

Mini Workshop

Cómo convertir a fans en clientes

vn *Vilma Núñez*



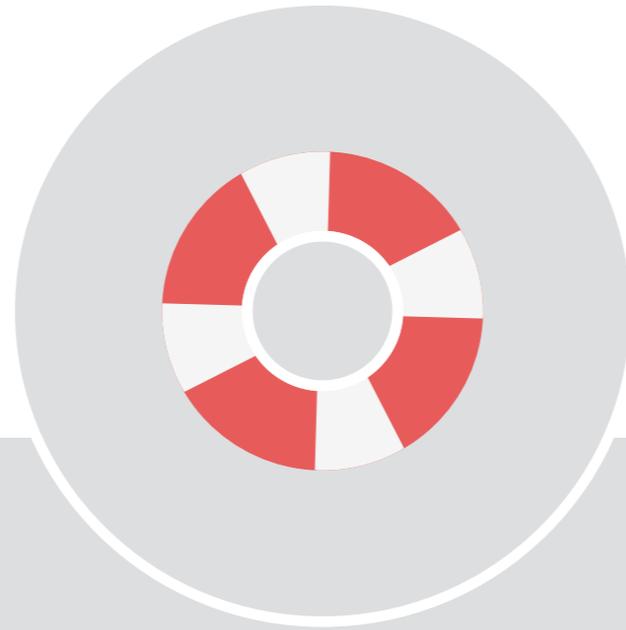
ALGUNOS DATOS

Unos curiosos y otros interesantes



Los clientes están evolucionando y las marcas siguen actuando igual que hace unos años.

La cruda realidad



Los clientes son un 71% más propensos a comprar gracias a referencias en redes sociales

Hubspot



Cuando un producto de belleza aumenta sus reviews de 1 a 15, las ventas suben hasta un 56%

Retail and Travel



En Internet la gente espera cosas gratis o descuentos. De lo contrario esperan buenos comentarios relacionados a cosas de pago.

La cruda realidad



La gente cree más en la recomendación de un extraño que en un anuncio de TV

La cruda realidad

FUNNEL

para convertir a fans en clientes fieles

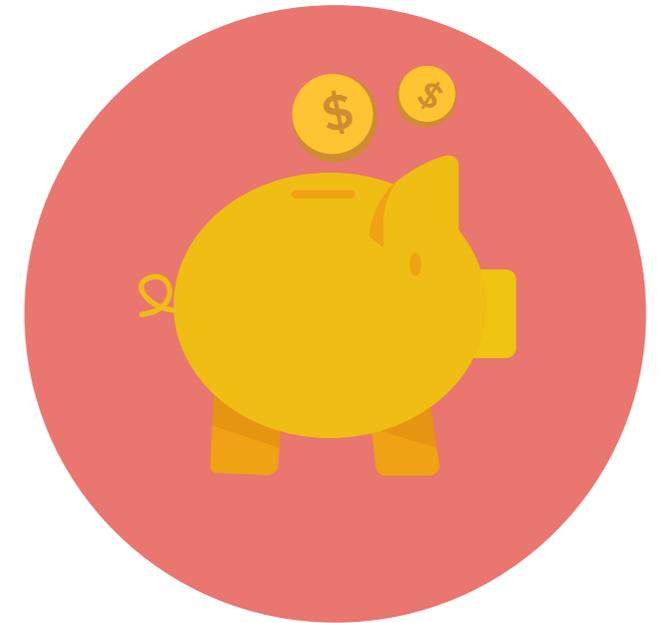
Ciclo de conversión de fans a clientes



Medios online

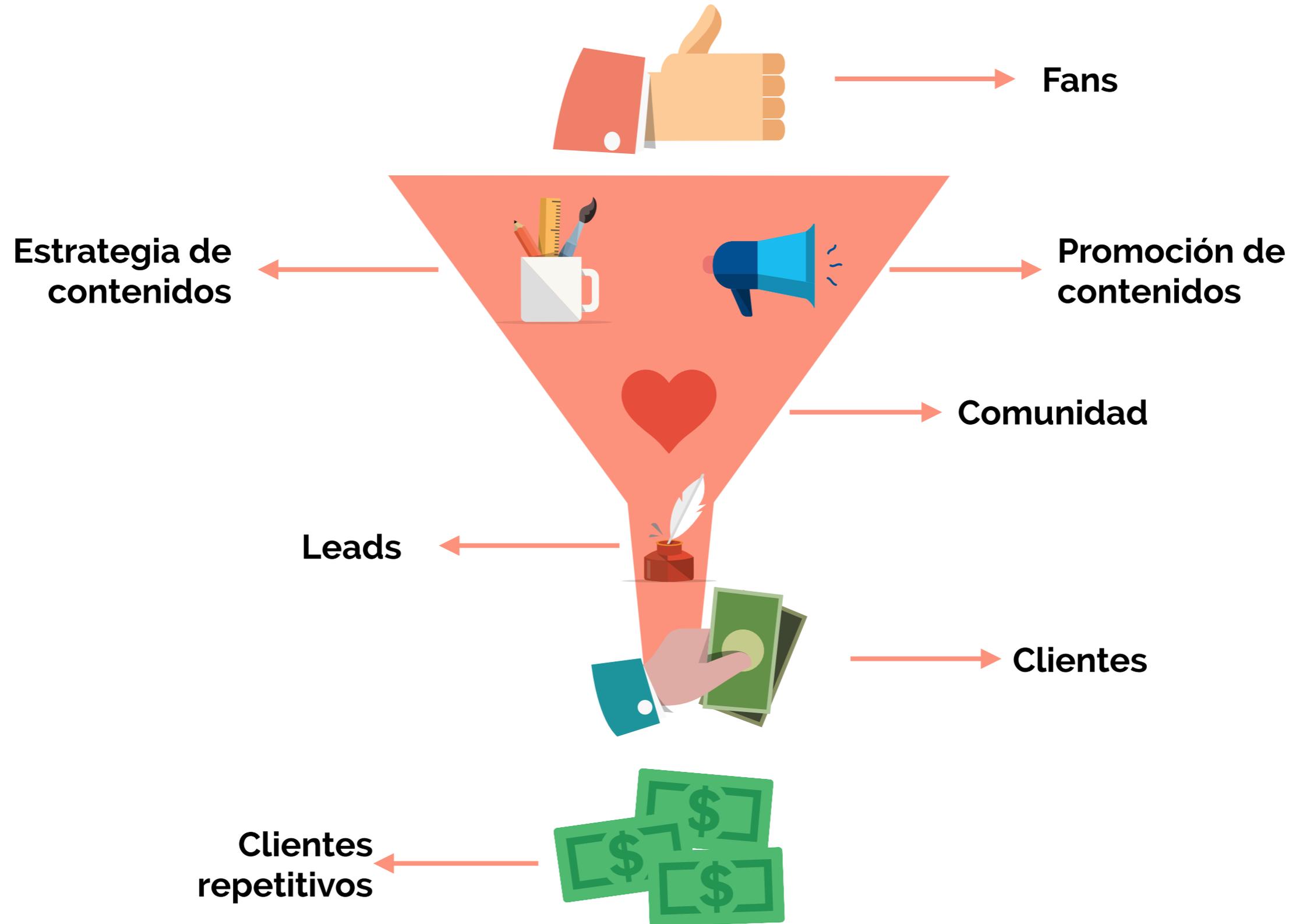


Comunidad

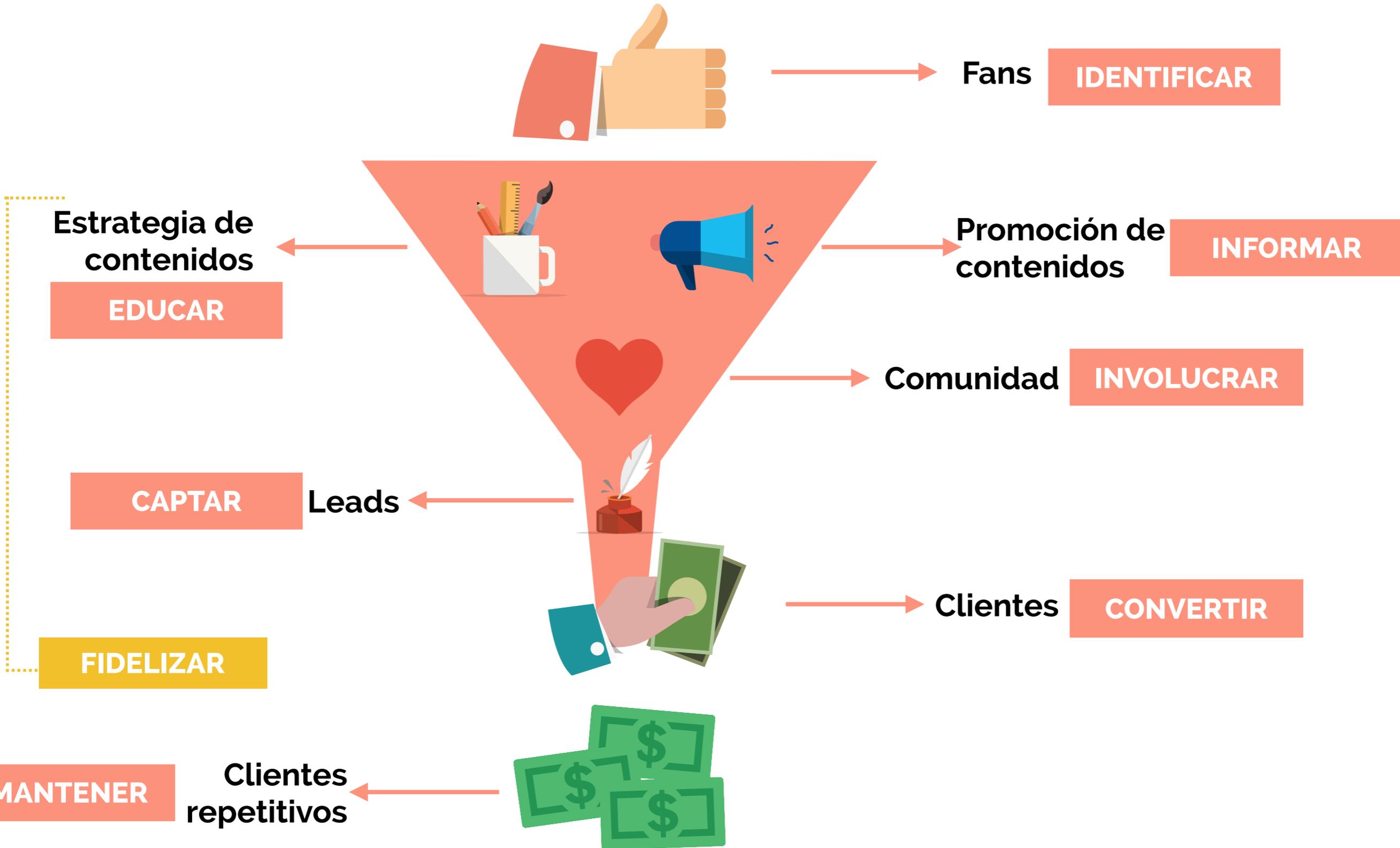


Ganancias

Funnel conversión de fans a clientes



Funnel conversión de fans a clientes



ESTRATEGIAS

para convertir a fans en clientes fieles

Estrategias para convertir a fans en clientes



Contenidos

- Informar
- Educar
- Seducir
- Convencer



Promoción

- Promocionar productos y servicios
- Descuentos
- Ofertas
- Viralidad



Fidelización

- Regalar
- Contenido inédito
- Descuento y ofertas exclusivas



Relaciones Públicas

- Llegar a más personas
- Ofertas y contenidos únicos
- Valor adicional

Estrategias para convertir a fans en clientes



Storytelling

- Enamorar
- Seducir
- Convencer



Email-Marketing

- Promocionar
- Recordar
- Convencer
- Vender



Comunidad

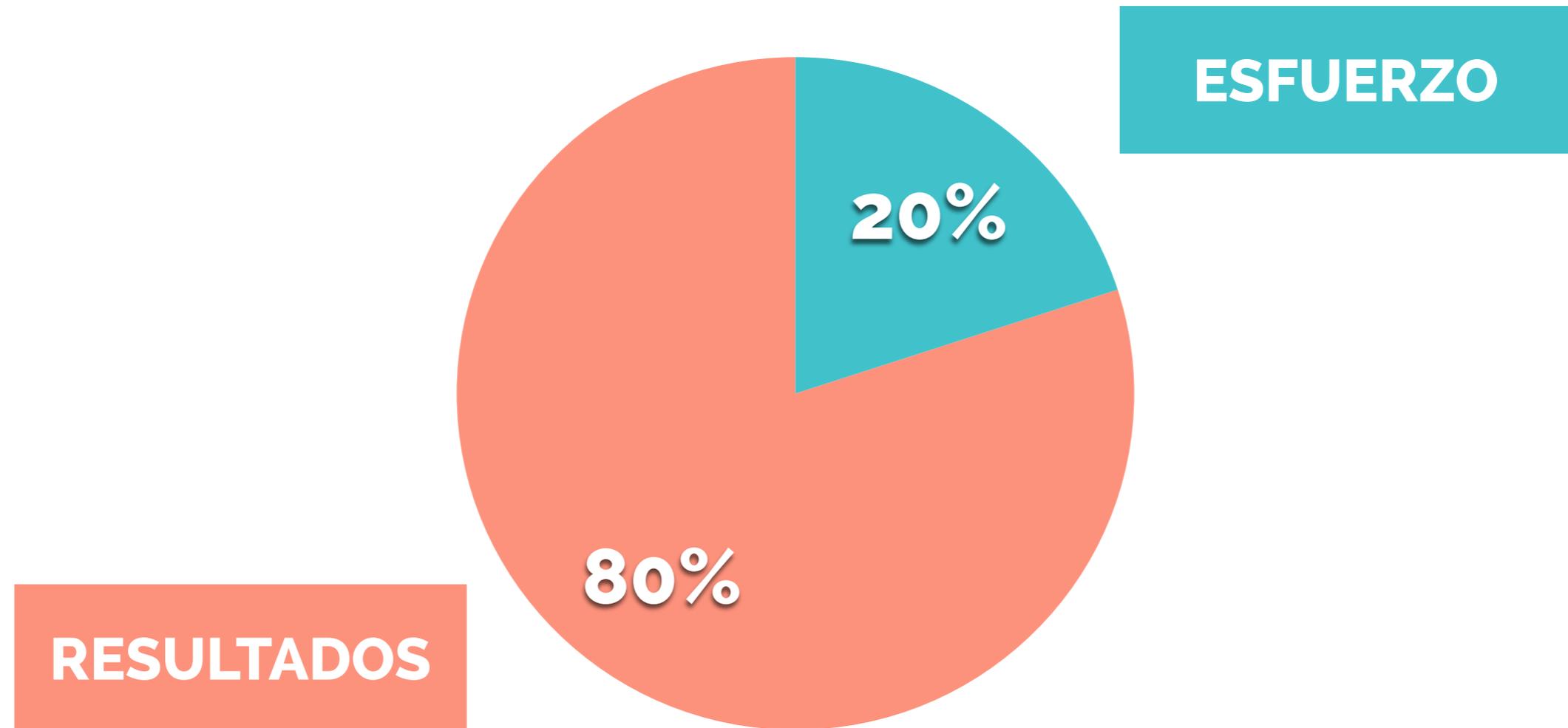
- Mejorar conversión
- Mejorar engagement
- Utilizar influenciadores
- Vender



