



email marketing

Si quieres conseguir Leads de calidad MAUTIC
es tu herramienta de automatización

Virginia-DonostiaTrafficker

Tabla de Contenidos

¿Qué es Mautic?

¿Qué ventajas tiene?

¿Por qué Mautic y no otra?

Realizar campañas de email marketing inteligentes.

Cualificar automaticamente los Leads para el equipo de ventas.

Automatizar toma de datos.

Mejorar tu estrategia de inbound marketing y marketing de contenidos.

¿Qué es Mautic?

Mautic es un software de automatización de marketing de código abierto que ayuda a las empresas en línea a automatizar sus tareas de marketing repetitivas, como la generación de leads, la segmentación de contactos, las campañas de marketing, la puntuación de leads, etc.

Mautic es una de las herramientas más usadas para automatización de marketing, tiene múltiples aplicaciones para una empresa y los profesionales de Marketing, comunicación y ventas . Se puede sacar mucho provecho de Mautic.

Mautic es una potente herramienta de código abierto (Open Source), que podemos instalarla en nuestro propio servidor.

Generación de leads y etiquetado de contactos

Construcción de campaña

Segmentación de contactos

Creador de correo electrónico

Creador de Landing pages

Pruebas A / B

-Flujos de acción automatizados y disparadores para Marketing Automation.

-Lead Scoring (cualificación automática de Leads).

-Envío de campañas inteligentes por email.

-Informes y estadísticas.

En los últimos años se está hablando mucho de esta herramienta y ya hay más de 200.000 de empresas usándola.

¿Qué ventajas tiene?

Nos permite ser competitivos en Marketing y Ventas, especialmente si tienes una página de ventas o te dedicas a los servicios profesionales.

Hemos tenido muy buenos resultados (incrementos de ingresos superiores al 30%) usando Mautic en sectores como:

Infoproductores.

Servicios B2B.

Ecommerce

Servicios profesionales a empresas. etc.

En general, cualquier negocio que necesite Leads de calidad y que busque mantener relaciones a largo plazo con sus clientes.

Los resultados que solemos obtener al implantar Mautic en una empresa son:

Mejora de la difusión, reconocimiento y prestigio de la marca.

Incremento en tasas de apertura de emails y CTR.

Incremento de ratios de venta y eficacia y eficiencia comercial.

Mayor calidad de Leads.

Bajada de los tiempos de cierre y acortamiento del ciclo de ventas.

Campañas de fidelización más eficiente.

¿Por qué Mautic y no otra?

Mautic es de código Abierto, de hecho es la mejor herramienta de código abierto que conozco para automatización de marketing.

Existen otras que tienen un coste mensual y, normalmente, este coste va vinculado al número de funcionalidades y emails que tengas en tu base de datos.

La gran ventaja de Mautic: que puedes tener todas las funcionalidades “de origen” y desde el primer momento y dejar que crezca la base de datos de emails sin problemas.

En los últimos años, he trabajado con algunas plataformas de automatización y cuando tienes una base de datos grande las herramientas como Mailchimp, GetResponse, Active Campaign, etc se vuelven muy caras y tienes que gastar miles de euros todos los meses para poder trabajar con ellas.

Realmente Mautic va a tener un coste mensual puesto que tendrás que alojar la herramienta en un servidor y esto conlleva un coste, pero esto será una pequeña parte de lo que pagarías por otras plataformas.

Si tu proyecto depende de trabajar con muchos Leads, potenciales clientes o contactos y no quieres gastar miles de euros al mes deberías evaluar Mautic como una opción preferente.

Realizar campañas de email marketing inteligentes.

Sueles tener ratios de apertura y CTR bajos?

Nota: CTR significa Click Through Rate, para que nos entendamos, el número de veces que se hace click en el botón por el número de veces que se ve una página, un anuncio....

Cuando tenemos este tipo de problemas solemos centrarnos en generar contenido de más calidad o en mejorar el diseño, pero con Mautic podemos ir más allá.

La herramienta nos permite enviar emails “inteligentes”, te explico:

Mautic permite enviar emails personalizados con datos como: nombre, apellidos, empresa, fechas, etc

.

Podemos personalizar los emails con cualquier dato de nuestro CRM para que el usuario se identifique mejor con el mensaje.

Mautic nos permite personalizar el email según los gustos y preferencias de los usuarios, por ejemplo el contenido que más le gusta o los productos que suele comprar.

Con esta potente herramienta podemos enviar emails cuando el usuario efectúe alguna acción, por ejemplo al visitar un producto, visitar la página, abrir otro email, etc.

Mautic- La Herramienta de email marketing

Nos permite realizar Test A/B, nos da reportes de las campañas muy completos, etc.

Con Mautic podemos trabajar en áreas que tienen mayor impacto en los resultados de nuestras campañas de email marketing y hacerlo de una manera muy fácil e intuitiva gracias a esta herramienta.

Te recomiendo ir realizando tu propias plantillas de email optimizadas, con una rendimiento muy optimizado y contrastado.

