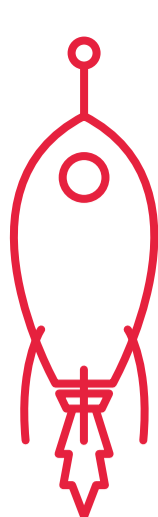


# MARKETING+ AUTOMATION



Es un probado método de gestión y optimización de la experiencia del cliente, midiendo lo importante, incrementando los ingresos y vinculando esos ingresos a la labor del equipo de marketing.

## ¿QUÉ ES?

El Marketing Automation, es una tecnología Integrada capaz de desplegar una variedad de soluciones orientadas a **gestionar, automatizar y medir tareas y flujos de trabajo** del equipo de marketing para incrementar el crecimiento de los ingresos y la eficiencia operativa.

## EN DATOS

↑ **10%**

Porcentaje mínimo de aumento en el revenue en 6/8 meses en compañías que automatizan la gestión de los leads<sup>1</sup>.

↑ **107%**

Mejora ratio conversión de leads<sup>2</sup>.

↓ **33%**

De minoración del coste por lead<sup>3</sup>.

↓ **12,2%**

Porcentaje de disminución en los gastos de marketing<sup>4</sup>.

## ¿CÓMO?

El Marketing Automation posibilita comunicaciones de marketing personalizadas y multicanal que se adaptan al perfil de cada contacto, nivel de interés, comportamiento o lugar en el proceso de compra.

### ATRAE Y CAPTURA

las plataformas de MA nos permiten implementar procesos de Inbound marketing orientados a atraer leads y a identificarlos (capturar) para su posterior tratamiento personalizado a través de procesos de Outbound marketing personalizado.

### NUTRE

A través de programas automatizados y utilizando las capacidades de creación de Landing y formularios, podemos establecer conversaciones segmentadas con cada tipo de cliente/encada momento de la fase de compra y a fin de garantizar que lleguen al proceso comercial (online o ventas) aquellos posibles clientes que están cualificados.

### SCORING

El sistema de puntuación o clasificación permite situar al cliente en su correcta posición en el funnel. El scoring se calcula a partir de los datos que tenemos del contacto y de los que capturamos en su interrelación con nuestros activos digitales. Nos permite determinar la evolución del nivel de relación con el cliente y ajustar los contenidos en función de los objetivos que tengamos para cada segmento y nivel de scoring.

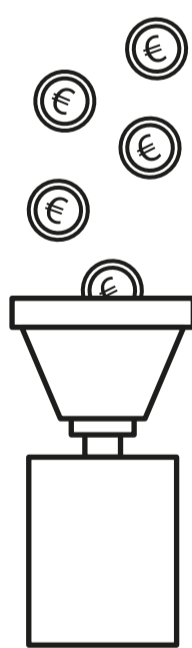
### IMPULSA LAS VENTAS

En función del scoring de un contacto sabemos el momento en el que debemos pasarlo al equipo comercial (en caso de que exista) nuestro objetivo es garantizar que el equipo comercial solo trabaja con leads precalificados por marketing evitando dedicación de dichos recursos a llamadas frías enfocando los mismos a las oportunidades con mayor grado de cualificación. para ello MA debe de integrarse con los sistemas de CRM utilizados por los equipos de ventas.

MARKETING VENTAS

### 3 COOPERACIÓN INTERNA

Marketing Automation permite el trabajo sincronizado entre Marketing y ventas garantizando la coordinación de ambas áreas alineado a los equipos con objeto de proveer leads cualificados y hacer seguimiento a los leads insuficientemente cualificados o rechazados por ventas por no estar todavía listos para la compra.



### 1 INGRESOS

el tratamiento personalizado de los contactos mejora la experiencia y relación con los leads. Aumentando la calidad de los mismos y mejorando ratios de conversión. Desde el punto de vista de los procesos internos las mejoras derivadas de la automatización nos permitirá reducir los costes operativos.

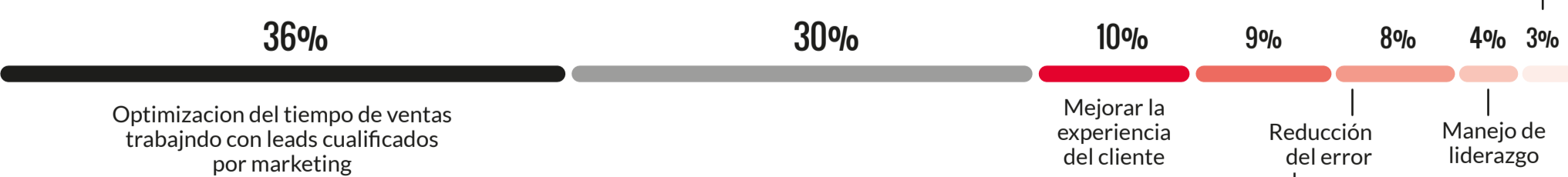
### 2 ALCANZAR OBJETIVOS

Ayuda en la consecución de tres objetivos críticos del área de marketing:

- **Relevancia de Marca:** entregando el mensaje adecuado a la persona adecuada por el canal adecuado.
- **Incremento de la Eficiencia:** Lanzando campañas en horas o días (sin necesidad de IT) Automatizando procesos y programas altamente personalizados con recursos mínimos.