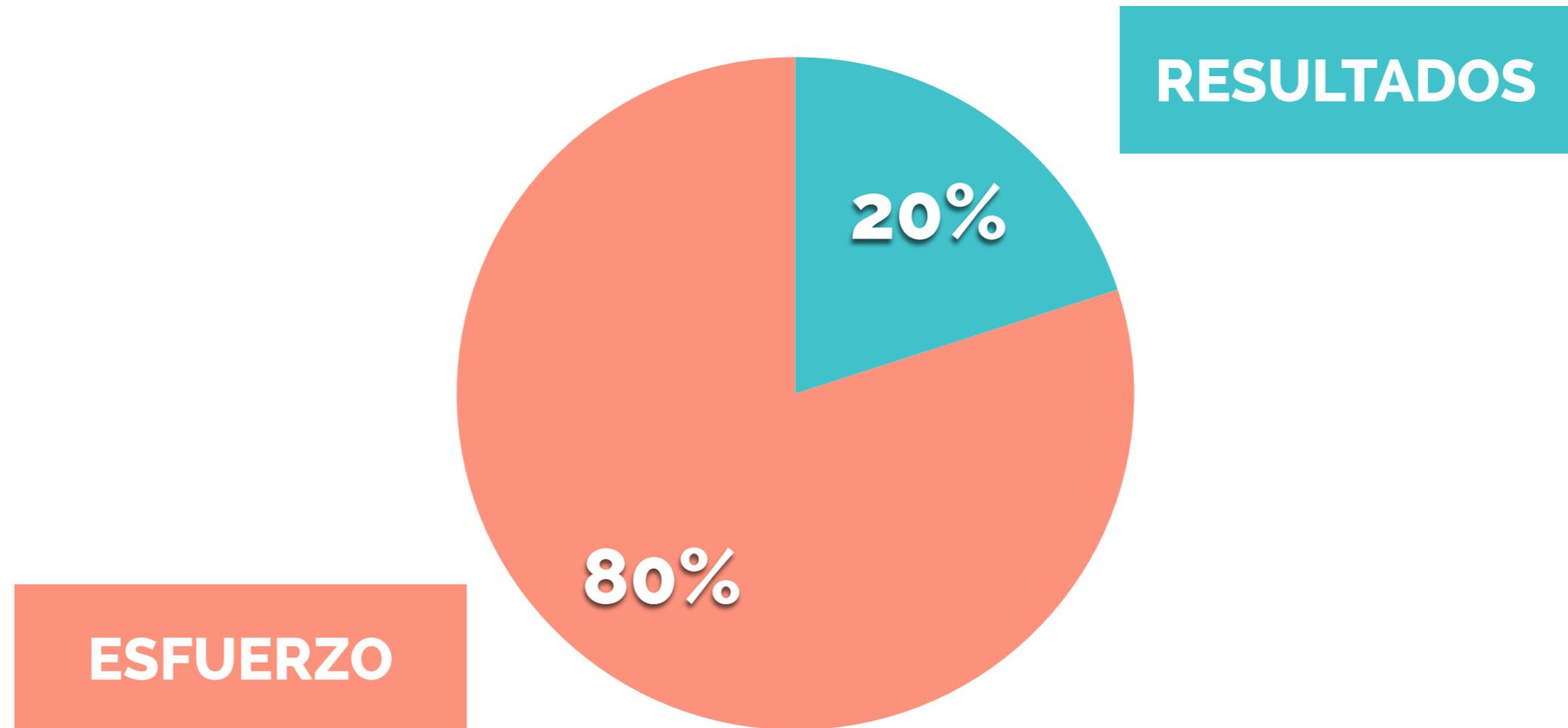
Venta

- Promoción
- Descuentos
- Ofertas

Cómo tiene que ser tu estrategia



Cómo es tu estrategia



Contenidos de EGO-BRANDS

Carrefour  Del 13 al 25 de mayo

Trae tu antiguo televisor* y consigue hasta 150€ de descuento



TV LED 42" LG 42LA620

- Full HD 3D Smart TV con WiFi
- USB grabador
- Procesador TripleXD-Engine Dual Core 6x
- 200 Hz MCI
- Incluye 4 gafas 3D

499€ -150€

349€

RENOVE Carrefour

* Descuento aplicable solo para TV de 39" o más, con TV función como soporte (imagen y sonido) (ver modelo, calidad y precio).
* Se trata de TV de tubo, LCD, plasma o LED. Consigue un descuento al comprar otro: al traer un televisor de tubo 30€ de descuento, o un televisor LCD, LED o plasma de menos de 39" 40€ de descuento, de 39" a 50" 80€ de descuento y de más de 50" 100€ de descuento.

carrefour.es   **Síguenos en**

Cómo reacciona el público con las EGO-BRANDS



ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

para convertir a fans en clientes fieles

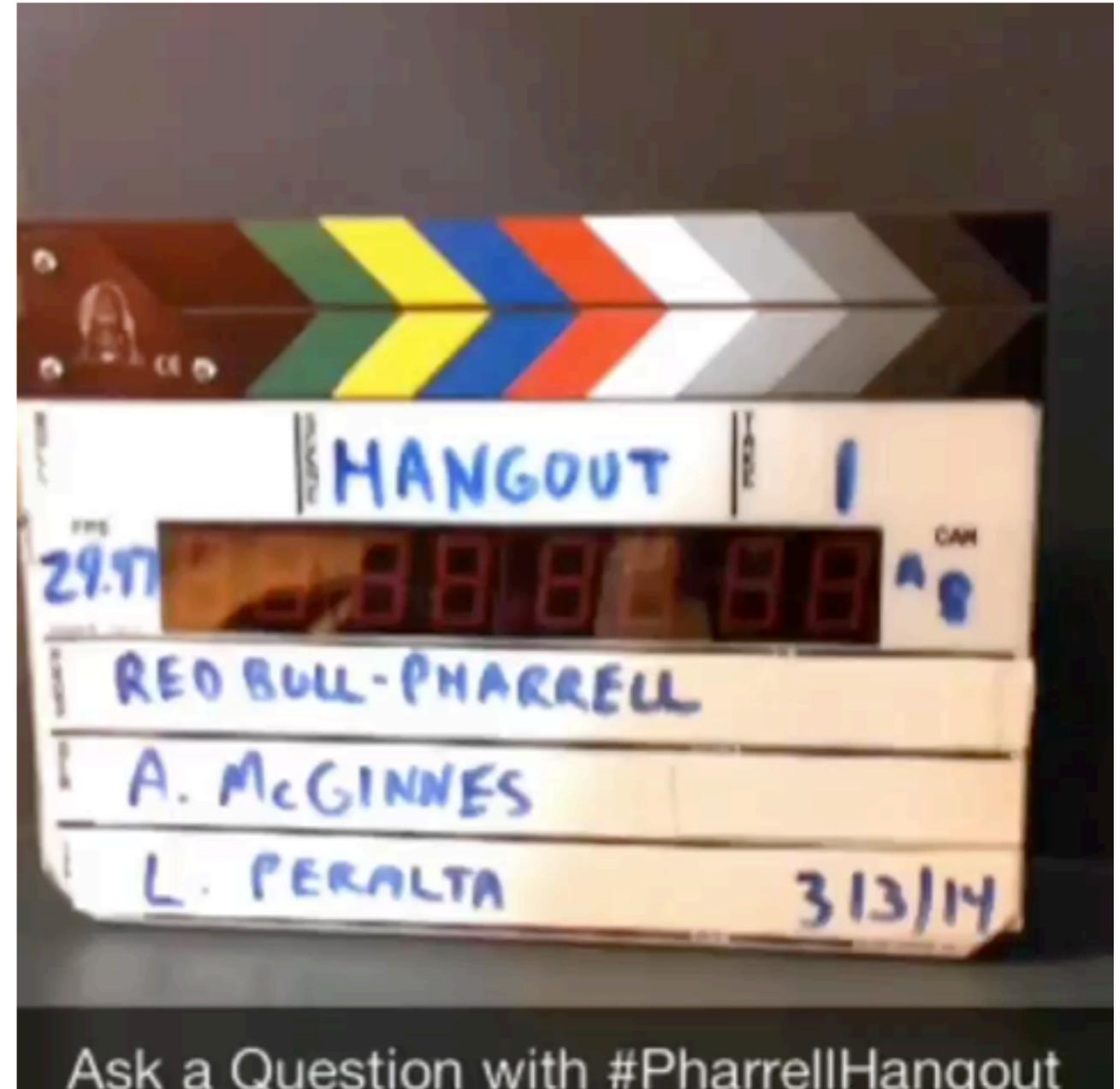


Estrategia de contenidos

La mejor estrategia tiene...



Estrategia de contenidos basada en transparencia



Estrategia de contenidos que saca sonrisas

**PROMETO
~~NO~~ COMER
MÁS CHOCOLATE**



Vídeo

**QUERER A TU PADRE
ES ACEPTARLO EN FACEBOOK
SABIENDO QUE PODRÁ VER
TODO LO QUE PUBLIQUES.**

Tómate un respiro, toma un kit kat ®



Estrategia de contenidos personalizada público

 **KitKat**
March 29

Esta madrugada nos quitan una hora, y para que no haya dudas...



A LAS **SERÁN LAS**

Tómate un respiro, toma un kit kat®

Aquí va nuestro selfie post Oscars. Best photo ever.
#Selfie



¿Alguien se atreve a llevarle la contraria a Google?
Feliz día, mujeres. El respiro de hoy es para vosotras.

 las mujeres

- las mujeres pueden hacer dos o más cosas a la vez
- las mujeres rien más y más alto
- las mujeres son cada vez más perfectas
- las mujeres son más inteligentes y más fuertes que los hombres

Estrategia de contenidos para educar



Blog con contenidos interés



Estrategia de contenidos para ayudar a clientes

Plantilla para crear imagen no fan y miniatura pestaña en Facebook

October 6, 2013 | Bloonder



Siguiendo con las plantillas para crear diseños en los concursos de Bloonder os comparto una nueva que sirve para crear los diseños de las pestañas de Facebook.

¿Para qué sirve la plantilla?

- Para crear una imagen de no fans, ...

[Read More](#)

Plantilla para crear cabeceras en Bloonder

October 6, 2013 | Bloonder



Entendemos que no todos los creadores de nuestra plataforma saben utilizar herramientas de diseño gráfico como Photoshop e Illustrator, por lo que hemos preparado plantillas de Power Point que permiten crear cabeceras para los concursos de nuestra plataforma.

Pantallazo plantilla ...

[Read More](#)

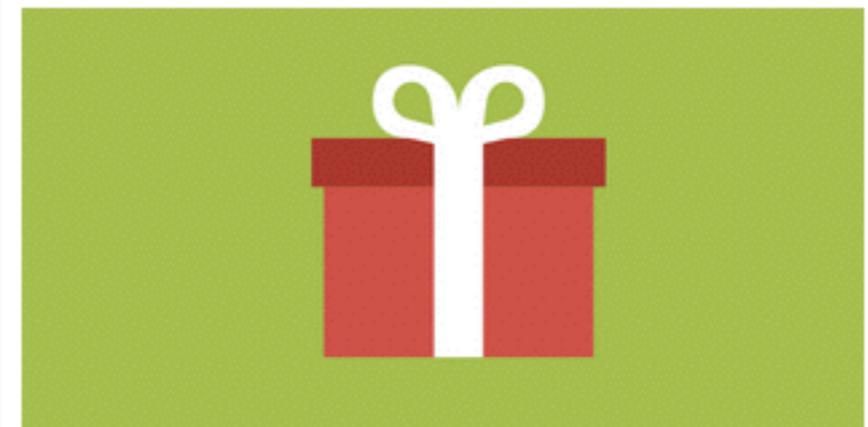
[Blog](#) [Plantillas](#)

Cómo elaborar un pr para concursos online

September 28, 2013 | Bloonder

E-Book – Los Concursos Online

August 21, 2013 | Bloonder



Estrategia de contenidos para ayudar a clientes

Índice Correo

- El concurso está creado, ahora te toca promocionarlo
- Recursos gratuitos

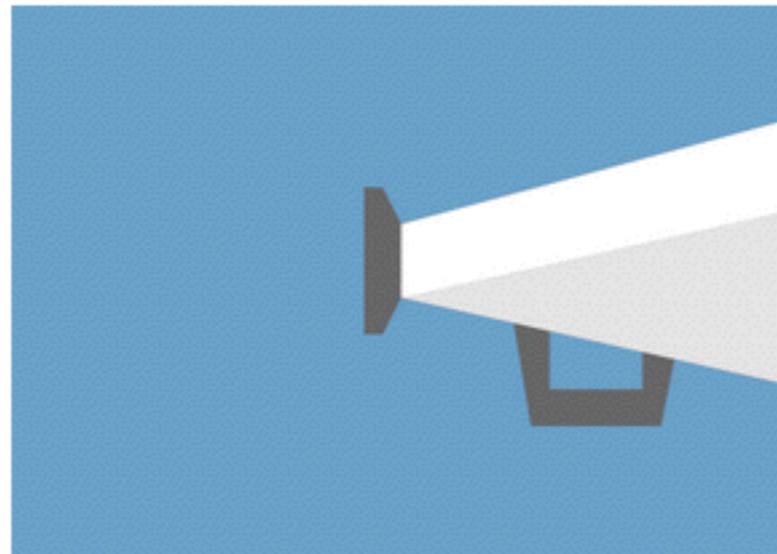
Te recomendamos

E-Book Concursos Online



Si quieres conocer todo sobre el maravilloso mundo de los concursos online no dejes de leer nuestro e-book de Concursos Online escrito por nuestra co-fundadora Vilma Núñez.

El concurso está creado, ahora te toca promocionarlo

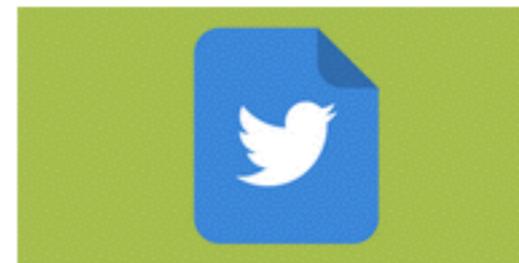


El primer paso de crear un concurso ya lo has completado, ahora te toca promocionarlo a través de todos los canales que consigas buenos resultados.

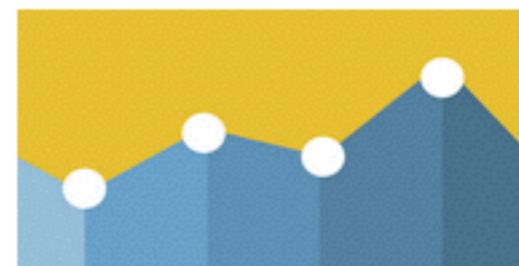
Si quieres saber consejos y trucos no dejes de leer nuestras recomendaciones en el [blog de Concursos a la Carta](#).

Recursos gratuitos

Te ofrecemos plantillas gratuitas para ayudarte a gestionar tus promociones en Bloonder.com



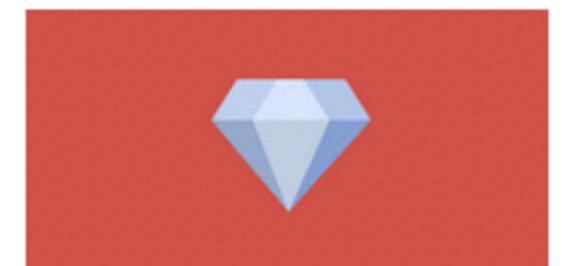
Bases Legales para Twitter



Plantilla para resultados concursos en redes sociales



Bases Legales para Facebook



Plantilla para crear presupuesto concurso online

Newsletter

Estrategia de contenidos para educar

Diccionario de Concursos Online

			
<p>¿Qué es el fraude y cómo evitarlo? June 12, 2014</p>	<p>¿Qué son los objetivos promocionales? June 12, 2014</p>	<p>¿Qué es mecánica promocional? June 8, 2014</p>	<p>¿Qué son las bases legales? June 8, 2014</p>
			
<p>¿Qué es un sorteo? June 8, 2014</p>	<p>¿Qué es un concurso online? June 8, 2014</p>		

Herramienta para crear concursos y sorteos en redes sociales

El primer concurso en **bloonder** es GRATIS

Estrategia de contenidos para incentivar compras

La mejor
MADRE
del mundo

Crea un concurso para el día de las madres

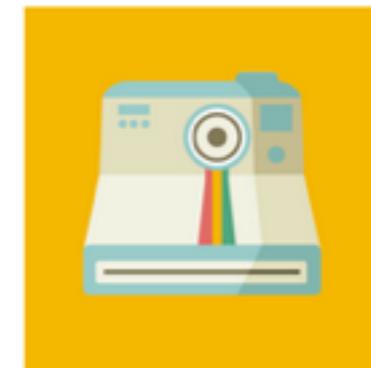
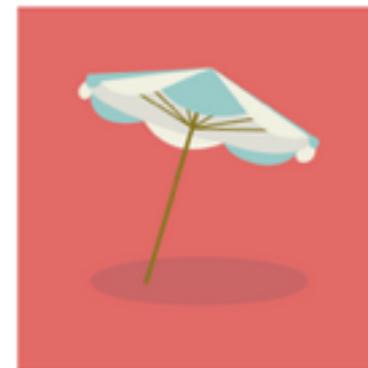
Ya queda muy poco para el día de las madres, fecha en la cual las marcas pueden aprovechar para conectar con su comunidad. Aprovechala para aumentar tus fans o simplemente incentivar tus productos o servicios.

A través de nuestra plataforma puedes crear el mejor concurso de Twitter o Facebook para celebrar el grande el día de las madres.



¡Ya llega el verano!

Ya llega la hora de guardar los abrigos y las bufandas, y sacar los bañadores, los vestidos de flores, las camisetas, los bronceadores, y darle la bienvenida a la estación más esperada del año. Y qué mejor excusa para crear un concurso online y cumplir nuestros objetivos de marca que la llegada del verano. Forma parte de las vacaciones de público objetivo y suma seguidores.



ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

para convertir a fans en clientes fieles



Puntos claves para estrategias fidelización

1

Personalización del contenido

2

Contenidos enfocados a educar

3

Ofrecer más contenidos de fidelización que de venta

4

Adaptación de los procesos

5

Personalizar toda la experiencia de compra

6

Analizar el feedback e implementar mejoras

7

Evolucionar en todo momento

Estrategia de fidelización



Ideas para fidelizar

1

Ofrecer un contenido único a los suscriptores o seguidores

2

Ofrecer contenido antes de lanzamiento

3

Invitaciones a eventos privados

4

Upgrades gratuitos

5

Regalos

6

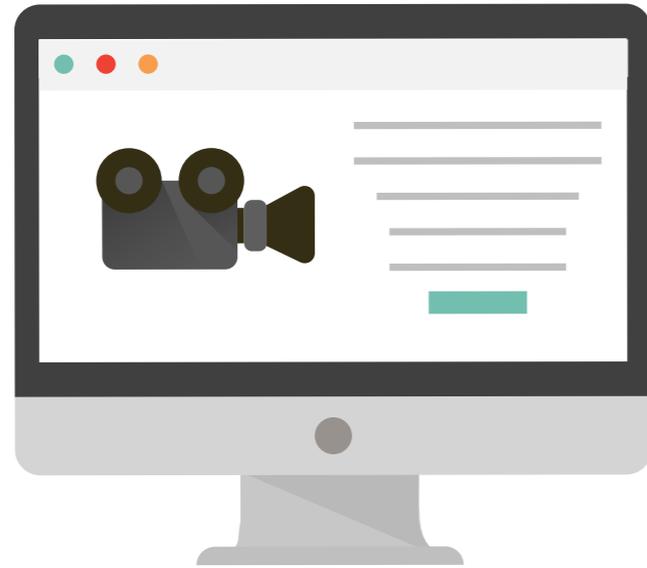
Descuentos

7

Ofertas y packs

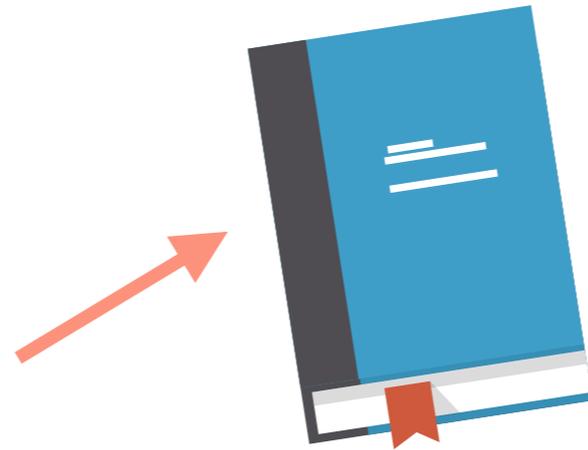


Ejemplo de fidelización



**PRODUCTO:
CURSO ONLINE**

99,99€



**COMPRADORES
E-BOOK**

45€ - 55%



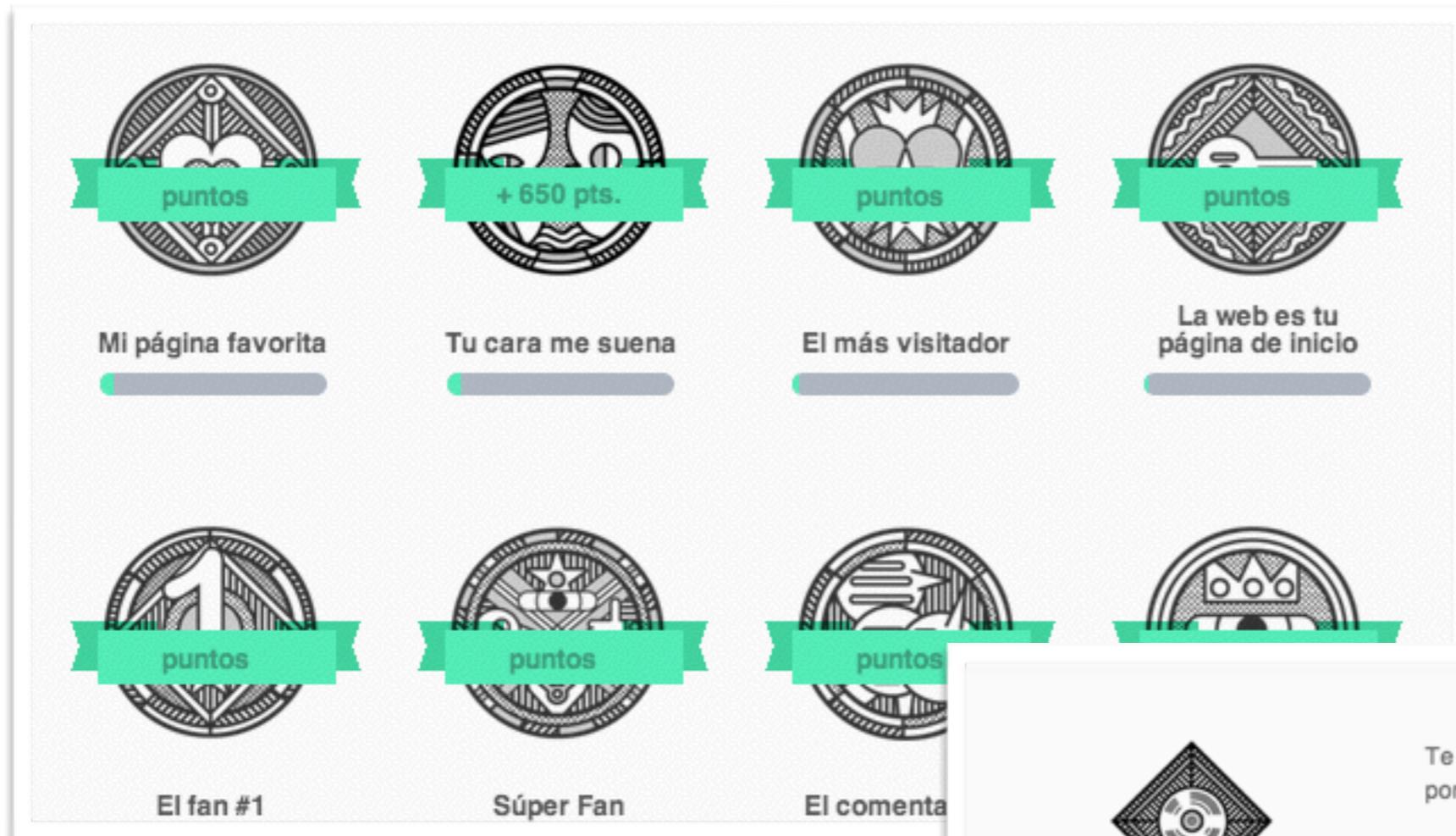
NUEVOS CLIENTES

59,99€ 40%

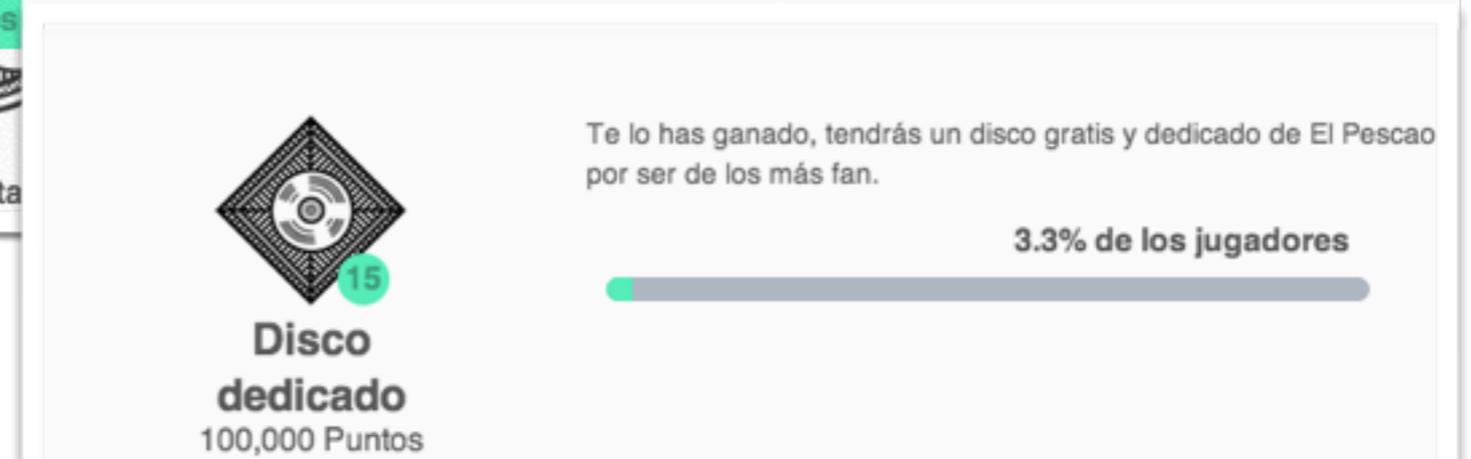
Ejemplo de fidelización - Web El Pescao



Ejemplo de fidelización - Web El Pescao

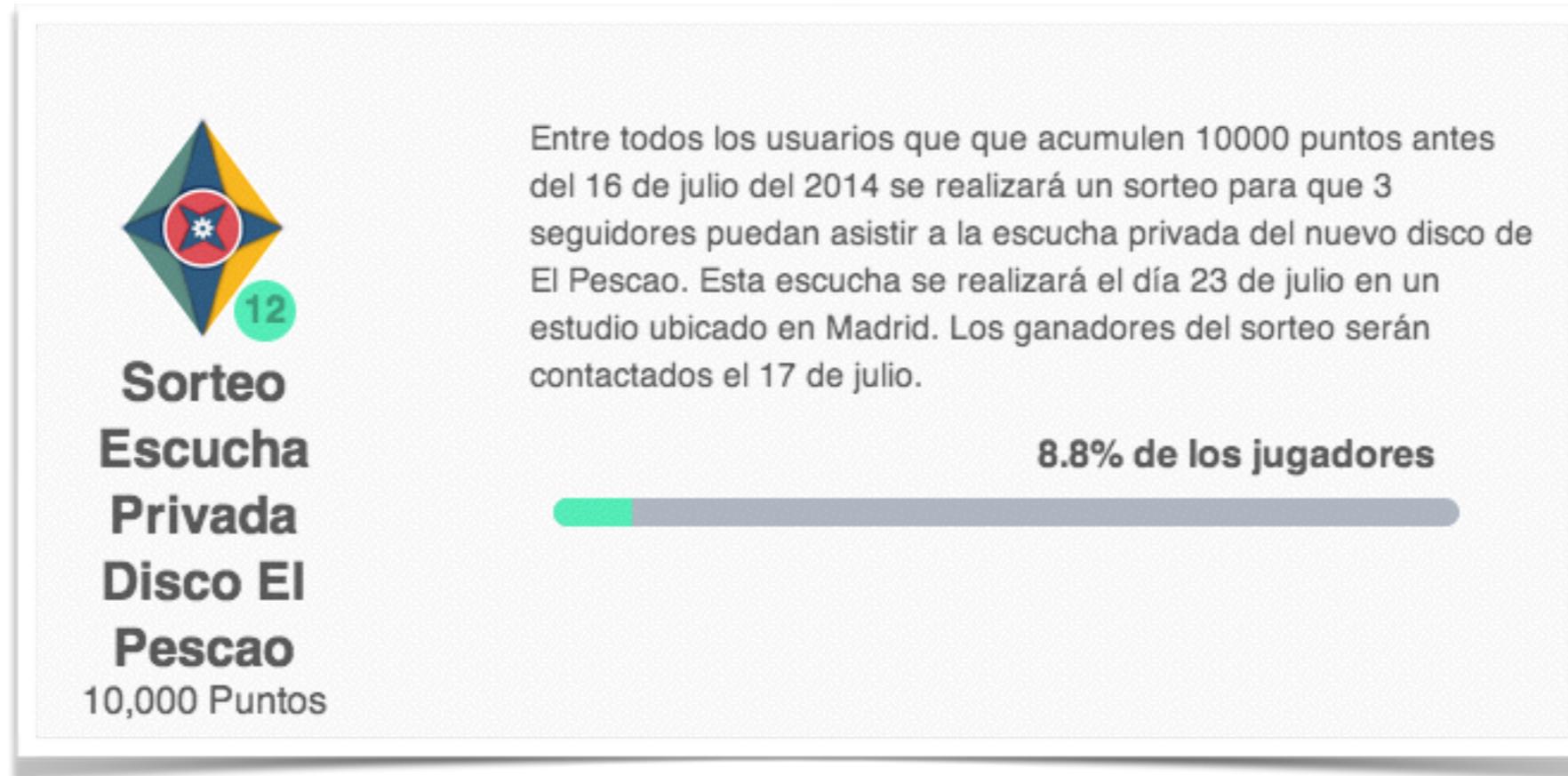


MEDALLAS



NIVELES

Ejemplo de fidelización - Web El Pescao



The screenshot shows a notification for a contest. On the left, there is a logo consisting of a diamond shape with four colored triangles (blue, yellow, green, red) and a central red circle with a white star. Below the logo, the text reads: 'Sorteo Escucha Privada Disco El Pescao 10,000 Puntos'. A small green circle with the number '12' is positioned to the right of the logo. The main text of the notification states: 'Entre todos los usuarios que que acumulen 10000 puntos antes del 16 de julio del 2014 se realizará un sorteo para que 3 seguidores puedan asistir a la escucha privada del nuevo disco de El Pescao. Esta escucha se realizará el día 23 de julio en un estudio ubicado en Madrid. Los ganadores del sorteo serán contactados el 17 de julio.' Below this text, there is a progress bar that is 8.8% full, with the text '8.8% de los jugadores' to its right.

Sorteo Escucha Privada Disco El Pescao
10,000 Puntos

Entre todos los usuarios que que acumulen 10000 puntos antes del 16 de julio del 2014 se realizará un sorteo para que 3 seguidores puedan asistir a la escucha privada del nuevo disco de El Pescao. Esta escucha se realizará el día 23 de julio en un estudio ubicado en Madrid. Los ganadores del sorteo serán contactados el 17 de julio.

8.8% de los jugadores

AGREGAR NUEVAS FORMAS DE FIDELIZACIÓN

Ejemplo de fidelización - Web El Pescao



Política Web El Pescao

La nueva web de El Pescao está dotada de un sistema de Gamificación que permite a los usuarios generar puntos mientras consumen contenidos. Para preservar la calidad del consumo en la web es importante que los participantes tengan en cuenta nuestra política de Gamificación.

Políticas Gamificación web

ACEPTACIÓN DE LAS BASES

Se informa a los fans de El Pescao que la participación en esta promoción implica la total aceptación de las presentes bases.

El equipo de comunicación y gestión de la web oficial de El Pescao se reserva el derecho a modificar las presentes bases, comunicándolo debidamente a los participantes, o a proceder a la exclusión de cualquiera de los usuarios en el supuesto de detectar cualquier anomalía o actuación fraudulenta en su participación, como por ejemplo falsificar el número de votos o participar bajo varios perfiles. Nos reservamos el derecho a eliminar aquellas participaciones que no se ajusten al sistema de los sorteos y niveles que alteren el normal funcionamiento del espacio web.

Facebook ni Twitter patrocinan, avalan, administran de modo alguno los sorteos o premios, ni están asociados a la web. Por otra parte, se expone la desvinculación total de cada participante con respecto a estas Redes Sociales si se detectara un comportamiento inadecuado.

- Los datos proporcionados por los usuarios se utilizarán para formar parte de una base de datos comercial de El Pescao y de Muwom. Actuando en todo momento tal y como lo contempla la Ley de Protección de Datos de 2010.

