

# Acciones digitales para conectar con tu público

**Sílvia Llobart Monner**  
silviallm@lasembra.cat

lasembra.cat  
twitter.com/lasembraC  
instagram.com/lasembra

cooperativa  
**la sembra**  
agència de comunicació social



Cofinanciado por  
la Unión Europea

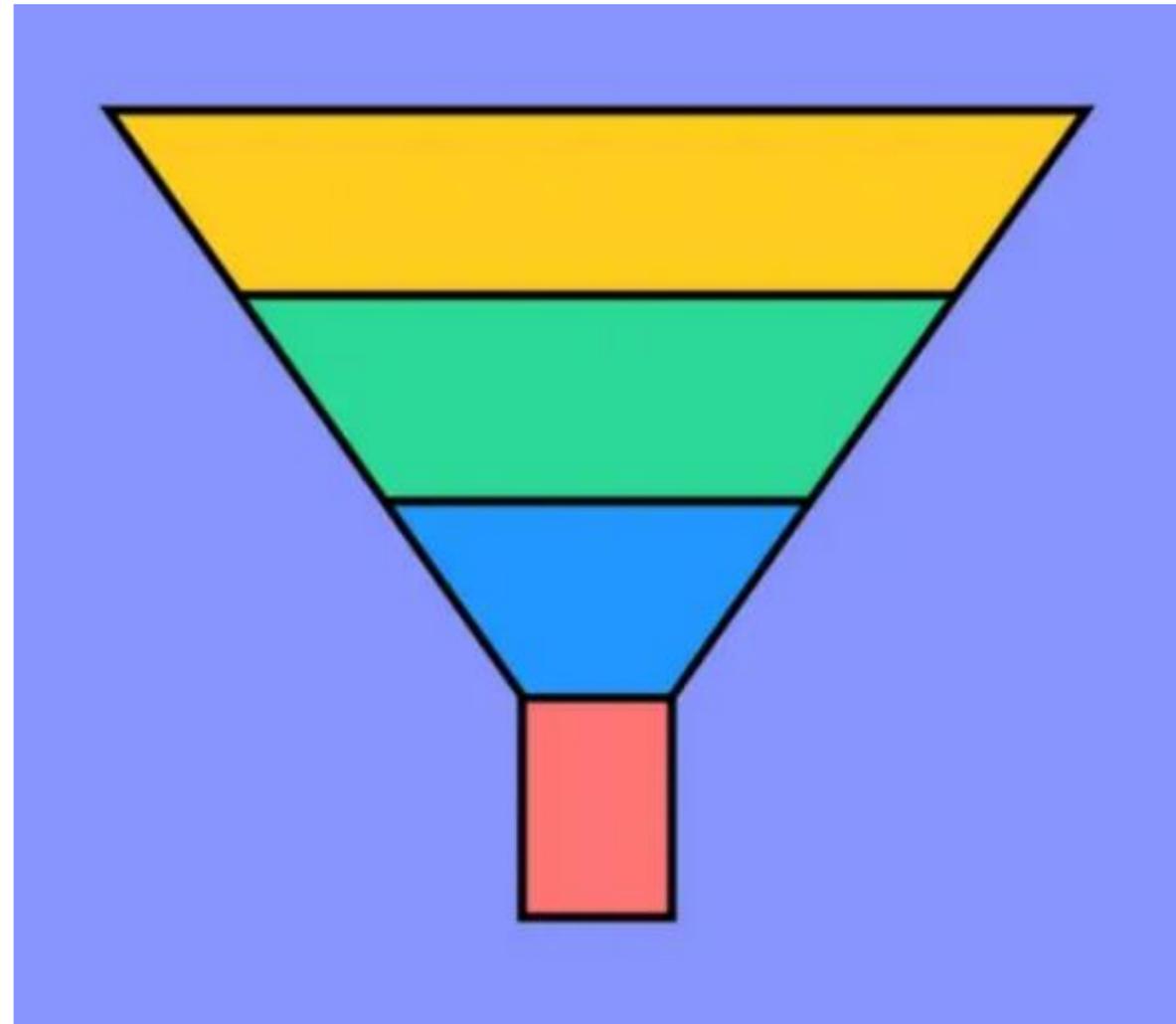
# Empezamos



# Acciones y público

- ¿Todas las acciones sirven para todos los públicos? ¿Para cualquier momento de la vida del público?
- NO
- Vamos a ver las fases de la vida de nuestro público y saber qué debemos hacer en cada momento.
- ¡Lo haremos con el embudo!