## BENEFICIOS<sup>5</sup>

Marketers que han adoptado MA sugieren que el principal beneficio es:



## REFERENCIAS

1. Gartner Research.
2. Aberdeen Group.
3. Forrester Research
4. Nucleus Research.
5. Lenskold and Pedowitz, 2013



Somos PLATINIUM PLUS partner y partner preferencial para España de Act-On Software





# OPTIMIZACIÓN DE CAMPANAS

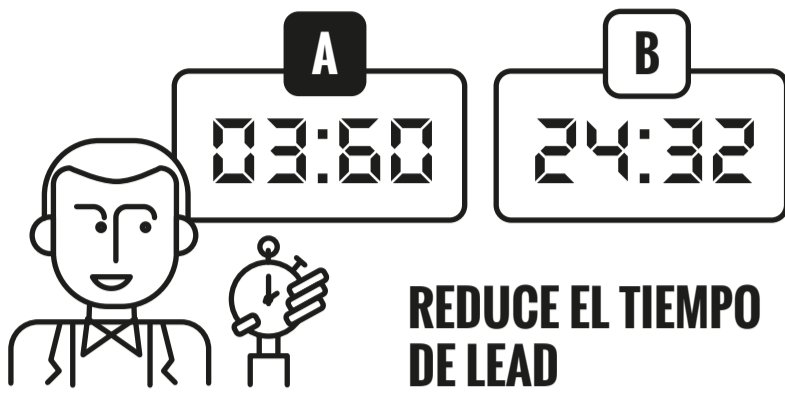


El Marketing Automation abre la posibilidad de iniciar campañas en horas o días, con poco o ningún soporte de Tecnología de la Información necesario y sin habilidades especiales de codificación.

## CENTRO DE OPTIMIZACIÓN DE CAMPANAS

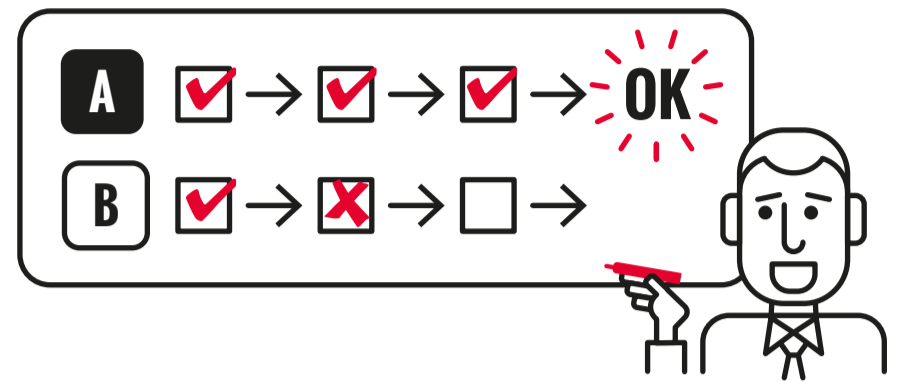
## PRUEBA Y OPTIMIZA SU EFICACIA

Mediante pruebas A / B de elementos como el asunto del correo electrónico, las llamadas a la acción, página de destino y diseño de formularios, colores, mensajes, etc., aumenta las probabilidades de éxito antes del lanzamiento oficial. La versión ganadora se puede desplegar en la campaña más importante.



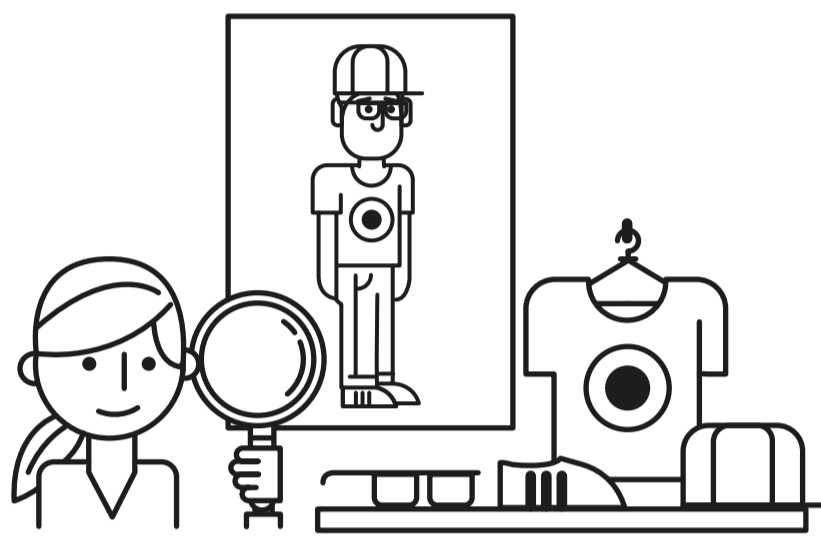
## REDUCE EL TIEMPO DE LEAD

Marketing automation facilita eficientemente la coordinación rápida, la programación, el lanzamiento y medición de campañas complejas en días u horas.



## ALCANZA UN PÚBLICO MÁS AMPLIO

Combinando la recopilación de datos y la creación de leads con técnicas 'inbound' y 'outbound', los directores de marketing pueden ampliar significativamente su visibilidad, hacer crecer y aumentar el flujo de leads.



## PERSONALIZA LAS INTERACCIONES

La personalización es una técnica probada para aumentar la conversión. La automatización permite a los directores de marketing conocer los comportamientos de los clientes, abriendo así nuevas puertas para personalización dinámica de correos electrónicos, páginas de destino personalizadas y ofertas.