100 pts. to level up

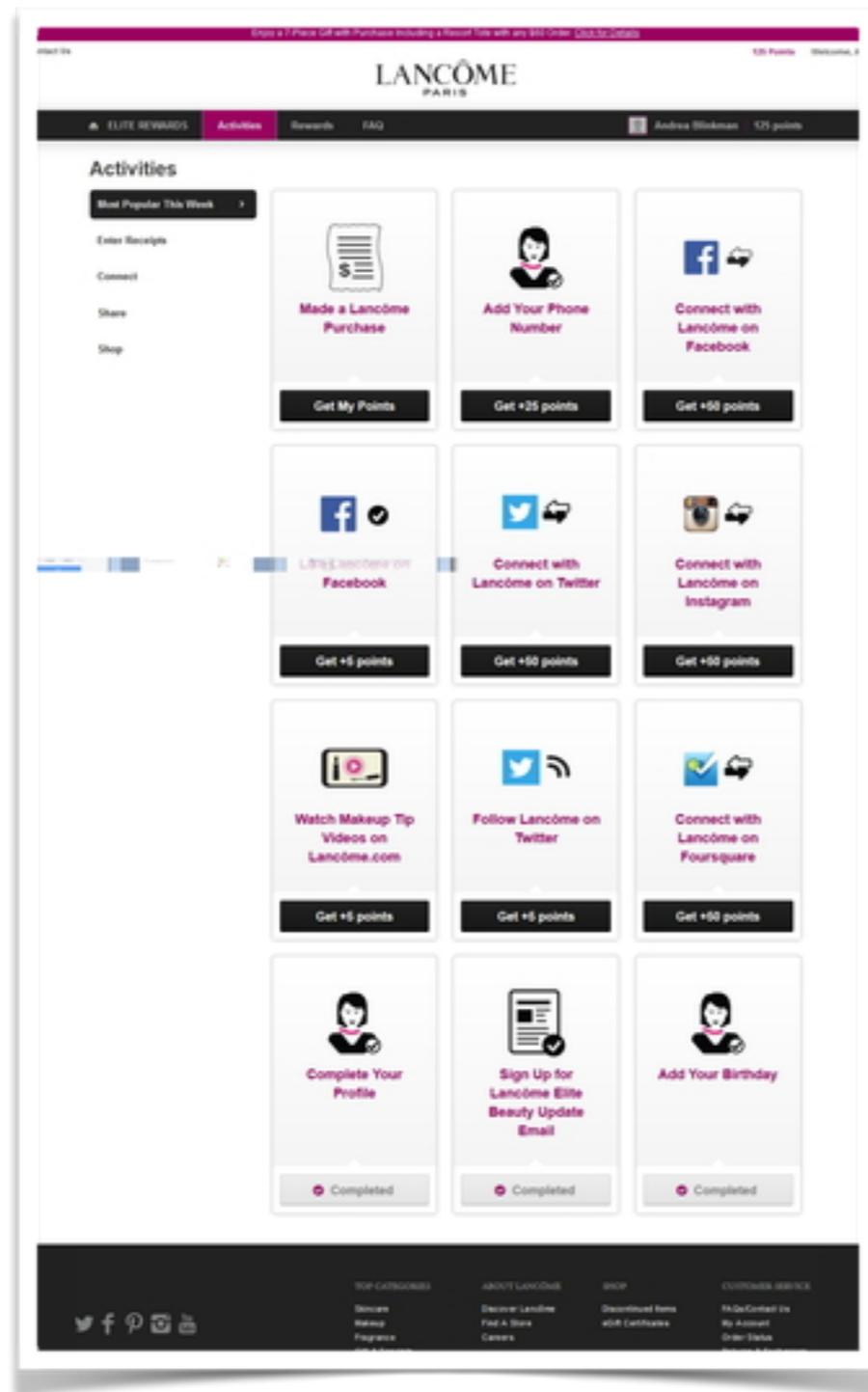
[Únete](#)

Políticas

NO TODO ES COLOR DE ROSA

REACCIÓN RÁPIDA = POLÍTICAS

Ejemplo de fidelización - Lancome



**Más puntos por
Social Share que
compra**

**10 puntos por compra
15 puntos por social share**

Ejemplo de fidelización - Caso variados



FEB
11

Bloonder te regala créditos para crear concursos gratis en San Valentín

Imagen: Shutterstock Con mucha alegría quiero compartir con vosotros la última promoción de Bloonder (Concursos Online) con motivo del día de los enamorados. Se trata de una promoción donde salen ganando tanto los registrados como los no registrados con créditos para crear concursos en Twitter, Facebook o blogs de forma gratuita. En otro post os recopilé acciones para implementar en San Valentín, hoy os daré mejores prácticas y las instrucciones para...



APR
23

#DiadelLibro – Biblioteca de Social Media Marketing con descuentos y sorteo

NUEVOS: 10€

REGISTRADOS: 14€

Ejemplo de fidelización - Caso Bloonder

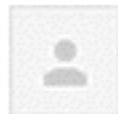
**1er CORREO
CLIENTE**

**Cliente pide
extender fecha
concurso. Algo que
tiene un coste de
5€**

**1er CORREO
BLOONDER**

**Dinos hasta cuando
y te lo hacemos
gratis por confiar
en nosotros**

2do CORREO CLIENTE



para mí

Hola Angie:

Muchas gracias por el detalle, sois geniales! 😊

16 de jun. (hace 4 días)

Ejemplo de fidelización - Caso Bloonder

1

Revisar si es un cliente de pago o gratis

2

Revisar si cliente recurrente

3

Analizar el tono en que ha pedido el cambio



Fideliza hasta los NO cliente

RESPUESTA RÁPIDA -> POSIBLE CLIENTE

20:27 (hace 11 minutos) ☆



para Bloonder ▾

Muchas gracias Angie por responder tan rápido. :) Seguire atenta a vuestra web

Saludos

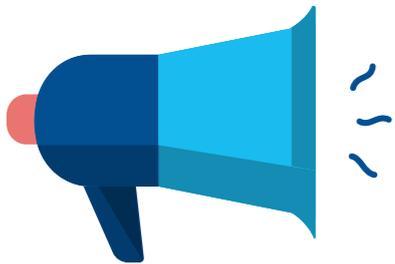
Otras ideas de fidelización

EFFECTO INMEDIATO

EFFECTO SORPRESA

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

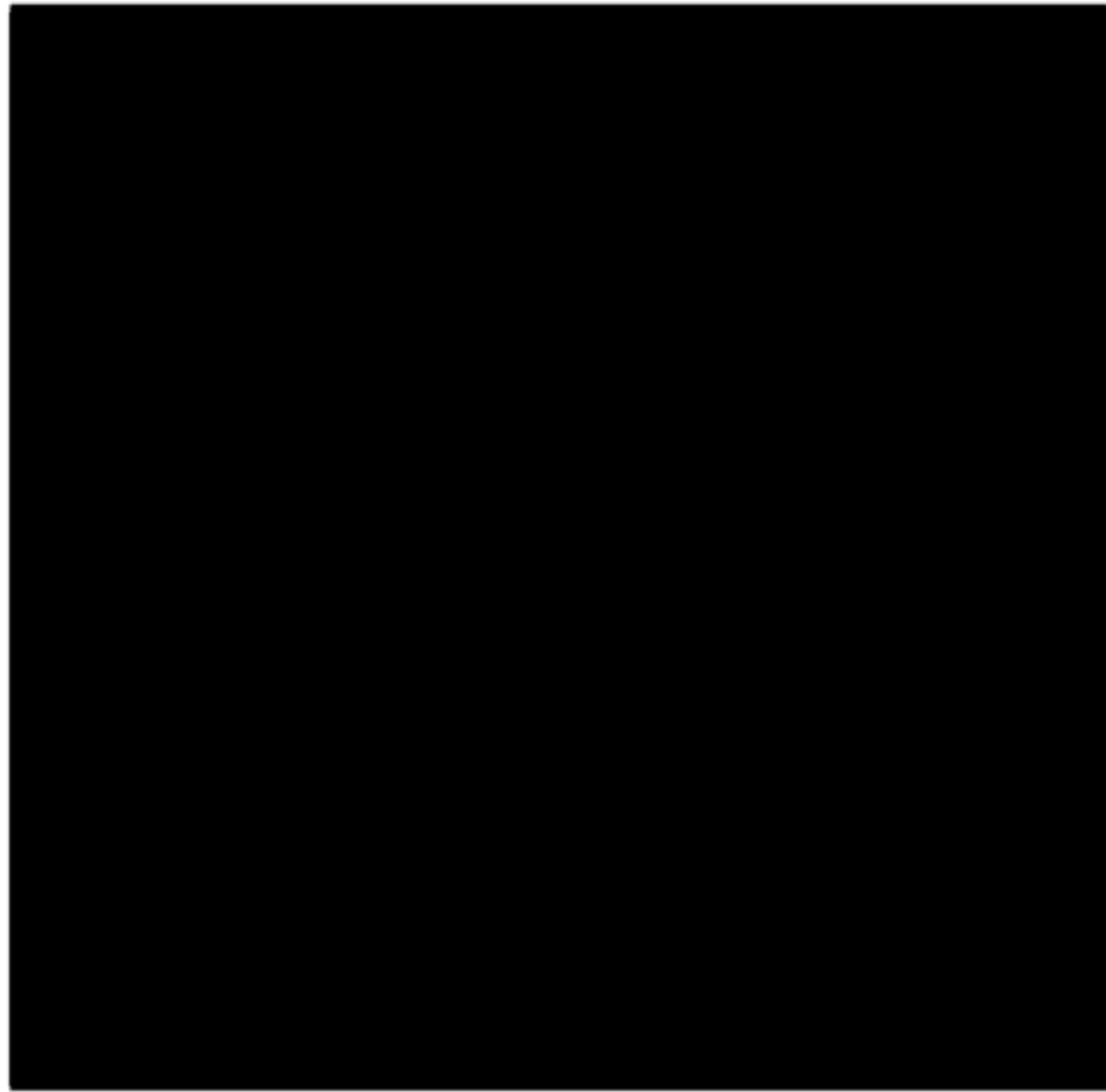
para convertir a fans en clientes fieles



Promoción orgánica vs promoción impulsada



Estrategia de promoción - Teaser - WHY FIVE



1 SEMANA ANTES



DÍAS ANTES



Plan de promoción

CUÁNDO	CANAL	FORMATO	TONO	ACCIÓN DESEADA	COSTE
LANZAMIENTO	BLOG	POST	INFORMATIVO	SHARES EN RRSS	100 €
		INFOGRAFÍA	DIVERTIDO / INFORMATIVO	SHARES EN RRSS	150 €
		E-BOOK	INFORMATIVO	DESCARGAS EBOOK CON SUSCRIPCIONES NEWSLETTER	500 €
	NEWSLETTER	CORREO	DIRECTO / INFORMATIVO	DESCARGAS EBOOK	50 €
	RRSS	IMAGEN	INFORMATIVO	CLICS ENLACE POST BLOG	20 €
		VÍDEO	DIVERTIDO / INFORMATIVO	CLICS ENLACE POST BLOG	50 €
	FACEBOOK ADS	ANUNCIO	DIRECTO	DESCARGAS EBOOK	200 €

Calendario editorial

DASHBOARD CALENDARIO EDITORIAL

MES: ENERO

CLIENTE: VILMANUNEZ

FRECUENCIA CONTENIDOS

S1	L	M	M	J	V	S	D
FB	1	2	1	1	2	1	
TW	3	3	3	3	3	2	1
IN	1	1	3	1	3	1	

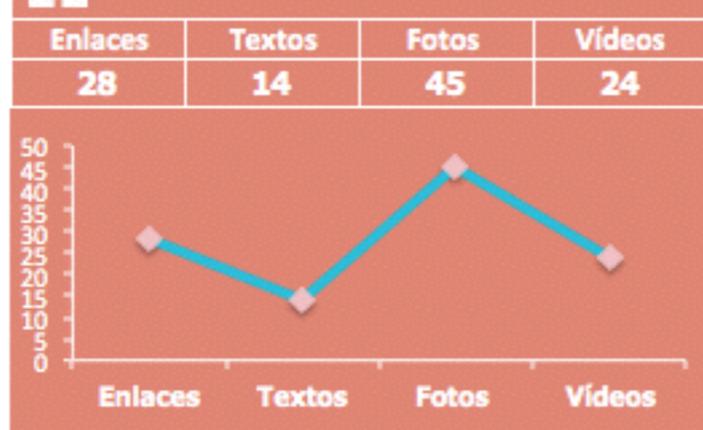
S2	L	M	M	J	V	S	D
FB	1	2	1	1	2		
TW	3	2	3	3	2	2	1
IN	1	3	1	1	1	1	

S3	L	M	M	J	V	S	D
FB	1	2	1	1	2	1	
TW	3	3	4	3	3	4	1
IN	1	2	1	2	1	1	

S4	L	M	M	J	V	S	D
FB	1	1	2	1	2	1	
TW	1	3	2	1	3	2	1
IN	1	1	2	1	3	1	

Total contenidos: 136

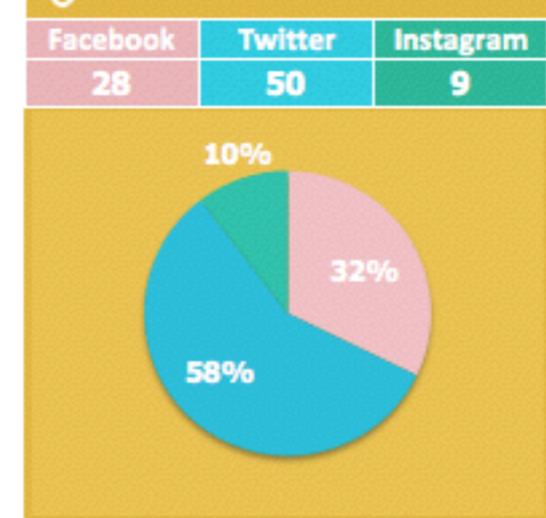
FORMATO DE CONTENIDOS



TOTAL DE CONTENIDOS POR SEMANA



CONTENIDOS SEGÚN RRSS

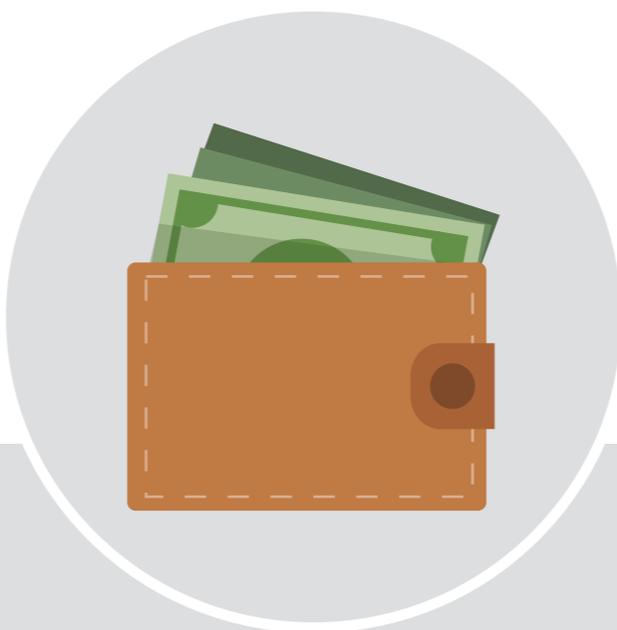


OBJETIVOS CONTENIDOS

- AUMENTAR ENGAGEMENT
- PUBLICACIONES
- AUMENTAR FRECUENCIA

CALENDARIO EDITORIAL

Semana	Día	Tema	Objetivo	Red Social			Copy (Mensaje)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido				Especificaciones contenido
				FB	TW	IN			Enlace	Texto	Imagen	Vídeo	
S1	Lunes	Nuevo servicio	Branding				Descubre nuestro nuevo canal de venta www.web.com						Imagen brandeada
	Martes	Frases relacionadas	Engagement										
	Miércoles	Venta Ebook	Venta										
	Jueves	Preguntas	Conversación										
	Viernes	Promoción	Tráfico a web				Visita nuestro web y acceder a un 25% de descuento inmediatamente www.web.com						Imagen con descuento destacado
	Sábado	Juegos	Entretenimiento										
	Domingo			Entretenimiento				Video de Youtube					



**Sin promoción simplemente no hay conversión
¡Invierte en tus contenidos!**

Vilma Núñez

@vilmanunez

ESTRATEGIA DE RRPP

para convertir a fans en clientes fieles

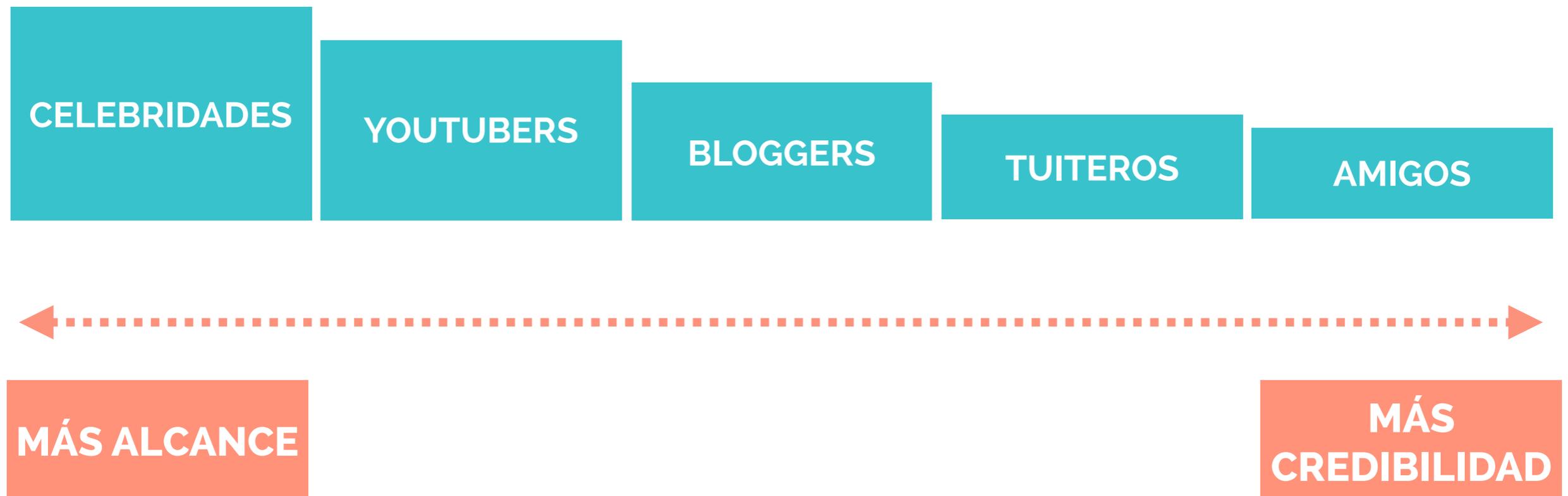


Qué es el marketing de influencia

Una técnica de marketing que consiste en identificar a los líderes de opinión que pueden ayudar a una marca a conectar de forma más natural y espontánea con su público objetivo.

