tiene un sistema para capturar sus clientes potenciales, podría estar desperdiciando toda su campaña de marketing de contenido.

Con las 5 técnicas que hemos descrito en este breve informe, ¡estará mucho más cerca de lograr el éxito que siempre ha soñado!



MÁS QUE UNA COLECCIÓN



WORLD

# Gracias

Agradecemos sus comentarios

No dude en ponerse en contacto con nosotros para cualquier comentario o pregunta



**webemprendedor**