# El funnel o embudo. ¿Qué es?



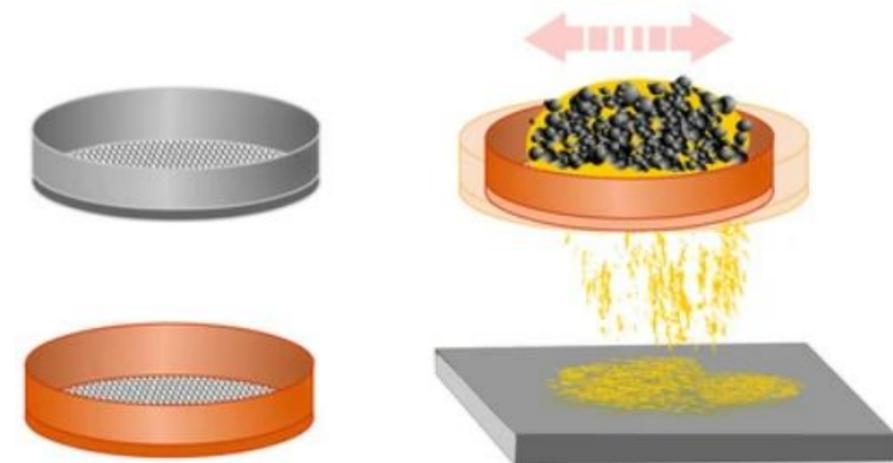
# El funnel o embudo. ¿Qué es?

- Funnel o embudo de conversión/fidelización.
- Proceso que recoge todas las fases del público.
- Desde que reciben o buscan info sobre nosotros hasta que hacen conversión.