Vilma Núñez

Tipos de influencers

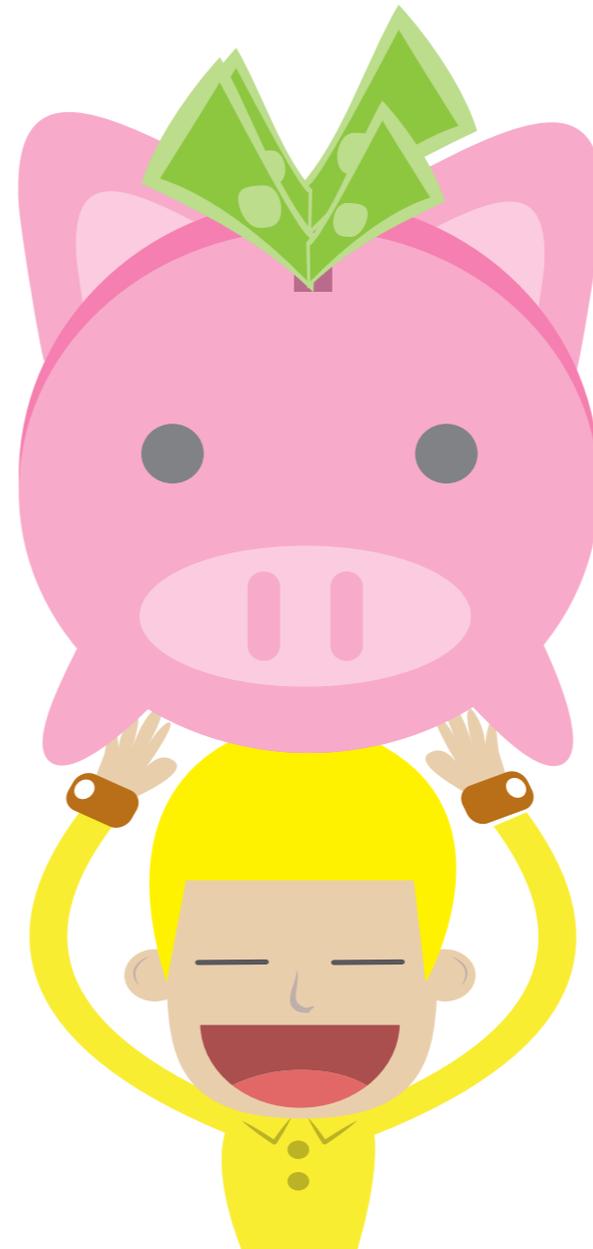


Influyentes vs amigos



Me encanta este nuevo producto de MARCAX. Es buenísimo

INFLUYENTES



Que buena compra hice hoy con este producto! Lo recomiendo

AMIGOS



El mejor influyente no es el que tiene mayor número de seguidores, es el que más influye en las decisiones de su comunidad.

Vilma Núñez

¿Por qué implementar marketing de influencia?



Más credibilidad en mensaje

Más conexión entre marcas y fans

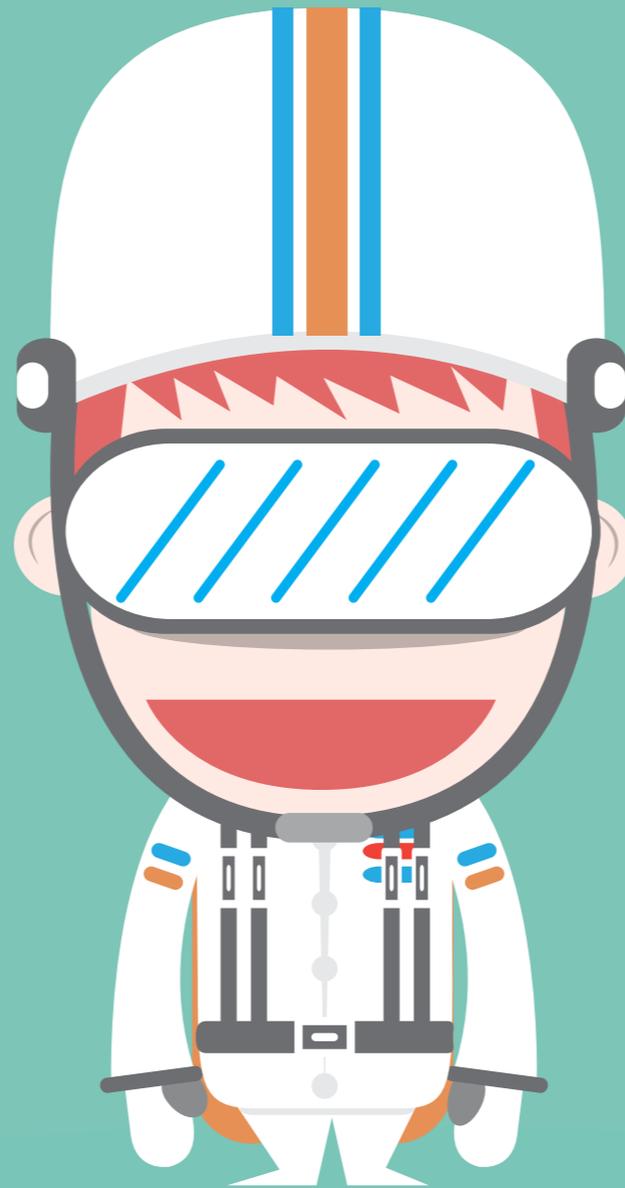
Más experiencia y menos información

Más creíble las recomendaciones

SECRETO PARA EL ÉXITO CON MARKETING DE INFLUENCIA

CREAR EXPERIENCIAS

CON INFLUYENTES Y FANS



Marketing de influencia para convertir otros fans



**ACCIONES
INFLUYENTES**

TIPOS DE ACUERDOS

Trueques

Pago por acción online

Pago por múltiples acciones

Intercambio de servicios/productos

Pago por imagen

Embajador de tu negocio

EJEMPLOS DE INCENTIVOS

**ACUERDO
ECÓNOMICO**

MKT AFILIADO

RESPONSABILIDAD EMBAJADOR

**MENCIÓN EN
CONFERENCIAS Y
CHARLAS**

**POSTS BLOGS CON
ENLACES**

BANNER BLOG

RESPONSABILIDAD MARCA

**OFRECER
CONTENIDO DE
VALOR**

Embajador de tu negocio

BANNER

PROMOCIÓN

Concursos
gratis en
Facebook y
Twitter



www.bloonder.com

POSTS



MAR
19

Cómo llevar tráfico a tus promociones online [Incluye Plantilla]



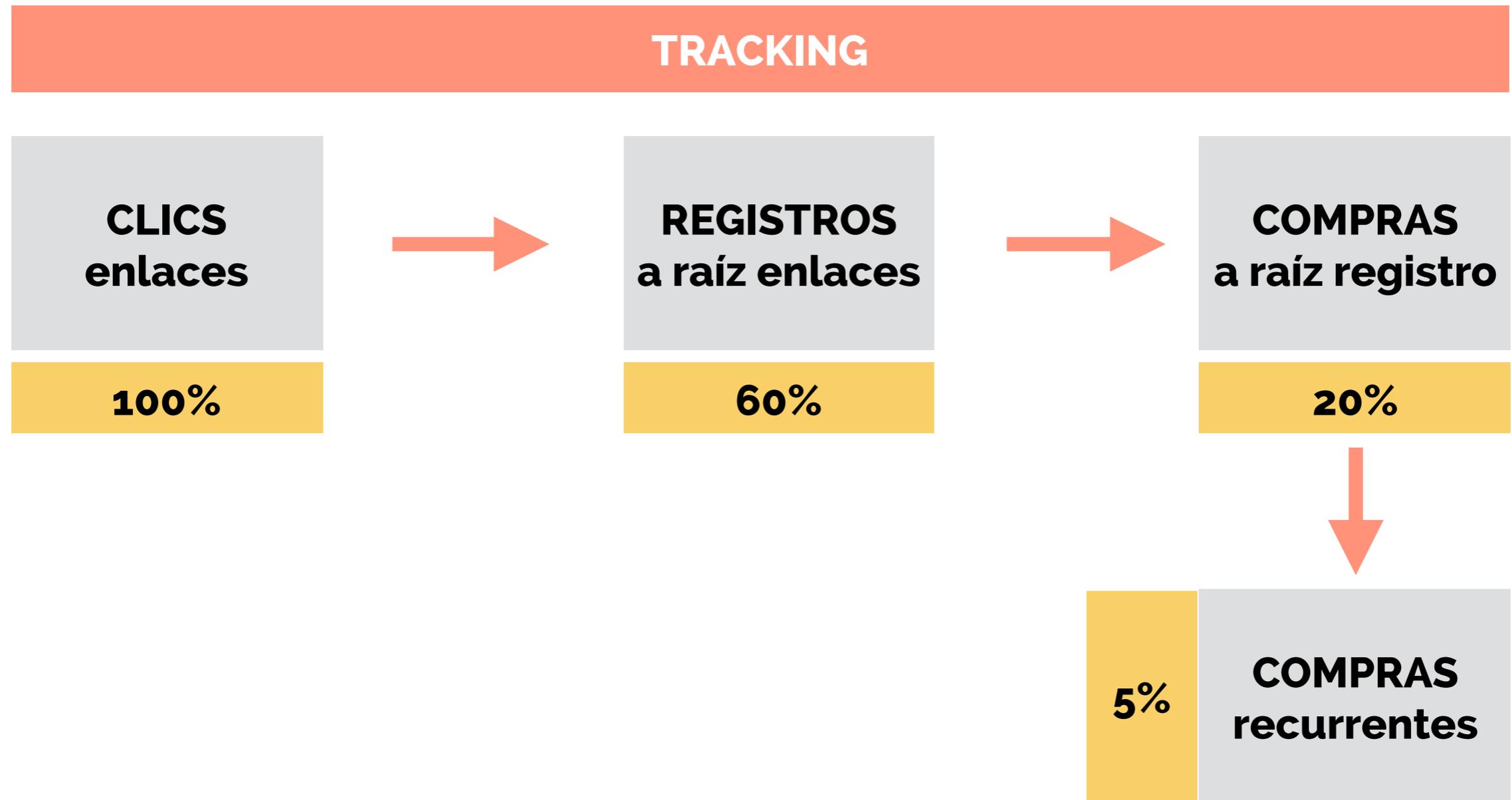
Los gestores de comunidades online (Community Managers) suelen frustrarse cuando sus promociones online no consiguen los resultados que han estipulado antes de lanzarlas. El problema en muchas ocasiones es que no diseñan un plan de promoción, siempre sueñan con resultados pero nunca con el cómo conseguirlos. Hoy voy aprovechar para compartir aquellas acciones que funcionan más para llevar tráfico a promociones online (concursos, sorteos y ofertas). Al final inclusive tenéis...



Influenciar no es que la comunidad de tu embajador le de me gusta a publicaciones de marca, es que sus fans crean en sus recomendaciones y prueben lo que le RECOMIENDA.

Vilma Núñez

Embajador de tu negocio - tracking resultados



Estrategia de Relaciones Públicas de toda la vida

LO TÍPICO

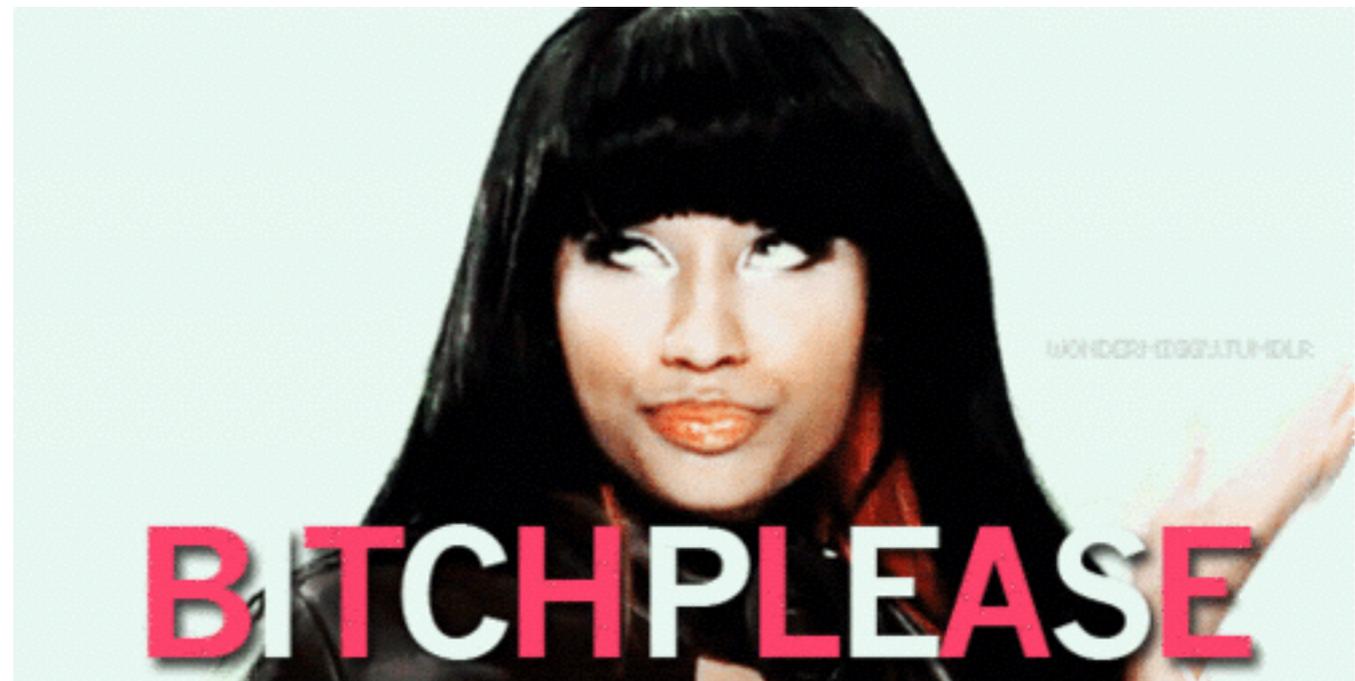
ASUNTO: Colaboración

Hola Vilma

Soy fulanito de la empresa molona X y te escribo para que conozcas nuestra herramienta. Sería muy útil para tus lectores y bla bla bla

Estrategia de Relaciones Públicas de toda la vida

ASÍ SE QUEDA UN
BLOGGER CON ESE
CORREO



Estrategia de Relaciones Públicas correcta



Estrategia de Relaciones Públicas correcta

TERCER PASO

**HAZ TRACKING PARA
VER SI SE REGISTRÓ Y
UTILIZÓ LA
HERRAMIENTA**

**No desesperes, la
recomendación
vendrá luego y será
mejor**



Colaboraciones entre marcas y bloggers

NUEVO Mini curso & E-Book Email Marketing



- 4 lecciones
- 3 Plantillas editables
- E-book (+140páginas)

APÚNTATE ES GRATIS

www.vilmanunez.com

QUÉ HACE EL BLOGGER

- **ACLARAR COLABORACIÓN**
- **CREACIÓN DE CONTENIDO**
- **PROMOCIÓN CONTENIDO**
- **ANÁLISIS**

QUÉ HACE LA MARCA

- **FINANCIAR EL PROYECTO**
- **OFRECER SOPORTE**
- **PROMOCIONAR CONTENIDO**
- **ANALIZAR CONVERSIÓN**

Colaboraciones entre marcas y bloggers

Asunto del email	Envío Programado	Herramientas
Lección #1 - Curso Email Marketing "Introducción"	0	    
Lección #2 - Curso Email Marketing "Diseño de estrategia de email marketing"	3	    
Lección #3 - Curso Email Marketing "Diseño y herramientas"	6	    
Lección #4 - Curso Email Marketing "Tips y mejores prácticas"	9	    
Lección #5 - Curso Email Marketing "E-book estrategias de Email Marketing"	12	    