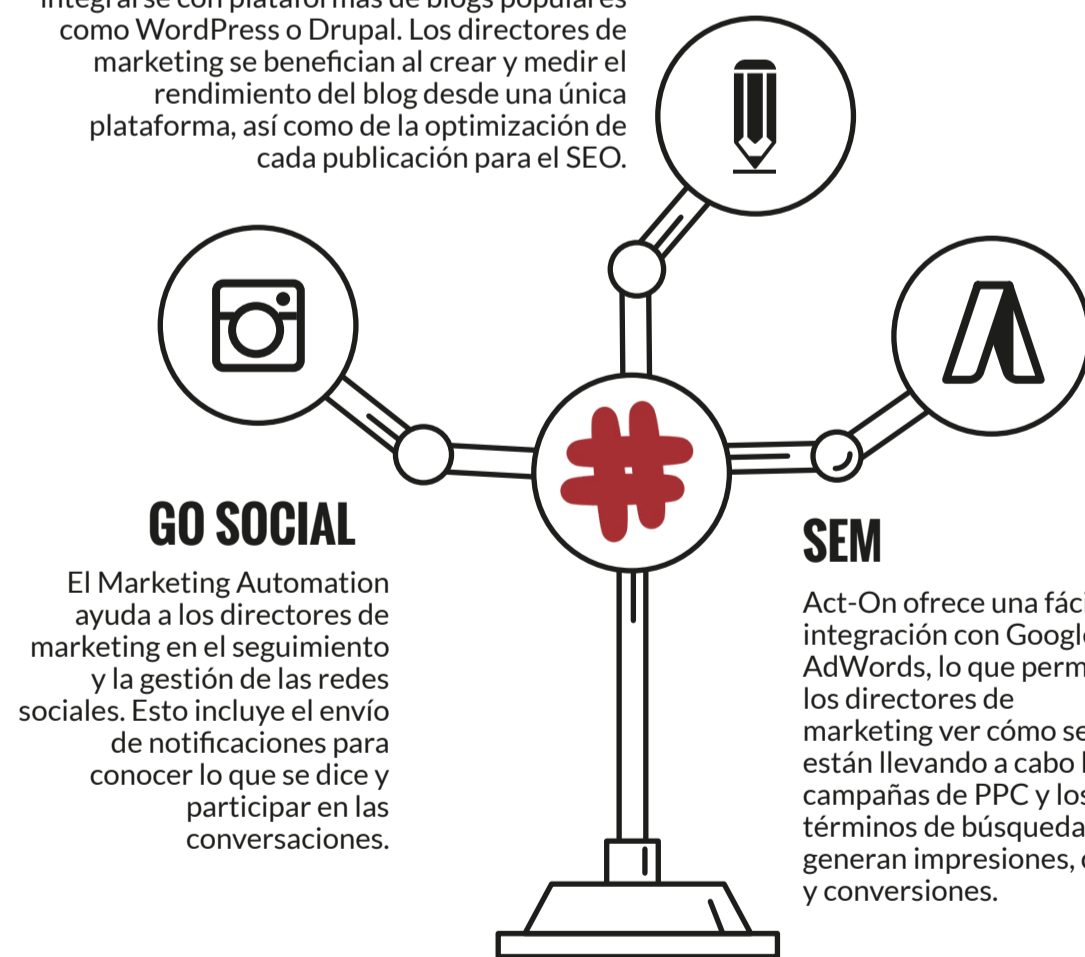


## OPTIMIZA LAS TAREAS DE SEO

Según un estudio de Conductor, la búsqueda orgánica impulsa la mayor cantidad de tráfico de todos los canales; es responsable de casi la mitad de todas las visitas al sitio web (47%). Las plataformas de automatización de marketing pueden optimizar las tareas de SEO.

## CREA Y EVALUA POSTS DE BLOGS

Marketing Automation puede integrarse con plataformas de blogs populares como WordPress o Drupal. Los directores de marketing se benefician al crear y medir el rendimiento del blog desde una única plataforma, así como de la optimización de cada publicación para el SEO.



## GO SOCIAL

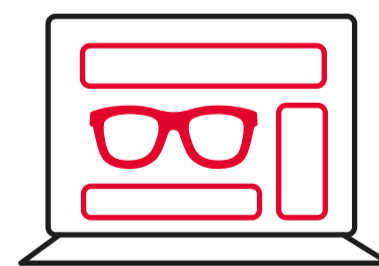
El Marketing Automation ayuda a los directores de marketing en el seguimiento y la gestión de las redes sociales. Esto incluye el envío de notificaciones para conocer lo que se dice y participar en las conversaciones.

## SEM

Act-On ofrece una fácil integración con Google AdWords, lo que permite a los directores de marketing ver cómo se están llevando a cabo las campañas de PPC y los términos de búsqueda que generan impresiones, clics y conversiones.

## CAMPAÑAS DE CORREO SET-IT-AND-FORGET-IT

Marketing Automation ayuda a los directores de marketing a aprovechar al máximo el e-mail marketing, incluyendo programas de nutrición y activación.



## LANDING PAGES

¿Cumplen las 'landing' su función? ¿Siguen las mejores prácticas de SEO? ¿Tiene las métricas adecuadas? ¿Qué diseños son más efectivos? Marketing Automation proporciona las herramientas para responder a esas preguntas, y muchas más.

## AUMENTO DE LA EFICACIA DEL EVENTO WEB

Eventos en la Web - webinars, webcasts, conferencias virtuales, demos - ofrecen una multitud de tácticas y beneficios. Marketing Automation se integra con las plataformas de eventos web más populares, como WebEx y GoToWebinar, y reduce drásticamente el tiempo dedicado a organizar los eventos, a la vez que aumenta el compromiso y la calidad del lead.