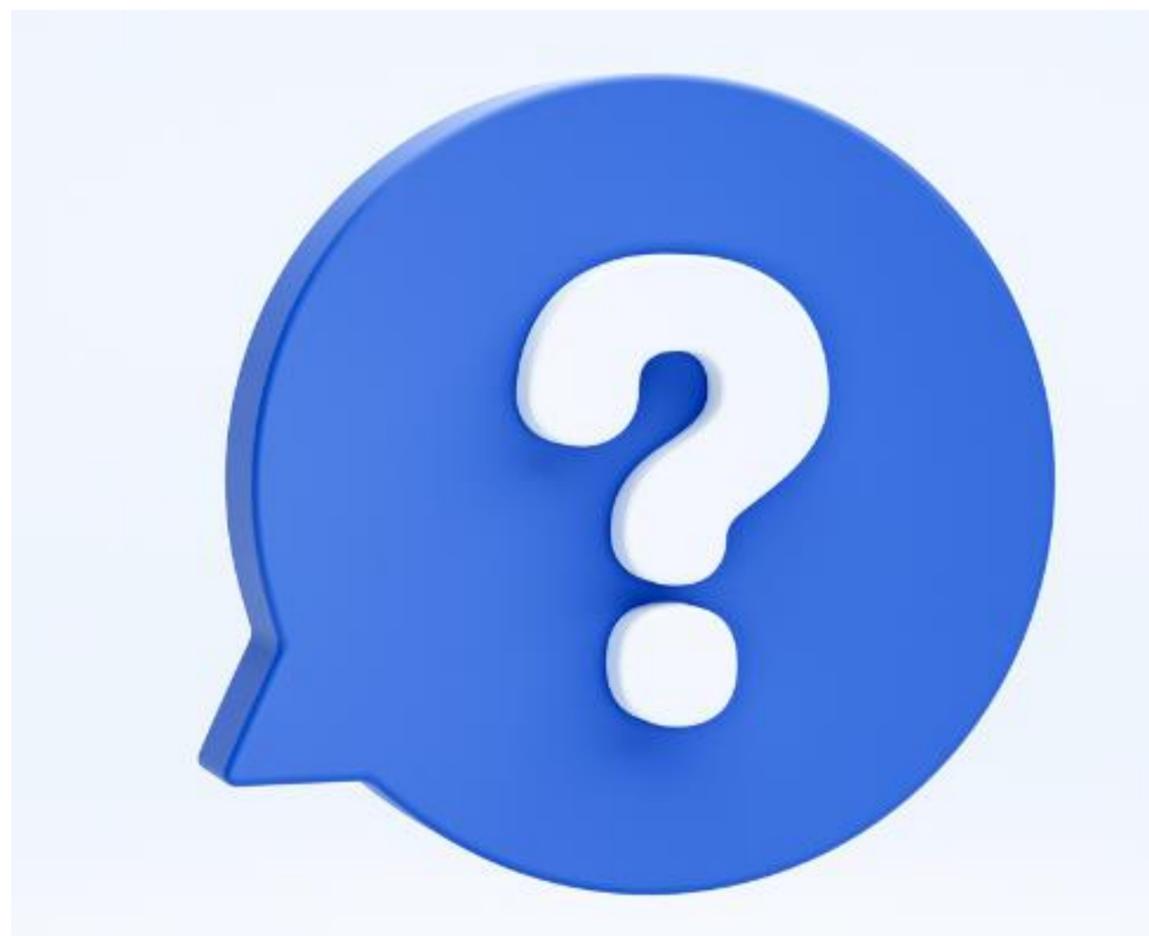


# El funnel o embudo. ¿Qué es?

- ¿Por qué embudo?
- Avanzamos en el viaje de nuestro público con nosotros, y en cada fase el número de personas es menor.
- Partimos de gran grupo de contactos y vamos a un grupo menor de conversión.
- Es el público que nos interesa.
- Más que un embudo, es un tamiz :-)



# ¿Para qué sirve?



# ¿Para qué sirve?

- Nos ayuda a conocer el ciclo de vida de nuestro público.



# ¿Para qué sirve?

- Llegar de forma no intrusiva en las primeras fases del proceso.
- Ir acompañando a través del embudo ofreciendo contenido de valor.
- Fundamental: no convertimos/fidelizamos desde el primer momento.
- ¿Qué ocurre cuando entramos en una tienda física? Veámoslo:
- Primero nos aconsejan, nos preguntan y van adaptando su explicación y oferta a lo que vamos contando y entonces nos ofrecen lo que necesitamos.

# ¿Para qué sirve?

## ¿Qué conseguimos con un buen embudo y tiempo?

- Conocemos mejor a nuestro público objetivo y a nuestro NO público.
- Entendemos sus necesidades y podemos actuar en consecuencia.
- Aseguramos más empatía entre nosotros y nuestro público.
- Nos aseguramos más vínculo y compromiso y que nos recomienden o apoyen nuestras acciones.
- Se incrementan las visitas a nuestra página web y la venta de entradas, inscripciones, etc.
- Mejora nuestra imagen de marca (branding).
- Incrementamos la exposición de nuestra marca hacia nuestro público objetivo.
- Aumentamos nuestra base de datos y los usuarios potenciales.

# Fases del embudo



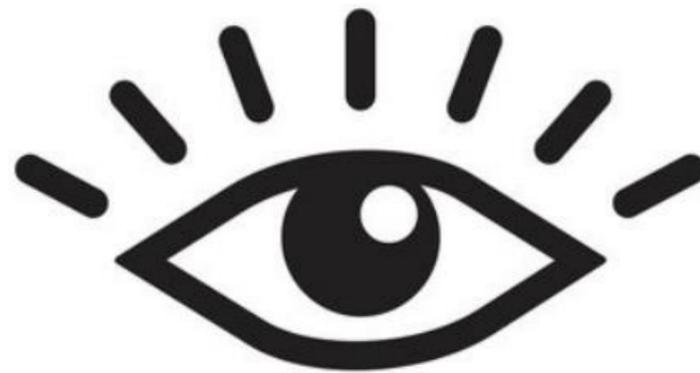
# Fases del embudo

- Tenemos definidos nuestros públicos
- Vamos a ver como nos acercamos.



# Fases del embudo

- Las podemos ver desde dos puntos de vista:
  - Mirada del público
  - Nuestra mirada como entidad



# Fases del embudo

- **Fases desde la perspectiva del público:**

- Descubrimiento
- Interés
- Intención
- Conversión
- Fidelización
- Recomendación



A cada fase, menos gente  
(embudo)