CREÍA QUE ESTO ME TARDARÍA 2 DÍAS Y SE EXTENDIÓ MUCHO MÁS

Colaboraciones entre marcas y bloggers



Colaboraciones entre marcas y bloggers

 **Vilma Nuñez**
4 hours ago · Edited

TENGO UN REGALO PARA VOSOTROS ❤️
Mini curso de Email Marketing + E-Book + Plantillas totalmente gratis para vosotros 😊 Decidí montarlo a raíz de ver lo bien que funcionó el post con la guía de Email Marketing, ahora vais a tener algo más compl... [See More](#)

NUEVO
Mini curso & E-Book
Email Marketing



- 4 lecciones
- 3 Plantillas editables
- E-book (+140páginas)

APÚNTATE ES GRATIS

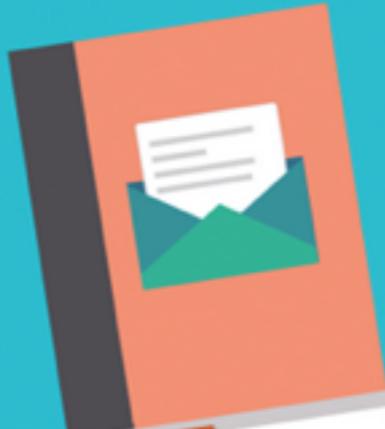
www.vilmanunez.com

Pinned Tweet

 **Vilma Núñez** @Vilmanunez · 4h

Mini Curso Online de Email Marketing + Plantillas + E-Book ¡GRATIS! ¿Quién se apunta? buff.ly/1nYSWhd

Email Marketing



- 4 lecciones
- 3 Plantillas editables
- E-book (+140páginas)

APÚNTATE ES GRATIS

Trueques con influenciadores



ESTRATEGIA DE EMAIL-MARKETING

para convertir a fans en clientes fieles



Para qué usar email marketing



1

Fidelizar

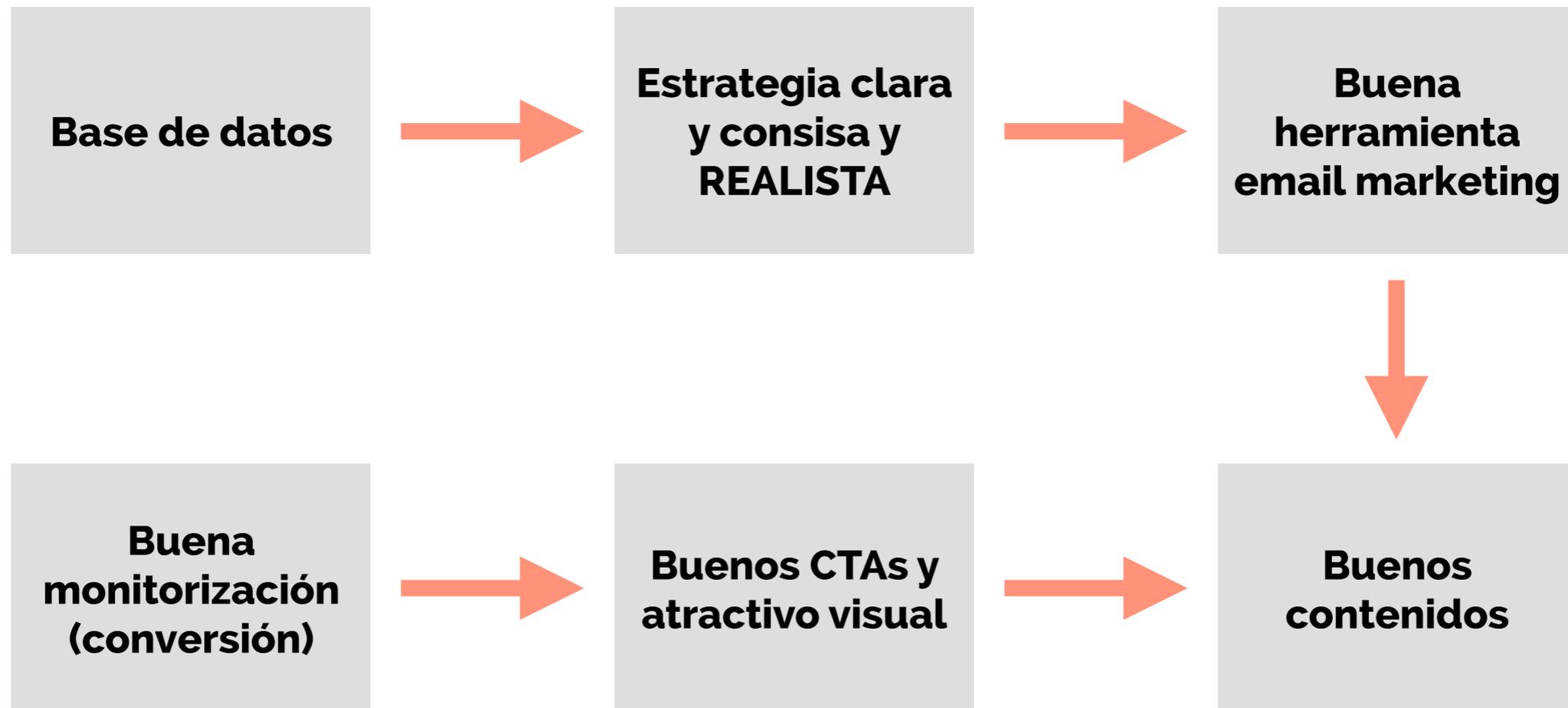
2

Promocionar

3

Vender

Qué necesitas para triunfar con email marketing



Cómo captar muchos suscriptores



1

Evita lo típico, suscríbete a newsletter

2

Ofrece un BUEN incentivo

3

Utiliza métodos alternativos para la captación

4

Comprométete a fidelizar a través de ese canal

Cómo captar muchos suscriptores



Twitter Cards

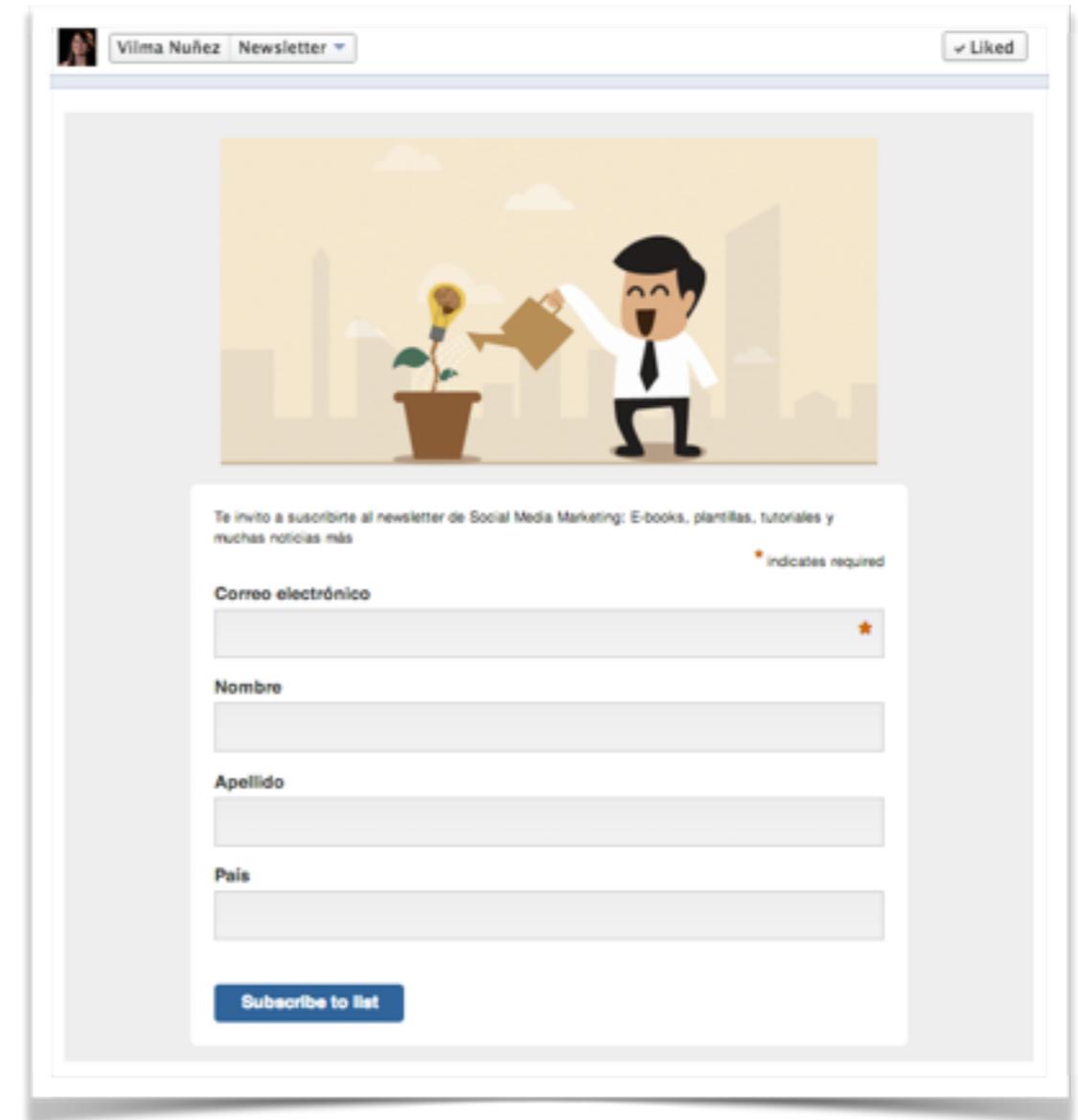


Concursos Online

Cómo captar muchos suscriptores



Promo en Redes Sociales



Facebook Tab

Cómo captar muchos suscriptores

Free Download: The 7 Elements of Context Marketing

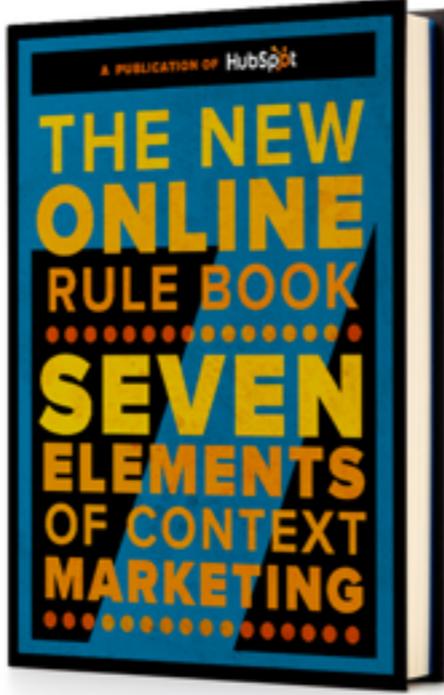
Learn how to use context to improve Novaemusik's marketing campaigns.

A decade ago, making personal connections with people on your website was no more than a pipe dream -- the technology simply wasn't available.

Today, we have the technology to truly deliver the right message to the right person at exactly the right time. Today is the day of context marketing. And it will fundamentally change the way we do business... again.

Download this new online rule book to learn the 7 elements of context marketing that you could start implementing right away to create a more personalized experience for your audience. You will learn:

- ✓ What context marketing is
- ✓ The 7 key elements of context marketing
- ✓ How companies have used context in their marketing
- ✓ How to implement context marketing for your company



Download This Ebook:

First Name *

Last Name *

Email ([privacy policy](#)) *

Website URL *

How can we help you?

How long is your sales cycle,

Landing Pages

Cómo captar muchos suscriptores

Para acceder al **documento** tan sólo tendrás que suscribirte al newsletter. *Si ya estás suscrito deja tus datos de todas formas para acceder al contenido.*

By clicking the button below, I agree with the [Terms & Conditions](#).

Subscribe

Ofrece contenido descargable

Popup al entrar web



Marketing y ventas
PARA TUS SERVICIOS

Apúntate y consigue acceso inmediato a:

- Mi training gratuito "14 Estrategias Para Aumentar Los Ingresos De Tu Empresa"
- Estrategias y consejos semanales para hacer crecer tu negocio
- Recursos para trabajar y vivir en tu máximo potencial

iSi!
APÚNTAME

Cómo captar muchos suscriptores

 **Hello. Add your message here.**

ESCRIBE TU EMAIL Y SUSCRÍBETE A 40DEFIEBRE
Recibe en tu email todas nuestras noticias. No te preocupes, también odiamos el SPAM.