## REFERENCIAS

Business Case for Marketing Automation, Act-On Software, 2016



Somos PLATINIUM PLUS partner y partner preferencial para España de Act-On Software



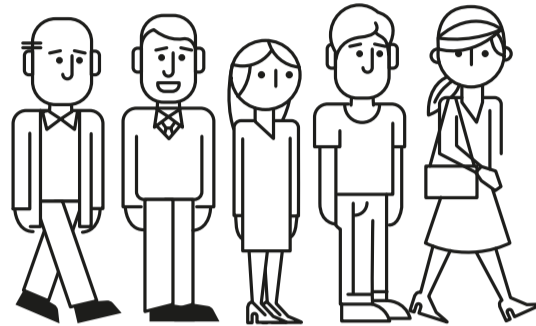
# ACTIVACIÓN DE VENTAS +

Las empresas con prácticas integradas (marketing/ventas) de generación y desarrollo de leads tienen un aumento en productividad de ventas del 14,5%<sup>1</sup>.

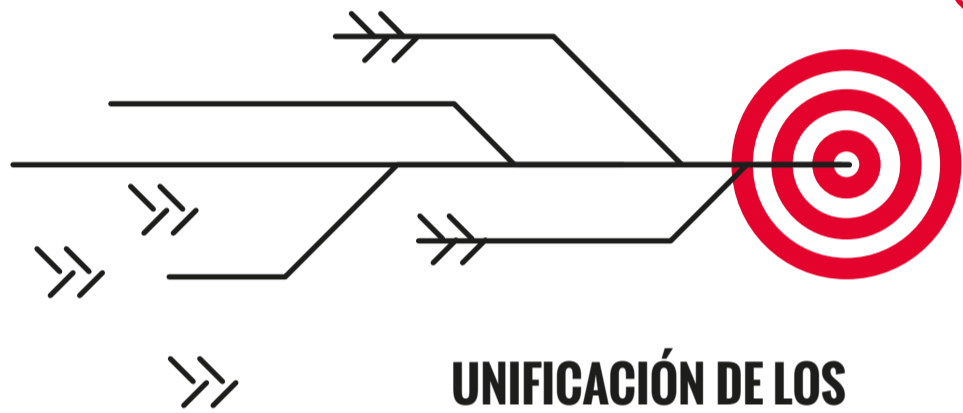


## CICLOS DE VENTAS MÁS CORTOS

La capacidad de integración del Marketing Automation permite una conversión de leads más rápida.



VENTAS



## UNIFICACIÓN DE LOS CANALES DE LLAMADAS

El Marketing Automation agrega datos de múltiples canales y los unifica para facilitar su comprensión.

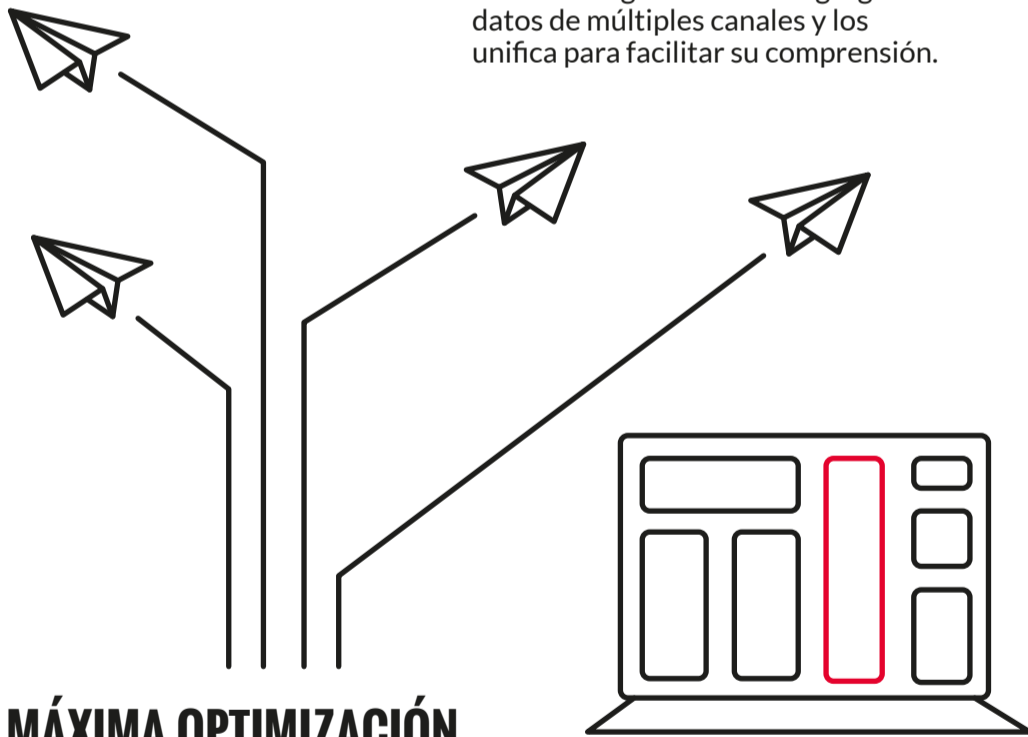
## MÁS Y MEJORES 'SALES-QUALIFIED LEADS'

El Marketing Automation permite la identificación y priorización de clientes listos para compras, con un 54% de mejora de consecución de cuota<sup>2</sup>.



## ELIMINACIÓN DE LLAMADAS EN FRÍO

Los representantes de ventas reciben información antes de coger el teléfono o enviar un correo electrónico al comprador potencial.