- **Fases desde nuestra mirada:**

- Atracción
- Prospección (consideración)
- Conversión
- Fidelización



# Fases del embudo

- Analizamos fase por fase desde nuestra perspectiva

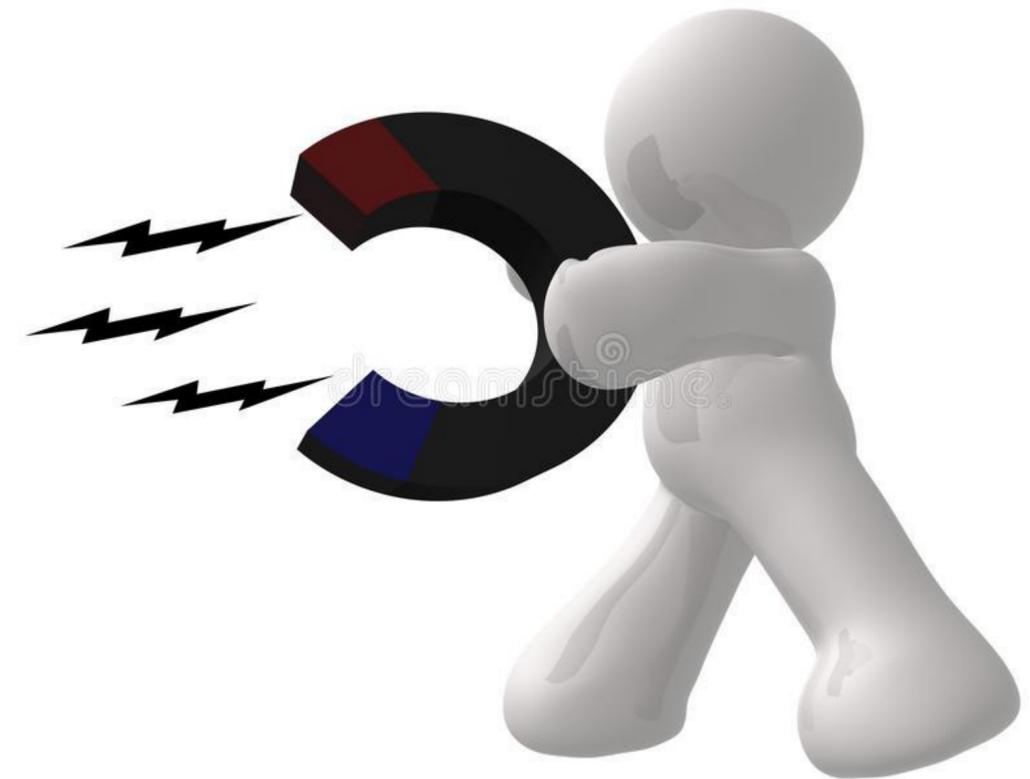
# Fases del embudo

- Recordemos:
- Fases desde nuestra perspectiva:
  - Atracción
  - Prospección
  - Conversión
  - Fidelización

# Fases del embudo

## Atracción

- 1ª fase: Te diriges a un público masivo.
- También se llama TOFU (Top Of the Funnel).



# Fases del embudo

## Atracción

- **Objetivo en esta fase:**
- Motivar
- Darte a conocer
- Informar
- Poner sobre la mesa un problema de tu público (tú tienes la solución).
- Ser necesarios
- En esta fase NO hay conversión.



# Fases del embudo

## Atracción

- **Qué debemos hacer en esta fase?**
- Información abierta y accesible:
  - Web, blog, redes sociales...
- Otros formatos/contenidos:
  - Podcast
  - Videos
  - Infografías



# Fases del embudo

## Atracción

- **Si hacemos bien la información en esta fase...**
- Nos llevará a un grupo de personas interesadas en lo que planteas.
- ¡Cuidado! Esto no significa que todas sean clientes potenciales
- Las filtramos en la siguiente fase. 😊



# Fases del embudo

- Recordemos:
- Fases desde nuestra perspectiva:
- Atracción
- Prospección
- Conversión
- Fidelización