Diario Semanal

Barra superior en webs y blogs



No te pierdas todas las novedades de **MUWOMLAB**

Suscripción full-width

Cómo captar muchos suscriptores



Únete a la comunidad y recibe
ahora mismo Ebooks y
plantillas de Social Media

Más de 8mil suscriptores felices 😊

Suscríbete ahora

Suscripción en post



Únete y recibe e-books y
plantillas de Social Media
AHORA mismo

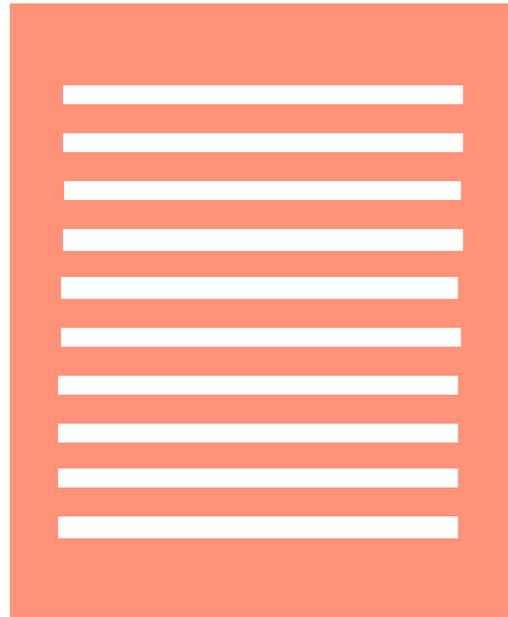
Más de 8mil suscriptores

Deja tu correo

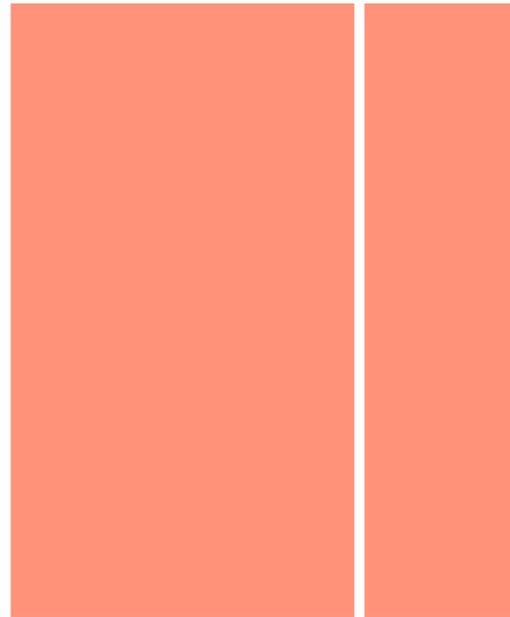
Suscríbete ahora

Suscripción en widget

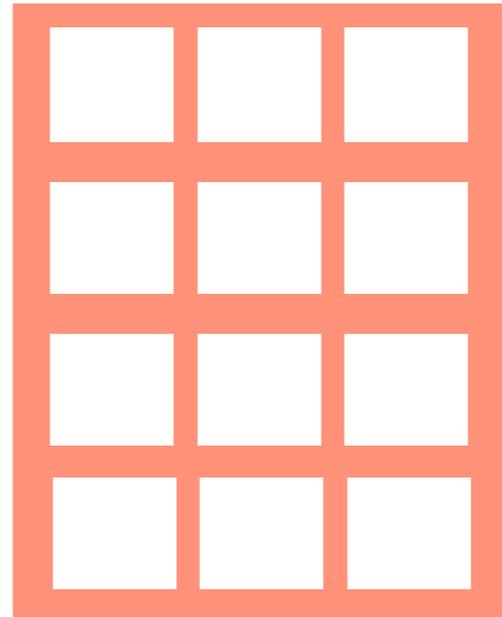
Formatos para envío de newsletter



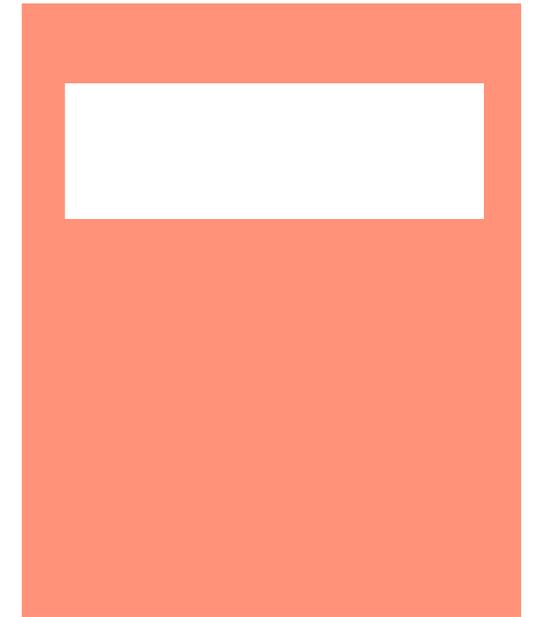
Simple



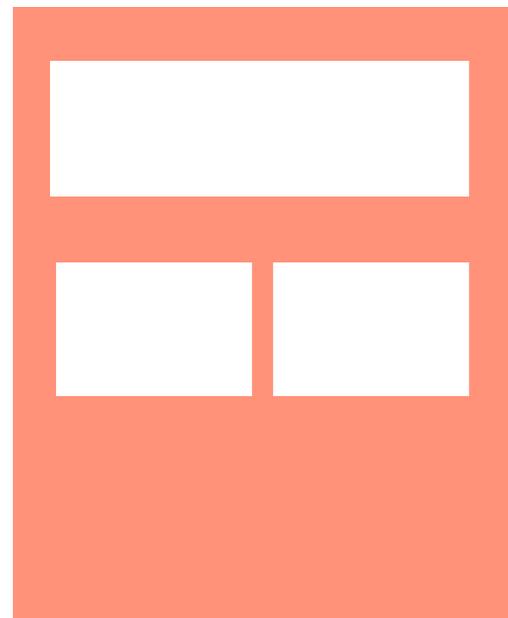
Lateral



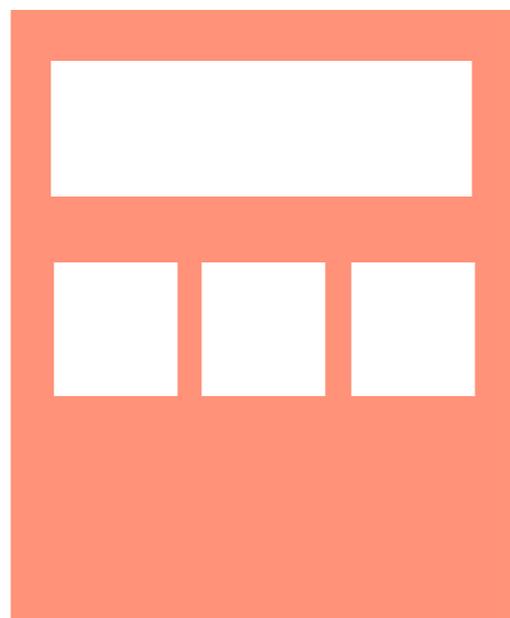
Galería



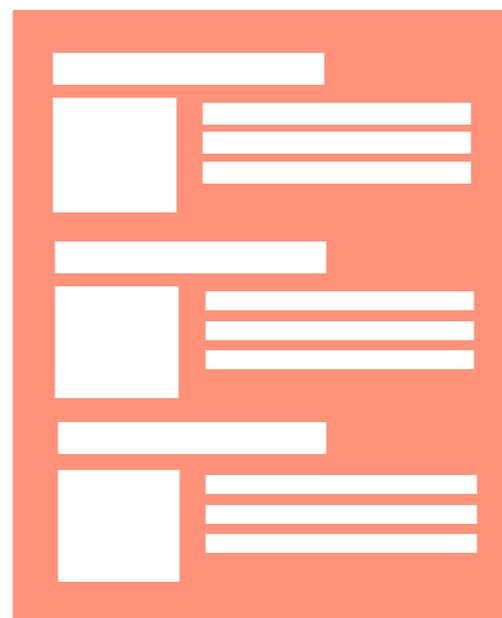
1 columna



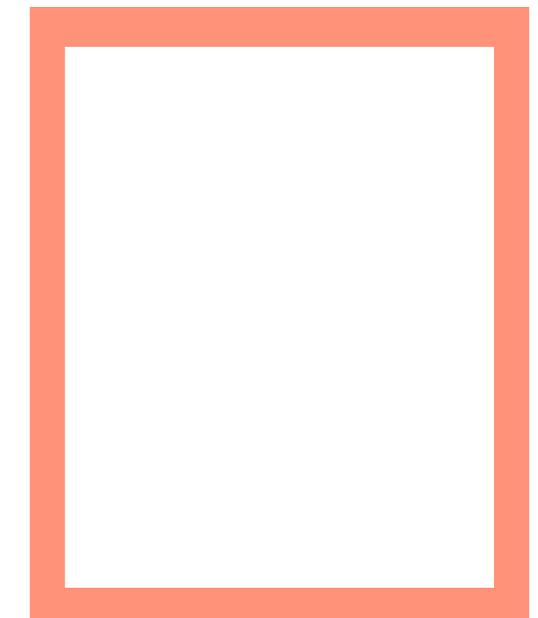
Dos columnas



Tres



Informativo



Promocional

Ejemplos newsletter

Crea ahora mismo tu concurso de San Valentín **GRATIS**

YOU
+ bloonder



ALL YOU NEED IS A CONTEST

Celebra San Valentín con tus fans

San Valentín es la excusa perfecta para conectar con tus fans y ofrecerle un buen regalo. Aprovecha nuestro regalo de 14€ en créditos en Bloonder para hacer ese concurso que tu marca y tus fans quieren ;)

No lo pienses más, entra a bloonder.com y crea tu concurso ideal ;)

#SanBloonder te regala

14€ en créditos GRATIS

Oferta válida para todos los usuarios registrados en Bloonder.

Concursos perfectos para San Valentín

		
Concurso Twitter DEMO	Concurso Facebook DEMO	Concurso Hashtag TW DEMO
Pruébalo	Pruébalo	Pruébalo

Ejemplos newsletter



¡NUEVO! INSPIRACIÓN NUESTRAS TIENDAS



ÚLTIMO ESTILO
BY NIGHT
Apuesta por un look nocturno con formas que favorezcan tu figura, estampados de serpiente y lentejuelas brillantes. ¡y capta la atención de todos!

• VER AHORA



L.O.P.S. MUJER Y NIÑA
TU Y YO
Belleza bohemia y un dulce encanto: deja que los vaqueros afil y los sutiles encajes de ganchillo se unan para lograr un original estilo veraniego.

• VER AHORA



PIJAMAS
SUAVE SILUETA

• VER AHORA



PANTALONES
GUÍA DE ESTILO

• VER AHORA



DIVIDED GREY
NUEVOS LOOKS

• VER AHORA

HOY EMPIEZAN NUESTROS
DESCUENTOS DE MODA
¡Renueva tu armario esta primavera con nuestros descuentos de hasta el 50% hasta el 10 de abril!

• VER TIENDAS

f t i y s + i

DESCARGA NUESTRA APP: [IOS](#) | [ANDROID](#)

Los artículos presentados están sujetos a cambios de precio y a la disponibilidad de cada tienda. Para seguir recibiendo nuestras noticias, no olvides añadir no-recry@hm.com a tu lista de direcciones.

[Contactar](#)

Para dejar de recibir nuestras noticias y ofertas de moda, [clic aquí para darte de baja](#)



Ejemplos newsletter



naturalizer
SHOES | SANDALS | HANDBAGS | SALE

Friends & Family Savings Start Now

Shop in-store or online and save an extra 30% on your entire purchase. Plus, today only, enjoy free shipping - exclusively for eclub members. This is one of the best days to shop - don't miss out!




FRIENDS & FAMILY
Shopping Event

EXTRA 30% OFF
your entire purchase

Today Only!
FREE SHIPPING
Exclusively for eclub members

SHOP NOW >>

Enter Promo code online
FRIENDSAMUNDBMM



Free shipping valid only on March 27, 2014.
Sale valid through March 31, 2014.



HARRISON



CLIENT



CURVE



DIAMOND



Download our app

NOVEDADES
GADGETS A \$2
OFERTAS
LO MÁS VENDIDO
COMUNIDAD
LIQUIDACIÓN



¡Tecnología al alcance de todos!

¡Con esta selección especial de móviles nunca más te quedarás incomunicado!



Refurbished Motorola RAZR V3 GSM Teléfono Móvil Flip w / 2.2" LCD de pantalla, Quad Band y Java - Negro

\$30.50 / CONSÍGUELO AHORA



Refurbished Nokia 5000 Celular GSM w / 2.0" LCD de pantalla, banda dual, JAVA y FM - Verde + Blanco

\$37.55 / CONSÍGUELO AHORA



GK301 GPS GSM móvil para niños w / Quad Band, SIM Single, SOS y la radiación ultra-bajo - Orange

\$59.70 / CONSÍGUELO AHORA



Iradish HD-1900 GSM reloj teléfono w / 1.54" pantalla resistiva, Quad-banda, Bluetooth y FM - Deep Pink

\$91.04 / CONSÍGUELO AHEORA



IPEGA PG-9025 Multimedia Controller Bluetooth - Negro

\$28.12 / CONSÍGUELO AHORA



6000mAh batería recargable externa con adaptadores para celulares (Azul)

\$32.89 / CONSÍGUELO AHORA



i3 GSM reloj teléfono w / 1.8" Pantalla resistiva, Quad-Band, FM y Single SIM - Plata + Negro

\$62.81 / CONSÍGUELO AHORA



Disfrute W28 IP67 a prueba de agua a prueba de polvo resistente al aire libre Grandes Button Celular w / 2" QVGA - Orange + Negro

\$89.99 / CONSÍGUELO AHORA



AROCI S900 Professional Phone Ancianos aparatos para la sordera w / 2.0", SOS, FM, antorcha - gris + plata

\$133.37 / CONSÍGUELO AHORA

Evita tus bajas



Puedes [cambiar tus datos](#) o [darte de baja](#) si lo prefieres (aunque te echaremos de menos)

Estás recibiendo este email porque te has suscrito a nuestra lista de correo.



ESTRATEGIA DE COMUNIDAD

para convertir a fans en clientes fieles



Cómo conseguir una comunidad

1

Siendo una marca transparente

2

Haciendo que los fans confíen en la marca

3

Dando más de lo que se vende

4

Entablando una relación buena, de preocupación hacia el fan

5

Creando el contenido antes de que sea pedido

6

Escuchando y cumpliendo las peticiones del público

7

Regalando y ofreciendo contenidos inéditos

8

Educando a los fans

Qué valora una comunidad

- 1** La rápida respuesta
- 2** El tono empleado para comunicarse
- 3** La experiencia alrededor de procesos
- 4** Lo no esperado



Estrategia de comunidad - Atención al cliente



Vilma Núñez @Vilmanunez

11 Dec

A cenar después de haber comprado la mitad de los regalos de Navidad ;-)
(@ T.G.I. Friday's - @fridays_esp) 4sq.com/18Cu7Q7



Friday's España

@Fridays_esp

Follow

@Vilmanunez pues oye, te vamos reservando hueco para cuando compres la otra mitad??? jejeje Esperamos que cenases bien con nosotros!

11:49 AM - 13 Dec 2013

2 RETWEETS



Vilma Núñez @Vilmanunez

13 Dec

@Fridays_esp Que grande sois, que sepáis que me habéis sacado una sonrisa ;) Yo soy muy fan de Fridays y de los BBQ Tacos <3



Friday's España

@Fridays_esp

Follow

@Vilmanunez BBQ Chicken Tacos... ajá, eso quiere decir que molas... y mucho! Ya está, decidido, pasamos a ser muy fans tuyos! Feliz viernes!

12:09 PM - 13 Dec 2013



Estrategia de comunidad - Escuchar y actuar

The screenshot displays the IdeaStorm website interface, which is designed for community idea submission and discussion. The layout includes a navigation menu on the left, a central banner for IdeaStorm, and a main content area with featured ideas and contributor profiles.

Ideas so far

Search Ideas

PRODUCT IDEAS

- 41,803 Coffee & Espresso Drinks
- 5,334 Frappuccino® Beverages
- 11,771 Tea & Other Drinks
- 20,400 Food
- 10,125 Merchandise & Music
- 21,573 Starbucks Card
- 4,651 New Technology
- 13,079 Other Product Ideas

EXPERIENCE IDEAS

- 10,556 Ordering, Payment, & Pick-Up
- 17,768 Atmosphere & Locations
- 13,362 Other Experience Ideas

INVOLVEMENT IDEAS

- 6,139 Building Community
- 10,481 Social Responsibility
- 6,247 Other Involvement Ideas
- 1,839 Outside USA

Most Recent Ideas

- 28 Min(s) Ago WHY C...
- 34 Min(s) Ago Decaf...
- 37 Min(s) Ago Rewar...
- 50 Min(s) Ago origina...
- 1 Hour(s) Ago Artist I...
- 2 Hour(s) Ago Trenta...
- 2 Hour(s) Ago Make I...
- 3 Hour(s) Ago You ar...
- 3 Hour(s) Ago Why n...
- 3 Hour(s) Ago Spark...

IdeaStorm can help take your idea and turn it into reality.

OVER 20,963 IDEAS SUBMITTED. 744,325+ VOTES. 100,390+ COMMENTS. 547+ IDEAS IMPLEMENTED.

SUBMIT YOUR IDEA

IDEAS **STORM SESSIONS** **SUBMIT YOUR IDEA**

Member Login | Join IdeaStorm

Featured

Storm Session :
How are SSDs in notebooks increasing productivity?

Posted by: Cy...
Samsun ... [Learn More](#)

10 Ideas

YOUR LIFE EVOLVED

Top Recent Contributors

yesmathew
7939 Points
13 Ideas
211 Votes
Last Activity : May 12, 2014

alkiwolfie
5134 Points
105 Ideas
2391 Votes
Last Activity : Nov 18, 2013

Estrategia de comunidad - Atención al cliente

1

Si pides algo, tendrás que dar algo en retorno

2

No dejes que te pregunten, da tú el primer paso

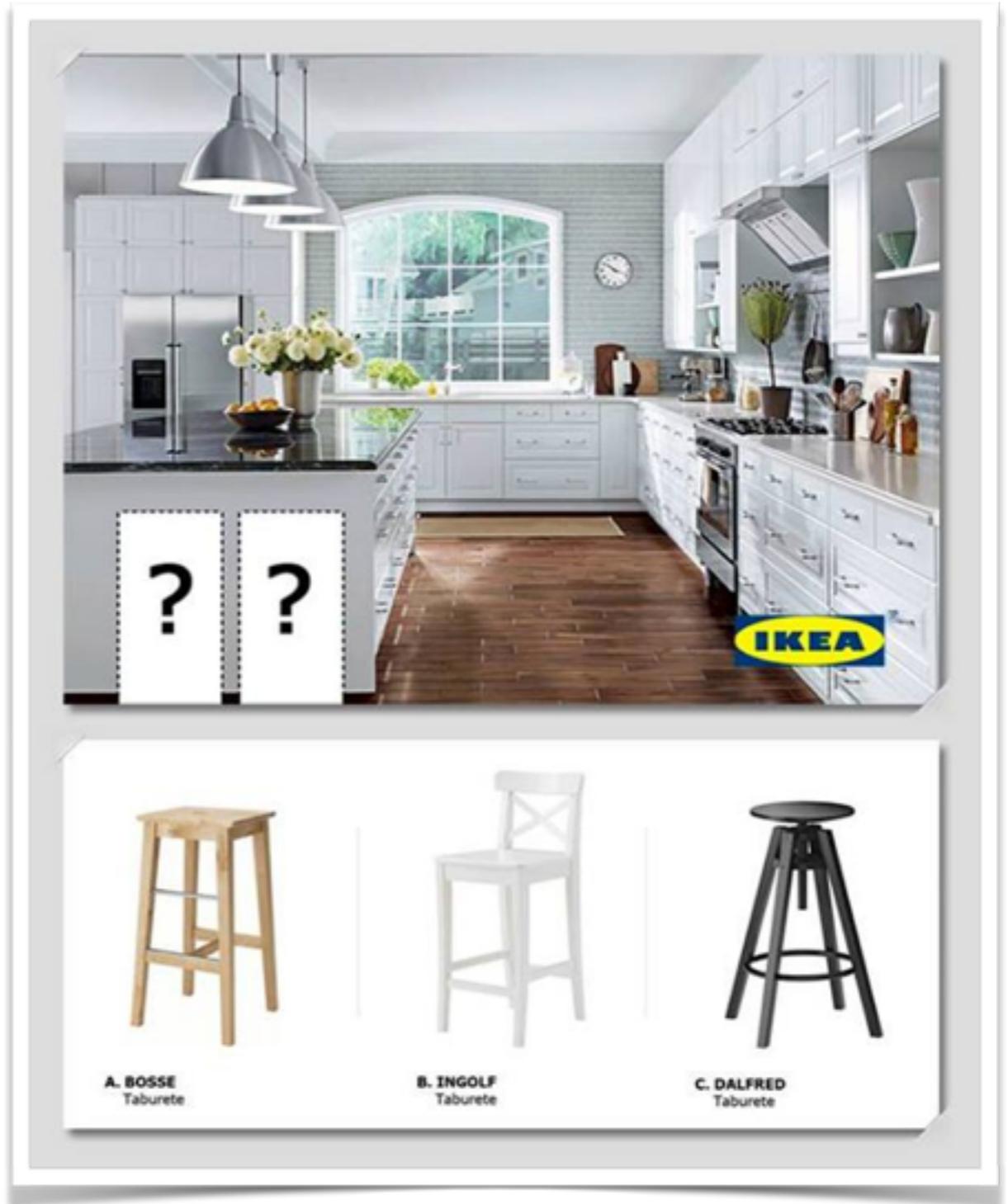
3

No esperes positivimos inmediato

Estrategia de comunidad - Involucrar a fans

IKEA Baleares & Canarias

Juguemos a ser decoradores. Estamos buscando un par de taburetes para esta cocina de ensueño. ¿Cuál pondrías tú?
¿A, B ó C?