Te aseguro que cuando te pones a ello y tienes experiencia usando este tipo de herramientas puedes conseguir incrementos del 100% en tasas de apertura y clicks.

Cualificar automaticamente los Leads para el equipo de ventas

En general, cualquier herramienta de inbound marketing nos permite implementar Lead Scoring.

¿Sabes qué es?

Lead scoring es un sistema que nos permite cualificar los leads (contactos o clientes potenciales) en función de actividad, asignando puntos según varios factores.

Por ejemplo si un usuario nos pide un presupuesto le damos 40 puntos, si visita nuestro blog 5, si descarga un ebook o se apunta a un evento de empresa le damos 20 puntos, etc.

Impresionante, cuando lo veas funcionando no vas a poder vivir sin tu sistema de Lead Scoring trabajando por tí.

Imagina poder ordenar la lista de potenciales clientes según cómo han interactuado con tu contenido, propuestas, etc.

¿Necesitas ayuda para diseñar tu Lead Scoring?.

Mautic- La Herramienta de email marketing

Mautic, faltaría más, permite trabajar con un sistema muy potente de Lead Scoring y va a facilitarnos mucho la vida, únicamente hay que crear una estrategia para cualificar Leads en base a varias dimensiones: Conocimiento de marca, intención de compra, etc.

¿Hay que hacerlo bajo esos criterios? Por supuesto que no, cada negocio es diferente y la estrategia será diferente, pero conviene tener elaborada la estrategia para ser más eficiente.

Automatizar toma de datos

Las herramientas de formularios que pone a nuestra disposición nos permiten crear sofisticados formularios para la toma de datos de clientes, por ejemplo:

Formularios de contacto en el sitio web.

Formularios de suscripción a Newsletters.

Formularios para solicitar citas comerciales o demostraciones.

Formulario de descarga de ebooks.

Para que los usuarios puedan apuntarse a eventos, solicitar manuales, descargas, etc.

Para facilitar más la tarea Mautic se integra perfectamente con herramientas tan usadas como WordPress

Mejorar tu estrategia de inbound marketing y marketing de contenidos.

Cuando hemos desplegado con éxito una estrategia de marketing de contenidos empieza a llegar gran cantidad de tráfico, especialmente de Google, creando una buena estrategia de conversión y aplicando la metodología del Inbound Marketing podemos canalizar todo ese tráfico a nuestra base de datos, Mautic nos ayuda a que todo esto sea menos laborioso.

Esto que viene es un resumen de todo lo que hemos visto antes, pero cuando lo pones todo a funcionar junto los resultados se disparan;

Manteniendo una base de datos unificada de Leads y oportunidades comerciales, conectada con nuestra página web, sus formularios y sincronizada con nuestro ERP o CRM.

Mautic nos proporciona herramientas para crear Landing pages y formularios con los que captar Leads.

Podemos automatizar el envío de secuencias de emails y auto respuestas a los usuarios.

La herramienta nos permite enviar newsletters a los usuarios de manera automática.

Los sistemas de Lead Scoring van a ir cualificando. automáticamente a los clientes y enviaran a nuestro equipo de ventas un listado diario de los clientes con más posibilidades de cierre y muchas más cosas que podemos hacer con esta poderosa herramienta.

EL PASO A PASO PARA COMENZAR CON MAUTIC

En este tutorial de Mautic te voy a dar algunas ideas para comenzar y no abarcar demasiado desde el principio.

El secreto es trabajar con Mautic de forma progresiva y sobre todo probar, trastear la herramienta y aprender a utilizarla.

Este consejo es válido para toda aquella herramienta con la que comenzamos y desconocemos su manejo.

Fase 1: PREPARANDO MAUTIC

Con la instalación de MAUTIC esta fase, te la dejaré lista y te la podrás saltar. No obstante te la detallo

Configuraciones básicas: Para comenzar es imprescindible realizar algunas configuraciones de correo, servidores de envío para evitar spam, inserción de código de monitorización de Mautic en la web, etc.

Base de datos : Si tienes base de datos procura hacer una revisión de la misma antes de cargarla en Mautic, de esta forma te será más productivo.

Además de realizar una primera carga de tu Base de datos, debes configurar algunos correos para hacer los test con las campañas que realices (correos propios o de empleados de la empresa con los que puedas revisar que el diseño de cada campaña funciona correctamente).

Segmentos o listas: Esta fase nunca termina, cuando más información recojas de tus contactos a través de Mautic, más y más podrás segmentar. De hecho, una de las estrategias avanzadas que podrás seguir, es crear segmentos de forma automatizada, mediante la creación de campañas.

FASE 2: PRUEBAS PILOTO

Primera campaña: Plantea una campaña que tenga poca dificultad y que sea de interés para tus contactos. Puedes pensar en diferentes alternativas, según la segmentación, que tengas disponibles para tus contactos. Ten en cuenta: Tus prioridades estratégicas La fase del embudo de conversión donde quieres centrarte.

Crear los primeros recursos para la campaña: Recursos como plantillas de mail, landing pages, activos.