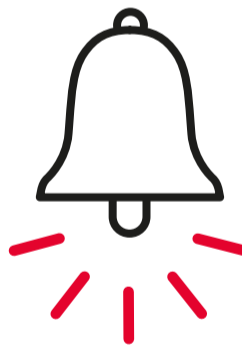


## MÁXIMA OPTIMIZACIÓN DEL MAIL

El Marketing Automation posibilita personalizar el mensaje destinado a un comprador en particular y enviarlo en el mejor momento.

## INTEGRACIÓN CON EL CRM EXISTENTE

Los sales reps pueden permanecer en su sistema CRM y recibir en él la información que le facilita el Marketing Automation.



## ALERTAS EN TIEMPO REAL

Los Sales Reps pueden configurar alertas que le notifiquen actividades importantes en tiempo real.

## AUMENTO DEL TAMAÑO DE LAS VENTAS

El 28% de los equipos que utilizan Marketing Automation notificaron un aumento de los leads que pasaban a ventas<sup>2</sup>.

# 28%

### REFERENCIAS

1. Nucleus research.

2. Bulldog.

3. Pedowitz Group study, 2013.



Somos PLATINIUM PLUS partner y partner preferencial para España de Act-On Software

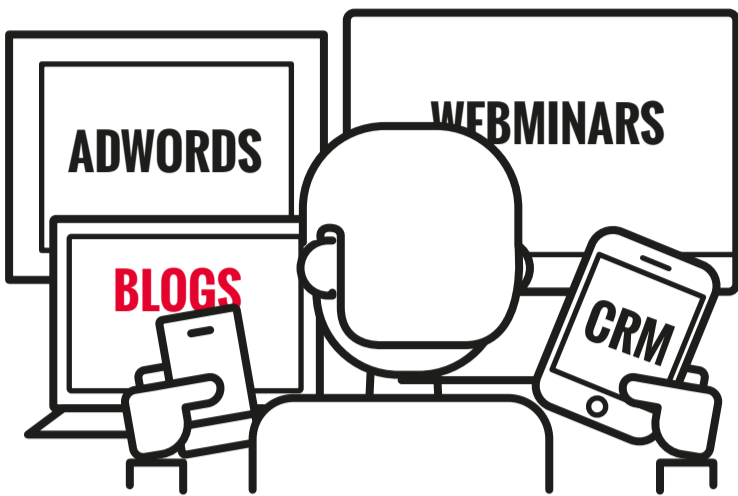


# OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

**SIN**  
MARKETING  
AUTOMATION

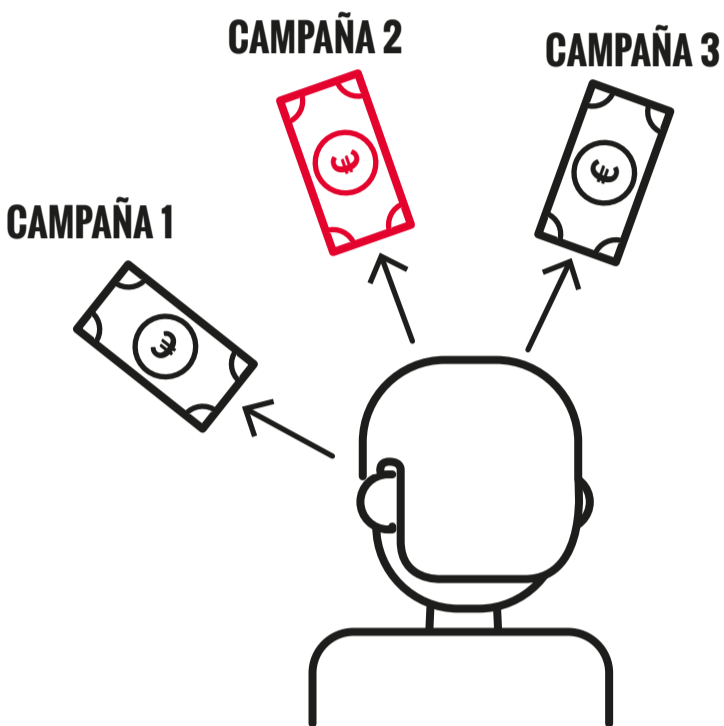
El 86% de los marketers consultados consideran que la facilidad de uso es el principal criterio a la hora de evaluar las herramientas del MA. Enumeramos otros aspectos que optimizan los recursos de Marketing en una empresa.