# Fases del embudo

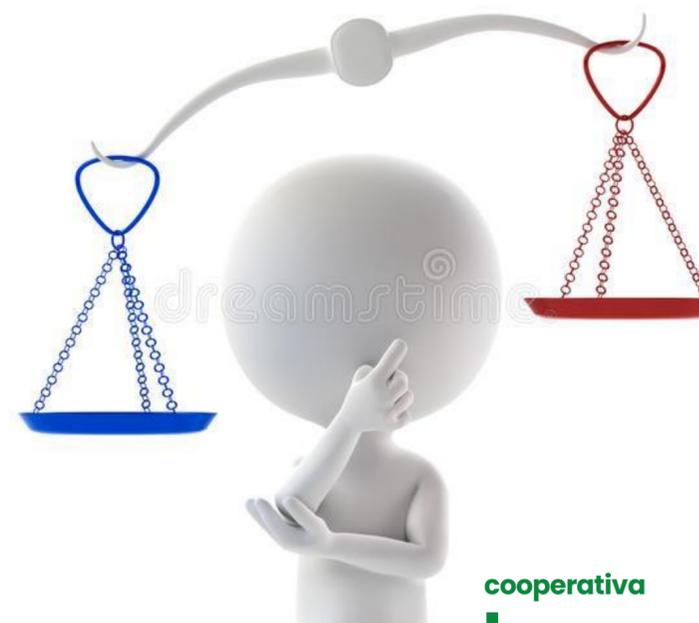
## Prospección

- 2ª fase: También se llama MOFU (Medium Of the Funnel).
- Ya no nos dirigimos a un público masivo.
- Hablamos directamente con personas con características concretas (si has recopilado bien los datos, incluso con nombres y apellidos).

# Fases del embudo

## Prospección

- **Objetivo en esta fase:**
- Que quien busca una solución, vea en ti la forma de resolver su problema.
- Quien quiere algo, ve que tú lo tienes.



# Fases del embudo

## Prospección

- **¿Cómo llegamos a estas personas? ¿Cómo conseguimos sus datos?**
- Formularios
- Llamadas a la acción
- Landing Pages
- Encuestas
- Promociones
- Etc.



# Fases del embudo

## Prospección

- ¿Cómo nos relacionamos con ellos?
- Boletines
- Mailings puntuales
- WhatsApp (difusiones/canales/comunidades)



# Fases del embudo

- Recordemos:
- Fases desde nuestra perspectiva:
- Atracción
- Prospección
- Conversión
- Fidelización

# Fases del embudo

## Conversión

- 3ª fase:
- También se llama BOFU (Bottom Of the Funnel).

# Fases del embudo

## Conversión

- **¿Cuál es nuestro objetivo?**
- Facilitar la conversión/adquisición.
- Quien está al otro lado ya te ve muy interesante.
- Tu misión: eliminar barreras que lo alejen de la conversión/compra.



# Fases del embudo

## Conversión

- Preguntas que pueden surgir a la persona que está a punto de decidir:
- ¿Me gustará?
- ¿Es apropiado para mí?
- ¿Es la mejor opción?
- ¿El precio es adecuado?
- ¿Qué opinan otras personas que ya lo han utilizado o asistido?
- Etc.



# Fases del embudo

## Conversión

- **Para responder, ya no basta con lo que tú explicas. Es momento de incorporar:**
- Testimonios de clientes/público
- Valoraciones
- Si tienes productos: pruebas gratuitas, tutoriales



# Fases del embudo

## Conversión

- **Para favorecer la conversión:**
- Descuentos
- Condiciones especiales de compra
- Ofertas temporales
- Etc.



# Fases del embudo

## Conversión

- Aunque existe la posibilidad de automatizar muchos de estos procesos...
- Si te es posible, trato personalizado.
- El "uno a uno" facilita más la conversión.
- Puedes adaptarte mejor a sus necesidades.



# Fases del embudo

## Conversión

- **Canales:**
- Repetimos:
  - Boletines
  - Mailings puntuales
  - WhatsApp (difusiones/canales/comunidades)
- Y podemos añadir:
  - Llamadas, dependiendo de quién somos y quién es el público.



# Fases del embudo

- Recordemos:
- Fases desde nuestra perspectiva:
- Atracción
- Prospección
- Conversión
- Fidelización

# Fases del embudo

## Fidelización

- Muchas veces nos obsesionamos con conseguir nuevo público/clientes.
- Nos olvidamos de lo más importante: público/clientes actuales.



# Fases del embudo

## Fidelización

- **Históricamente, la "fidelización" estaba fuera del embudo. Se cerraba con la conversión.**
- Pero actualmente, la fidelización → uno de los objetivos prioritarios.



# Fases del embudo

## Fidelización

- **Y tiene mucho sentido.**
- No solo tienes frente a ti al cliente ideal.
- Además, ya ha hecho una conversión contigo.
- Has de trabajar mucho menos para mantenerlo



# Fases del embudo

## Fidelización

- **Primer objetivo:**
- Seguir presente en su vida.
- Con la intensidad adecuada.
- Sin molestar.
- Seguir dando respuesta a sus necesidades, para que cuando surjan, vuelva a convertir contigo.