Técnicamente, basta con que tengas un único elemento de los anteriores para empezar a trabajar. ¡Lanza la campaña! Y mide los resultados: Si no son buenos, no te preocupes. No es nada fácil acertar a la primera.

Te servirá para mejorar tus siguientes campañas y habrás mejorado en el manejo de Mautic, entenderás mejor su funcionamiento y estarás en disposición de preparar más recursos que harán que saques más provecho de la herramienta.

FASE 3: Crear diferentes tipos de herramientas para fomentar la vinculación de tus contactos:

- Páginas de agradecimiento (Thank you pages).
- Correos electrónicos para diferentes acciones: correos automáticos al rellenar formularios web, completar una acción, felicitación de fechas señaladas, etc.
- Añade “activos” (archivos descargables) que puedes utilizar en tus campañas.
- Crea sencillas encuestas para la valoración de tus clientes o para añadir más información en las fichas de tus contactos.

Crea campañas dirigidas a fomentar la fidelización y la relación con tus contactos, utilizando las herramientas anteriores.

EJEMPLO para un agroturismo:

- Envío de un correo de agradecimiento cada vez que un contacto...

Visita una página determinada

Hace una reserva

X días antes de su llegada al agroturismo

X días después de su partida.

-Correos clave para tus contactos:

Promocionar la web de reservas propia para los clientes que han reservado con anterioridad por otros canales.

Envío de la agenda de actividades previamente a alojarse en el agroturismo.

Encuestas en intolerancias o alergias previamente a la llegada al agroturismo.

Promoción de actividades que podrán realizar cuando lleguen al agroturismo.

Descuentos, promociones, etc durante la estancia.

- Prepara encuestas que los contactos recibirán en diferentes momentos de interacción con tu empresa.

- Mails de felicitación por fechas señaladas para tus contactos: cumpleaños, vacaciones, etc.

FASE 4: POTENCIAR LAS POSIBILIDADES DE SEGMENTACIÓN DE TUS CONTACTOS

- Define las fases de tu embudo de conversión y los “activadores que hacen que un contacto pase de una fase a otra”.
- Establece estrategias para clasificar a tus contactos: etiquetas, puntos...

Ejemplo 1 Creación de etiquetas

Podrías segmentar a tus contactos en función del interés que tienen por diferentes contenidos. Si cuentas con un blog con contenidos dirigidos a diferentes contactos puedes enlazarlos con etiquetas:

Contactos que leen contenidos sobre actividades deportivas

Contactos que leen contenidos sobre actividades a realizar en familia

Contactos que buscan información sobre ocio para parejas solteras

Etc...

Ejemplo 2 Asignar puntos.

Se pueden asignar puntos a los contactos en función del número de artículos que leen de un tipo determinado. De este modo, medirás:

Los temas que le interesan (familias, singles, ...)

El grado de interés. No es lo mismo alguien que puntualmente lee un artículo de un tema, que alguien que lo hace repetidamente.

Diseña segmentos, cada vez más especializados:

Manualmente, utilizando los criterios disponibles.

Automáticamente, a partir del resultado de acciones realizadas por tus contactos: apertura mail, visita página, descarga de archivos, etc.

FASE 5: CREA SISTEMAS DE ALERTA O DE INFORMACIÓN PARA TRABAJAR CON TUS CONTACTOS.

Crea campañas que envíen los contactos a tu CRM.

Genera una alerta cuando los contactos realicen determinadas acciones:

- Cambian a una fase más cercana a la compra.

- Dejan de utilizar la web de reservas.

Estas son algunas de las cosas que puedes hacer con Mautic para empezar, ya que el potencial de la herramienta es impresionante y conviene ir poco a poco conociendo la herramienta.

Mautic- La Herramienta de email marketing

La automatización de email no significa enviar miles de emails a la vez sin intervención manual, pero sobre todo significa aprender más sobre el mercado y, en particular, sobre las personas potencialmente interesadas en la marca.

Una vez hemos identificado los contactos útiles, deben ser **gestionados de forma individualizada**, permitiéndoles ser conscientes de su problema y que nuestra marca es la más cualificada para resolverlo.

Los llevaremos hacia una decisión positiva de compra, siguiendo en contacto con ellos en fases posteriores a la venta, consiguiendo una **experiencia de usuario, uauh!!!** para ofrecerles productos y servicios adicionales.

Mautic es un programa con una curva de aprendizaje media, otras herramientas como Mailchimp son mucho más sencillas pero también tienen muchas menos opciones. Nada que ver...

Te Instalo Mautic!

La manera más sencilla y eficaz de ahorrarte gastos con una herramienta de marketing, que utilizan los países más adelantados del mundo online y que muchos desconocen.

Me interesa Mautic

¿Te instalo Mautic?



Te recomiendo que si no usas una herramienta de automatización de marketing te lo plantees, especialmente si quieres mantener relaciones duraderas y rentables con tus clientes actuales y quieres conseguir Leads de calidad.

Mi especialización en Mautic dentro del sector de automatización del Marketing te instalo la herramienta con mi estructura y te la dejo a punto, para que puedas comenzar a trabajar en el mismo momento

.

¿Te animas?

Ponte en contacto !!