**+ CON**  
MARKETING  
AUTOMATION



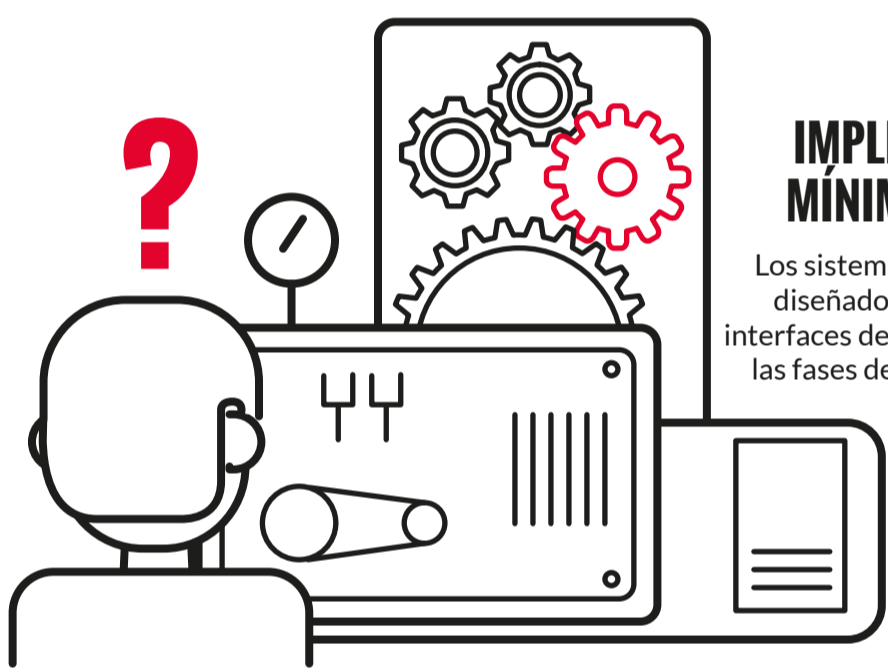
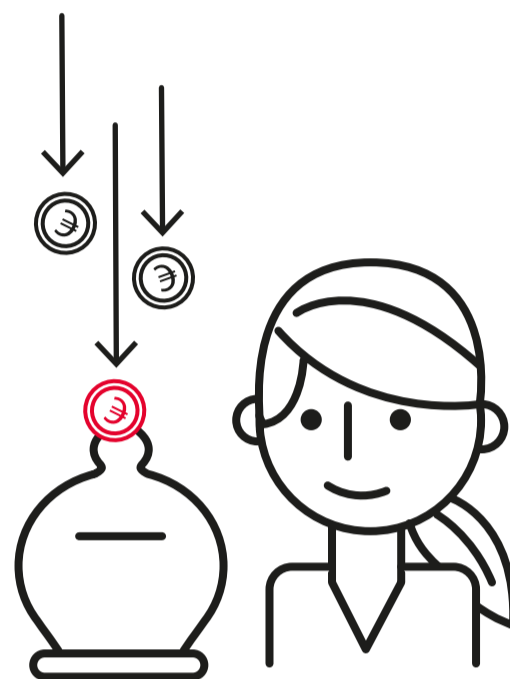
## 1 INTEGRACIÓN CON SISTEMAS Y HERRAMIENTAS EXISTENTES

Ahorra tiempo al permitir que los equipos mantengan las herramientas a las que están acostumbrados y se integren en la plataforma. Es compatible con plataformas CRM, sistemas de gestión de eventos web, plataformas de blogs y AdWords.



## 2 REDUCE COSTES

La facilidad de segmentación de la audiencia, la personalización y la optimización de los datos conducen a campañas más específicas y adaptadas que se pueden lanzar más rápido y, en general, tienen un mejor rendimiento.



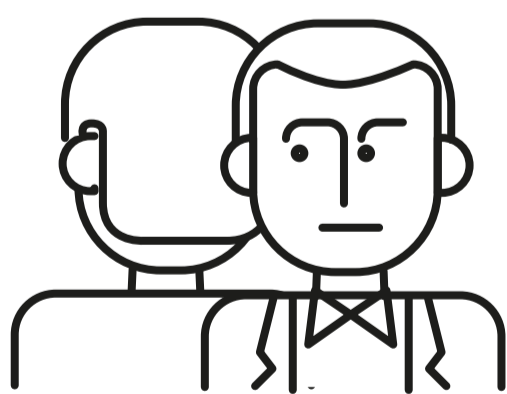
## 3 IMPLEMENTACIÓN CON UN MÍNIMO SOPORTE TÉCNICO

Los sistemas de Marketing Automation están diseñados para facilitar su uso, incluyendo interfaces de usuario intuitivos que facilitan todas las fases de implementación y desarrollo de la campaña.



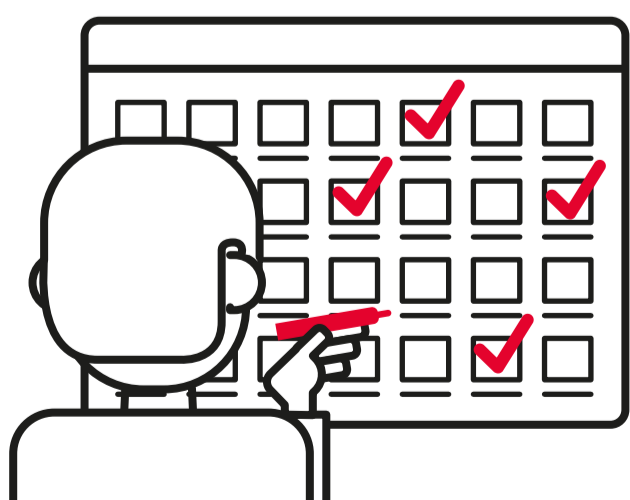
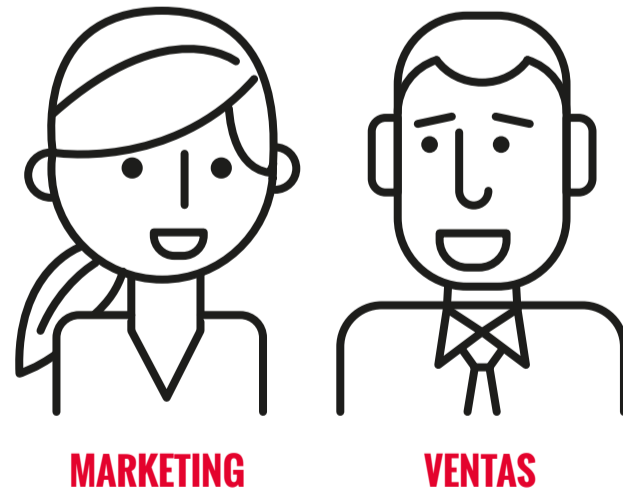
## 4 DESARROLLO DE CAMPAÑAS SIN HABILIDADES ESPECÍFICAS

Los editores WYSIWYG y la funcionalidad 'drag and drop' reducen significativamente el tiempo y el esfuerzo necesarios para crear campañas ejecutar complejas tareas de marketing. Esto también reduce los costes asociados con la contratación de especialistas.