Caso el Pescao



👍 Marta García García, Dani Bornás Repiso, Ade Sólo Ade and 3,184 others like this.

💬 View previous comments

2 of 106



El Pescao

Posted by David Otero Martin [?] · June 23



Una vez más me apetece contar con vuestra opinión para tomar decisiones importantes del disco... estamos valorando estas dos opciones para lo que solemos llamar la "galleta", el Cd, vamos, lo realmente importante de este disco, donde vamos a meter un año y medio de trabajo!!!

entonces... Cual os mola más???

Blanca o color???



👍 Unlike · Comment · Share

📄 14 Shares

👍 El Pescao, Marta García García, Aarón Ruiz, Pilar Franco and 784 others like this.

💬 View previous comments

2 of 1,274

Los fans llaman a más fans



ESTRATEGIA DE STORYTELLING

para convertir a fans en clientes fieles



Objetivos de utilizar Storytelling para vender

1

Retener la atención del público

2

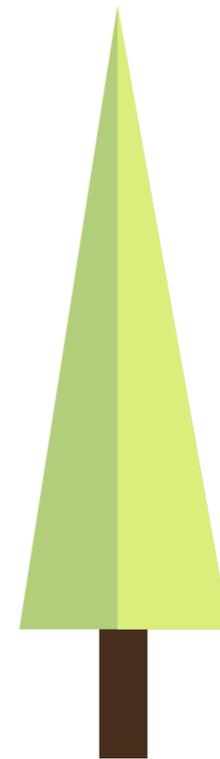
Inspirar al público

3

Educar al público

4

Emocionar al público



Por qué es interesante el Storytelling en ventas

1

Genera confianza y una buena relación

2

Motiva a los fans a realizar una acción

3

Cambia la percepción

4

Influye en el proceso de compra

5

Pueden transmitir muchas cosas

6

Hace todo más personal y directo



No lo vendas, cuéntalo

Vilma Núñez

@vilmanunez

ESTRATEGIA DE VENTA

para convertir a fans en clientes fieles



Si no tienes demanda crea la **NECESIDAD**



Crea tutoriales ligados a tu producto

Haz recomendaciones que incluyan tu producto

Muestra lo que se pierden sin tu producto

Consigue reviews de gente influyente



**Haz que tu producto sea más que un artículo,
conviértelo en una promesa.**

Vilma Núñez

@vilmanunez

Ejemplos de convertir un producto en necesidad

PRODUCTO



TUTORIAL

Ejemplos de convertir un producto en necesidad



PRODUCTO

Esperanza de tener el mismo efecto

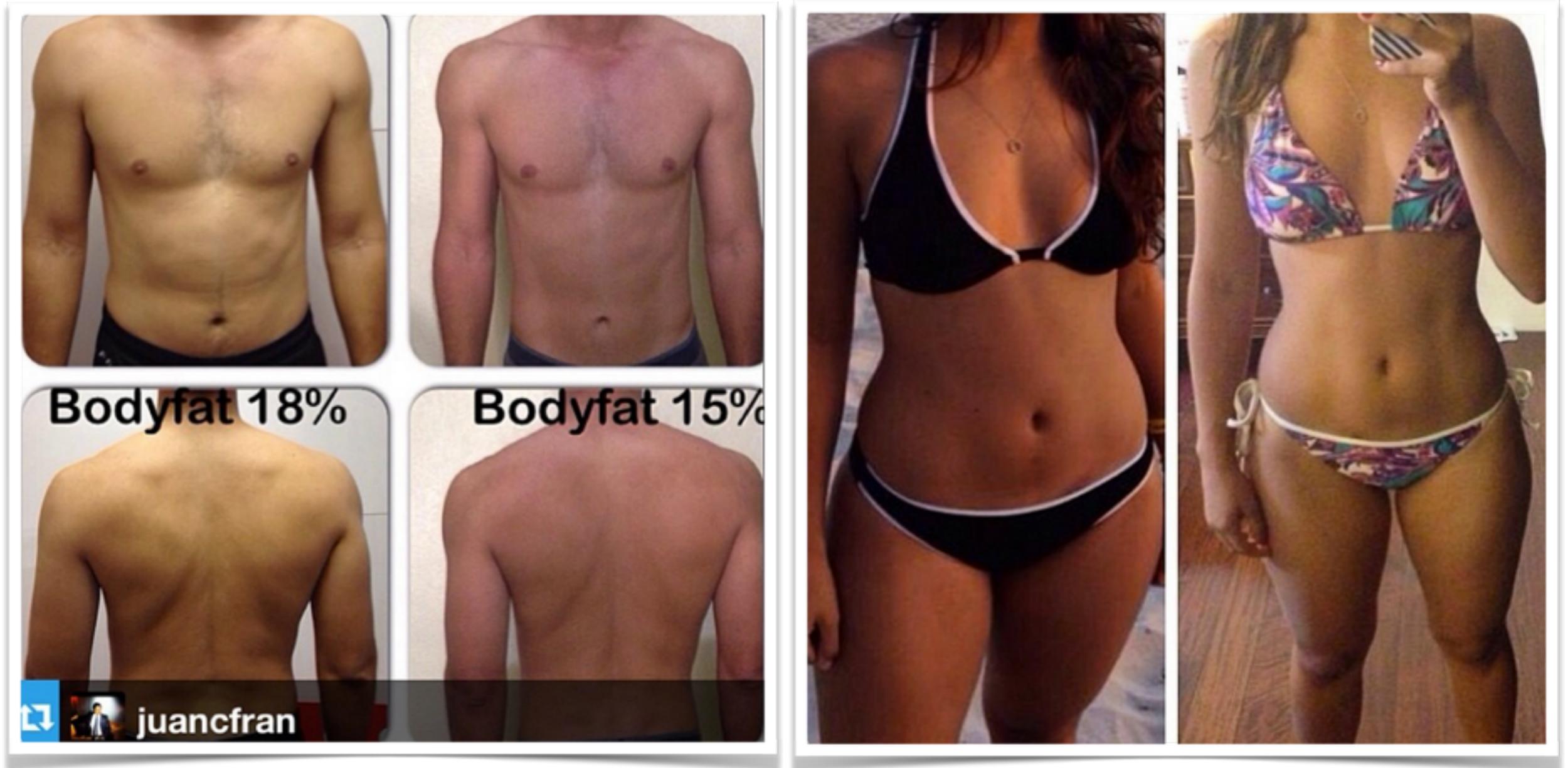
FOTO

Ejemplos de convertir un producto en necesidad



MOTIVACIÓN

Ejemplos de convertir un producto en necesidad



Esperanza de tener el mismo CUERPO

Ejemplos de convertir un servicio en necesidad



**CUENTA LO QUE SE
PIERDEN**

DESTACA LAS VENTAJAS

**ENSEÑA CASOS DE
ÉXITOS REALES**

MÁS ACCIONES A REALIZAR

para convertir fans en clientes

Cómo conseguir mucha repercusión

1

Introducción llamativa

2

Mejor largo que corto

3

Agrega subtítulos de forma estratégica

4

Apóyate en el contenido audiovisual

Cómo conseguir mucha repercusión

Acciones antes	Acciones al crear	Acciones después
Define la estructura	Agrega frases destacables	Enviar newsletter
Busca soporte visuales	Agrega contenido descargable	Publicar días siguientes
Ten un buen contenido	Embebe concurso	Publica distintos titulares
	Integra los comentarios de G+	Enlaza a otros posts existentes
		Comparte el post en RRSS

Cómo conseguir mucha repercusión

Para crear imágenes

Canva

PiktoChart

Power Point / Illustrator / Photoshop

Promoción

Social Share

Clic to Tweet

Crea contenido que todos quieren compartir



Descubre cómo crear posts que tengan mucha repercusión

Powered By CoSchedule

[CLICK TO TWEET](#) 

[CLIC TO TWEET](#)

MINI - Infografías

Distribuye de forma distinta

POST BLOG



E-Book – "Cómo crear un plan de Marketing desde cero"

Distribución
en RRSS

FB

Vilma Núñez
May 1 · 🌐

TODOS A DESCARGAR!!! NUEVO E-BOOK GRATIS en el blog 📖
"Cómo crear un plan de Marketing como Dios manda"

Espero que os guste 🍷
<http://vilmanunez.com/2014/05/05/e-book-como-crear-un-plan-de-marketing-desde-cero/>

Los suscritos al newsletter lo tenéis en el correo con descarga directa y con otro regalito más.)

NUEVO E-BOOK GRATIS
"CÓMO CREAR UN PLAN DE MARKETING"

DESCARGAR
vilmanunez.com

Like · Comment · Share

Imma Corts Llobet, Ricardo Llera, Cristina Diaz and 237 others like this.

TW

Vilma Núñez
@vilmanunez

NUEVO E-Book GRATIS - "Cómo crear un plan de Marketing desde cero"
buff.ly/1nXZaRX pic.twitter.com/xPSTTG4RCv

👤 View translation

• Reply • Delete • Favorite • Buffer • More

NUEVO E-BOOK GRATIS
"CÓMO CREAR UN PLAN DE MARKETING"

DESCARGAR
vilmanunez.com

RETWEETS 21 FAVORITES 50

👤 👤 👤 👤 👤 👤 👤 👤

Acciones de reciclaje



RECICLAJE

Recomendaciones

Utiliza distintas imágenes

Cambia los colores

Cambia el titular

Apóyate en la presión por beneficio, premio, descuento o tiempo

Acciones de reciclaje

Crea un e-book con posts de una temática



Cómo crear un plan de marketing online

Posted on October 25, 2012 at 8:59 pm

Este post está dirigido a todos aquellos que estáis estudiando Community Management o queréis iniciar a trabajar como gestores de comunidades online. He preparado un modelo para crear un plan de marketing online en pocos pasos, espero que os guste y sirva para futuros proyectos.

Como todo en la vida, lo primero que se necesita es un motivo, en este caso vamos a imaginar que tenéis un futuro cliente interesado en vuestros servicios y vais a prepararle una propuesta. En una línea del tiempo estos serían los 6 pasos necesarios para crear un plan de marketing online e iniciar la gestión del mismo.

- 1 Start
Business Briefing
- 2 Market
Investigación
- 3 Plan
Presentación
Plan Marketing
- 4 Set-up
Configuración y
activación
Identidad digital
- 5 Lanzamiento
Interacciones
online
- 6 Gestión



NUEVO E-BOOK GRATIS

"CÓMO CREAR UN PLAN DE MARKETING"



DESCARGAR

vilmanunez.com

Capítulos guía email marketing

A través de capítulos (posts) he intentado resumir toda las partidas importantes para crear campañas efectivas de email marketing, a continuación el listado de temas tratados:

Eso de Newsletter ¿Qué es y para qué sirve?

Los conceptos por más básicos que son nos ayudan a entender todo mejor. Así que el primer capítulo será para conceptualizar y diferenciar el newsletter del mailing.

CAPÍTULO – Qué es el Newsletter y para qué sirve

Cómo iniciar una estrategia de Email-Marketing desde cero

Si todavía no has dado el paso, este post te ayudará a crear una estrategia de email marketing desde cero. Una forma de introducirte en este maravilloso mundo 😊

CAPÍTULO – Iniciando una estrategia de Email-Marketing desde cero

MÉTRICAS

Cómo medir tus conversiones

Análisis de juniors vs seniors

LO QUE VES CUANDO NO SABES

Social Share en web

Engagement (me gusta, comentarios, rts, etc...)

de nuevos suscriptores en newsletter

Tráfico web

Descargas contenido

Ingresos recibidos



LO QUE ANALIZAS CUANDO INICIAS A SABER

Por qué se comparten tus contenidos

Clics en el contenido compartido

Qué acción te funciona más captar suscriptores

De dónde viene tu tráfico y hacia donde va

% de conversiones a raíz de campañas

De dónde vienen tus ventas



**Las métricas cuantitativas son determinantes,
pero las cualitativas son más interesantes.**

Vilma Núñez

@vilmanunez

Recomendaciones para analizar conversiones

1

Haz que tus enlaces sean trackeables

2

Incluye pixel tracking en campañas

3

Utiliza un teléfono para cada canal

4

Crea listas diferentes para captar suscriptores

5

Genera enlaces personalizados

6

Utiliza descuento personalizados por canal

7

Ten formulario de contacto diferentes

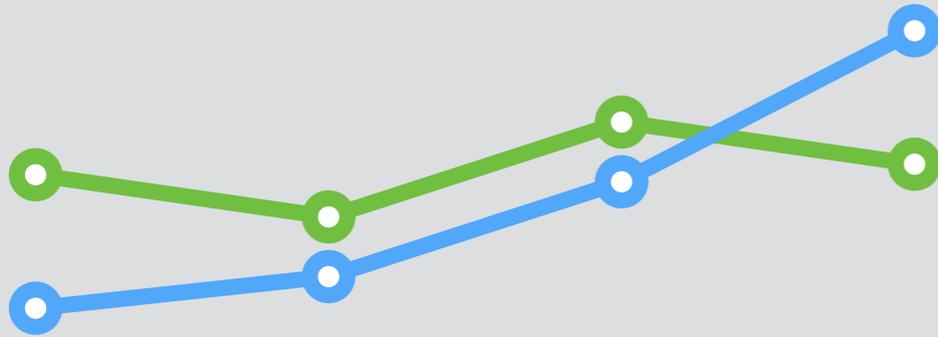
8

Crea diferentes Goals en Google Analytics

Ten un buen dashboard para medir

GOOGLE ANALYTICS

TRÁFICO ACTUAL VS TRÁFICO MES ANTERIOR



VISITAS REAL-TIME

120

RESUMEN CIFRAS

100000	REGISTROS
50000	GANANCIAS
3%	% CONVERSIÓN
3%	% REPITEN COMPRA

REGISTROS

REGISTRO POR DÍA



PAGOS

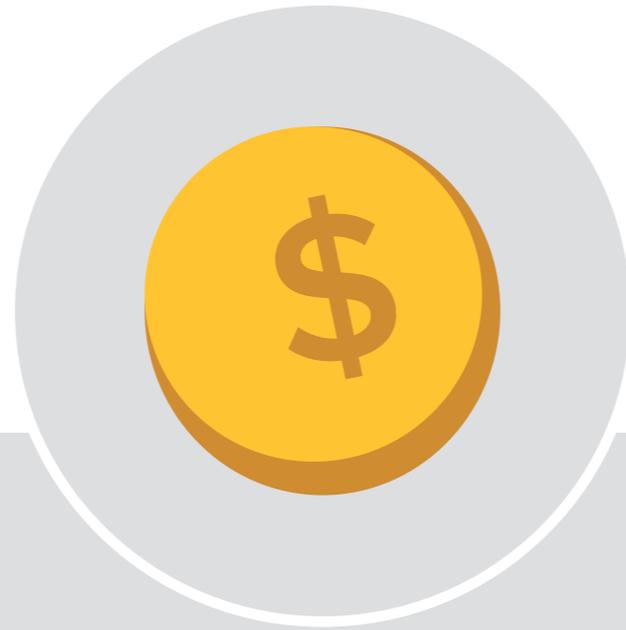
PAGOS POR DÍA



REGISTROS X CAMPAÑA

300	BLOG VN
150	CAMPAÑA FB
200	CAMPAÑA TW
600	BLOG STARTUP
1000	CAMPAÑA OFERTA

LOS DATOS NO SON REALES



El mejor engagement de una marca son sus conversiones

Vilma Núñez

5 MANDAMIENTOS

para convertir a fans en clientes

5 mandamientos para convertir fans en clientes

#1 Todo gira alrededor de tu cliente

#2 Escribe como humano no como máquina

#3 Seduce a tus clientes y no clientes todo el tiempo

#4 Monitoriza tus acciones y reacciona en real-time

#5 Diversifica tus canales y tus contenidos

¡Gracias!