# Fases del embudo

## Fidelización

- **Importante:**
- No se trata solo de "venderle" el mismo producto tiempo después.
- **Por tanto... Segundo objetivo:**
- Entender cómo evolucionará tu relación con esta persona.
- ¿Cómo lo hacemos?

# Fases del embudo

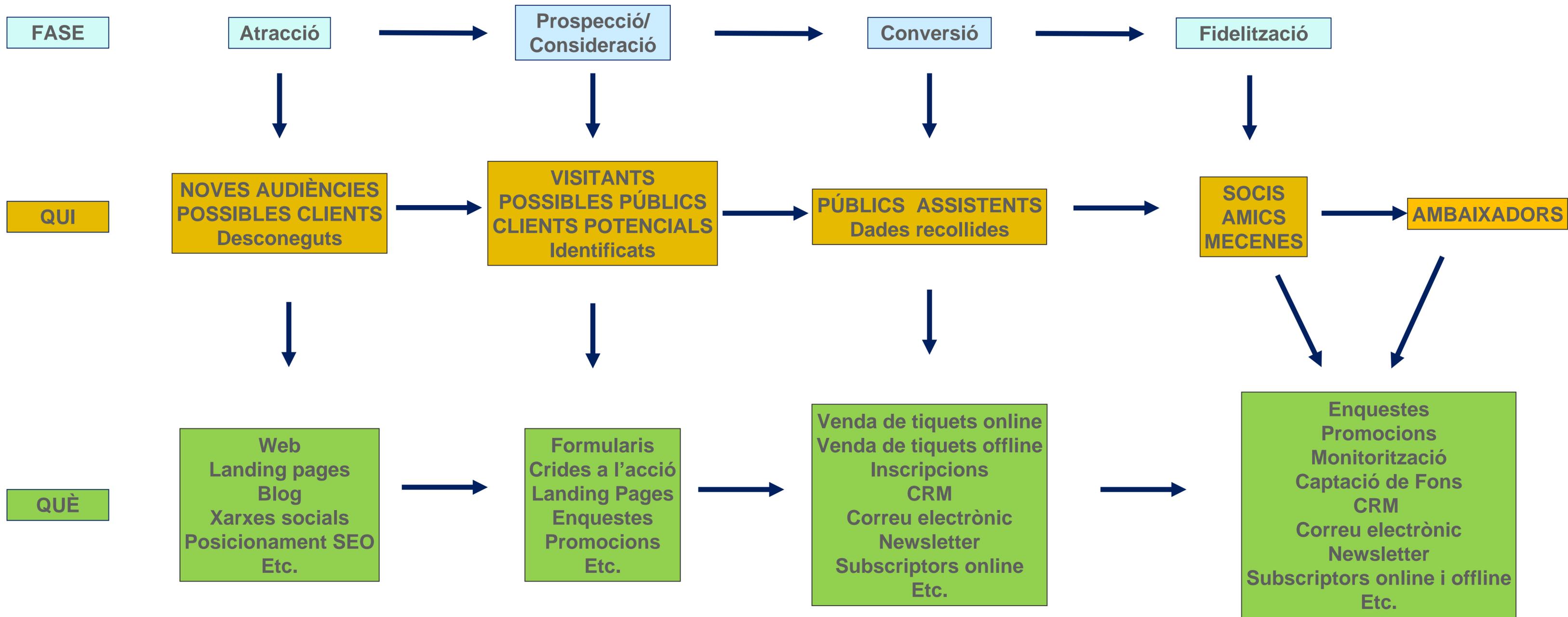
## Fidelización

- **Entender la evolución de la relación con usuario/público:**
- Es necesario trazar itinerarios de lo que puede pasar y marcar acciones para cada caso.
- Posibles acciones:
  - Newsletters
  - Mails personalizados en momentos concretos
  - Eventos
  - Etc.

# Fases del embudo

## Resumen y acciones dentro de las fases

- ¿En qué se traduce cada una de estas fases?
- ¿Cuál es el viaje de nuestro público y qué hacemos en cada momento con ellos?
- **Veámoslo en un esquema:**



# ¿Mareo de tanto embudo?

¿Sabréis dibujar vuestro embudo?

¿Tenéis preguntas?





# ¡Muchas gracias!

Sílvia Llombart Monner  
silviallm@lasembra.cat  
www.lasembra.cat  
Twitter: @LasembraC  
Instagram: @lasembra