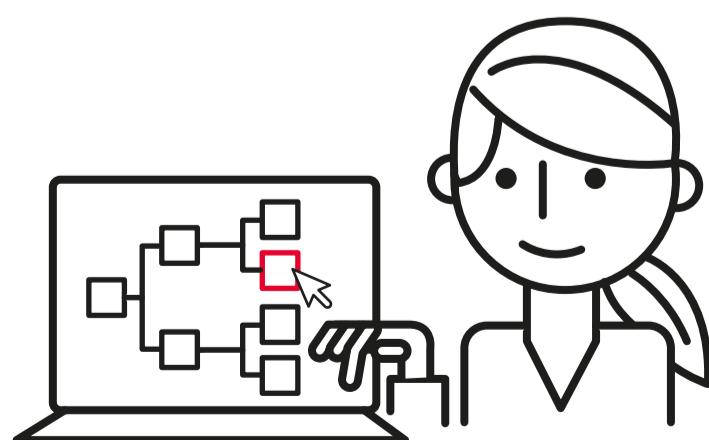
## 5 MEJOR COORDINACIÓN ENTRE MARKETING Y VENTAS

Muchos marketers utilizan ese tiempo para agregar nuevos programas o hacer más análisis; Muchos también disfrutan del beneficio de una mayor eficiencia sin un aumento en la plantilla.



## 6 AHORRA TIEMPO AUTOMATIZANDO TAREAS MANUALES

La automatización ahorra tiempo y evita la repetición de tareas. Muchos marketers utilizan ese tiempo para agregar nuevos programas o hacer más análisis; otros también disfrutan del beneficio de una mayor eficiencia sin un aumento en la plantilla.



### REFERENCIAS

1. Regalix, The State of Marketing Automation, 2014



Somos PLATINIUM PLUS partner y partner preferencial para España de Act-On Software



## MARKETING AUTOMATION

# QUIÉNES SOMOS + QUE HACEMOS

Somos la empresa que da cobertura y soporte a los clientes de MIOGROUP en el área de Marketing Automation.



Nos apoyamos en dos pilares fundamentales: el profundo conocimiento del mercado y las capacidades de las soluciones de Marketing Automation y la concreción de dicho conocimiento a través de una de las tecnologías líderes del mercado y mejor valoradas por los sus usuarios: Act-On Software.

### CONSULTORÍA

- Estrategia de implantación
- Definición de campañas
- Seguimiento de reporting y resultados
- Integración con ventas y BI

### CREACIÓN DE CONTENIDOS

- Soporte de campañas y programas MA: Email, Forms, LandingPages
- Soporte Inbound
- RRSS

### SERVICIO DE FORMACIÓN Y APOYO

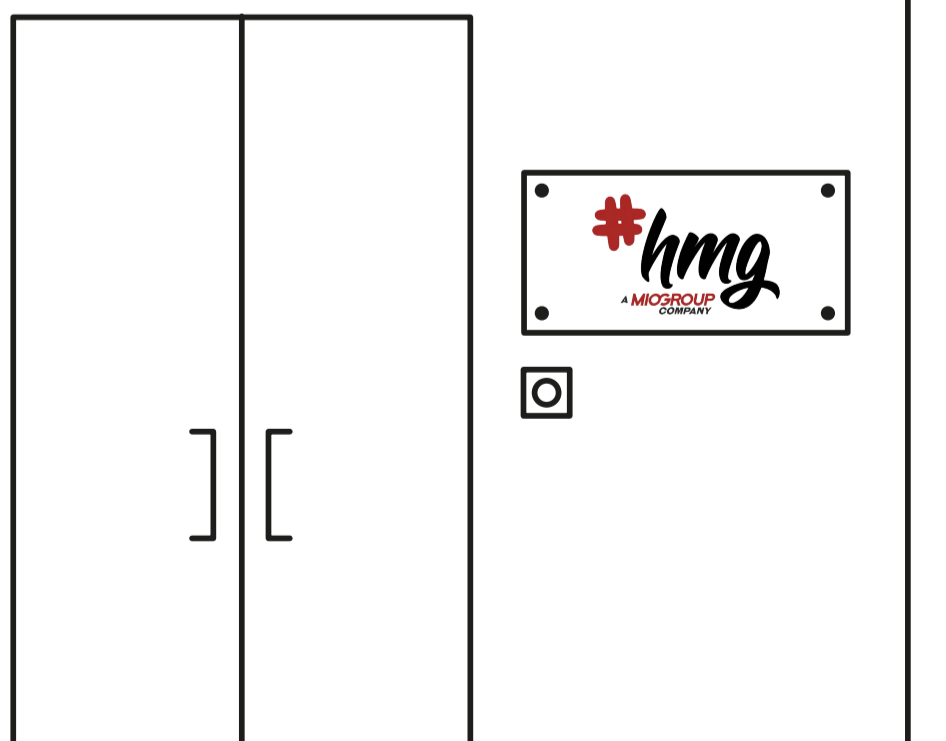
- Formación en la tecnología
- Apoyo y seguimiento de proyectos
- Auditoria de uso

### EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS

- Setup proyecto Marketing Automation
- Ejecución y seguimiento de las campañas definidas por consultoría o el cliente
- Utilización de Mejores Prácticas (equipos certificados por Act-On)
- Segmentación y mantenimiento de listas
- Integración proyectos Webinars
- Seguimiento de competencia
- Diseño y aprobación de programas.
- Integración CRM / BI a través de las soluciones disponibles

### LICENCIAS DE USO / TECNOLOGÍA

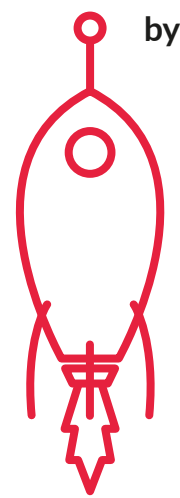
- Somos PLATINIUM PLUS partner y Partner preferencial para España de Act-ON software
- Proveemos las licencias de uso necesarias para soportar los proyectos de Marketing Automation de nuestros clientes.
- Nuestros equipos están certificados por Act-On.
- Contamos con personal del fabricante en nuestras instalaciones.



Somos PLATINIUM PLUS partner y partner preferencial para España de Act-On Software



# MARKETING+ AUTOMATION



by **#hmg**  
A MIOGROUP  
COMPANY

## ¿QUÉ ES?

El Marketing Automation, es una tecnología Integrada capaz de desplegar una variedad de soluciones orientadas a gestionar, automatizar y medir tareas y flujos de trabajo del equipo de marketing para incrementar el crecimiento de los ingresos y la eficiencia operativa.

- ATRAE Y CAPTURA
  - NUTRE
  - SCORING
- IMPULSA LAS VENTAS

## ¿POR QUÉ INVERTIR EN MARKETING AUTOMATION?

Hay tres áreas fundamentales que soportan la inversión en Marketing Automation:

- INGRESOS
- CONSECUION DE OBJETIVOS ORGANIZATIVOS
- MEJORA DE COOPERACIÓN INTERNA

## ÁREAS DE INCIDENCIA

### LEAD GENERATION

Para las empresas, el beneficio principal de la automatización de marketing es la generación de más y mejores leads<sup>1</sup>.

- IN AND OUT
- CREACIÓN DE LEADS
- LEAD SCORING
- SEGMENTACIÓN



### ACTIVACIÓN DE VENTAS

Las empresas con prácticas integradas (marketing/ventas) de generación y desarrollo de leads tienen un aumento en productividad de ventas del 14,5%<sup>2</sup>.

- CICLOS DE VENTAS MÁS CORTOS
- MÁS Y MEJORES 'SALES-QUALIFIED LEADS'
- UNIFICACIÓN DE LOS CANALES DE LLAMADA
- ELIMINACIÓN DE LLAMADAS EN FRÍO
- ALERTAS EN TIEMPO REAL
- AUMENTO DEL TAMAÑO DE LAS VENTAS
- MÁXIMA OPTIMIZACIÓN DEL MAIL
- AUMENTO DEL TAMAÑO DE LAS VENTAS
- INTEGRACIÓN CON EL CRM EXISTENTE

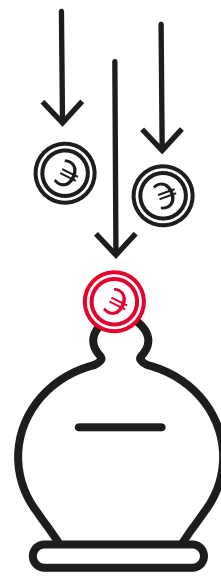
### OPTIMIZACIÓN DE CAMPAÑAS

El Marketing Automation abre la posibilidad de iniciar campañas en horas o días, con poco o ningún soporte de Tecnología de la Información necesario y sin habilidades especiales de codificación.

- REDUCE EL TIEMPO DE LEAD
- PRUEBA Y OPTIMIZA SU EFICACIA
- PERSONALIZA LAS INTERACCIONES
- OPTIMIZA LAS TAREAS DE SEO
- ALCANZA UN PÚBLICO MÁS AMPLIO
- CREA Y EVALUA POSTS DE BLOGS
- CAMPAÑAS DE CORREO SET-IT-AND-FORGET-IT
- GO SOCIAL
- SEM
- LANDING PAGES
- AUMENTO DE LA EFICACIA DEL EVENTO WEB

### OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

Además de la facilidad de recursos, el MA aporta muchas otras ventajas.



- AHORRA TIEMPO
- REDUCE COSTES
- INTEGRACIÓN CON HERRAMIENTAS EXISTENTES
- MÍNIMO SOPORTE TÉCNICO
- DESARROLLO DE CAMPAÑAS SIN HABILIDADES ESPECÍFICAS
- MEJOR COORDINACIÓN ENTRE MARKETING Y VENTAS

## NOSOTROS

### QUIÉNES SOMOS Y QUÉ HACEMOS

Somos la empresa que da cobertura y soporte a los clientes de MIOGROUP en el área de Marketing Automation.

- CONSULTORÍA
- SERVICIO DE FORMACIÓN Y APOYO
- EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS
- CREACIÓN DE CONTENIDOS
- LICENCIAS DE USO / TECNOLOGÍA



#### REFERENCIAS

1. Pepper Global, 2013 & 2014.
1. Nucleus research.



Somos PLATINIUM PLUS partner y partner preferencial para España de Act-On Software

