

Caso de éxito Empresa #1





- ¿Cuál era nuestroreto?
- Con esto en mente, ¿Qué logramos hacer?



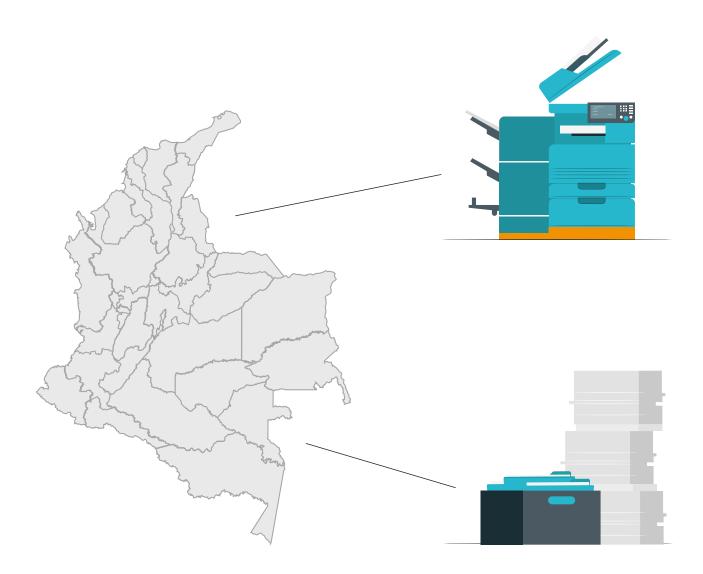


Resultados 6-7 LinkedIn Webinar / Email Marketing Google Ads

¿Quién es el cliente?



Una compañía de alquiler de impresoras que busca ser aliada en la administración integral de impresoras de empresas pequeñas, medianas y grandes a nivel Colombia, y que cuenta con herramientas tecnológicas para ahorrar tiempo, dinero y simplificar toda la operación.



Ahora, ¿cuál era nuestro reto?



Incrementar el número de clientes y expandirse al resto del país, pues al año 2020, el target de sus compañías solo se concentraba en la costa Atlántica de Colombia. A parte de eso, ellos no manejaban ninguna estrategia de marketing, por lo que se tuvo que empezar desde cero.

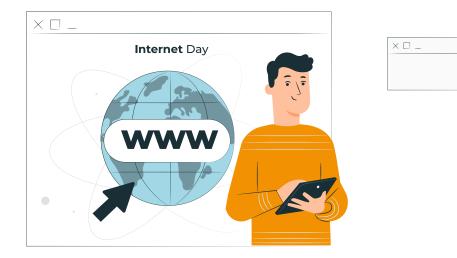
Para implementar una estrategia también debíamos tener en cuenta que estábamos frente a una empresa que vendía un producto muy específico y que de entrada sabíamos tenía poca demanda.



Con esto en mente, ¿Qué logramos hacer?

01

Se volvió a hacer la página web con SEO y se creó una estrategia de Inbound Marketing que se ajustara a las necesidades del negocio.



Esta incluía un plan en LinkedIn para agrandar la red del perfil personal, la generación de contenido de valor (como ebooks y webinars) para llegar a la mayoría de los decisores de compra del sector salud, automatización del marketing a través de campañas de referidos y promociones especiales, entre otros.



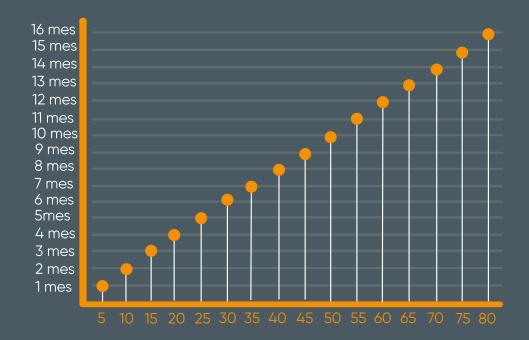
Finalmente, ¿cuáles fueron los resultados?

LinkedIn

01

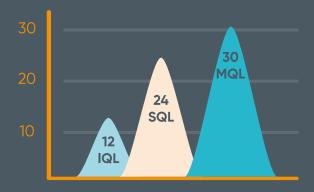
Durante el tiempo que se implementó la estrategia de Linkedin (16 meses) logramos el tráfico de promedial de 5 leads mensuales y altamente calificados a la página web. ¡Ojo! Resultados totalmente orgánicos.

SIN pagar pauta ni hacer gestión mensual de SEO.



02

En el 2021 llegaron 12 IQL, 30 MQL Y 24SQL; todos de grandes y medianas empresas. Los últimos leads, que son de ventas, se consiguieron enviando la propuesta de valor a través de LinkedIn.







Information Qualified Lead. Pertenecen a las parte de arriba del embudo. Son personas que hasta ahora están interesadas o en busca de una solución o una necesidad

(MQL



Marketing Qualified Lead. Parte media del embudo. Son las personas que saben su necesidad y que tu empresa (junto a otras) provee la solución a esa necesidad.

SQL



Sales Qualified Lead. Parte baja del embudo. Son las personas que están interesesadas en adquirir algun producto o servicio de tu empresa, pues saben que pueden solucionar su necesidad.

Webinar



Con la realización de un webinar conseguimos 35 nuevos leads IQL, de la parte de arriba del embudo. Este número triplicó al del mes anterior.



Email Marketing



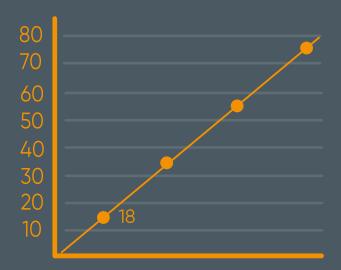
A través de email marketing se brindó apoyo a la venta y visibilidad de la marca en una base de datos de calidad. La base de datos se fue enriqueciendo mes a mes a través de LinkedIn, lo que nos permitió hacer envíos masivos.



Google Ads



En el segundo trimestre del 2022, se empezó a implementar Google Ads y los resultados se elevaron hasta casi cuadruplicarse, pues pasamos de 5 leads promedios mensuales a 18. Y mes a mes hemos comprobado que esta cifra sigue subiendo.





Los leads de Google Ads, si bien están listos para comprar, son de empresas más pequeñas y con otras necesidades, lo que lo diferencia de la estrategia de LinkedIn.





Tal vez fue mucha información y aún tienes preguntas sobre la estrategia del webinar. Si es así, no dudes en comunicarte con nosotros.

¡Contáctanos!



Visita nuestra página web: www.mandaladigitals.com

o escribe tus inquietudes o peticiones al correo chrisnel.sanchez@mandaladigitals.com

Cel: 3132237662

Spotify: Charlemos de Estrategia Digital

