

GUÍA
DE 4 PASOS
PARA
VENDER
TU
SOFTWARE
SIN MORIR EN EL INTENTO



GUÍA DE 4 PASOS PARA VENDER TU SOFTWARE SIN MORIR EN EL INTENTO

Haz tomado la decisión de emprender, tuviste una buena idea, la desarrollaste, conseguiste gente que se interesara en tu proyecto y después de mucho trabajo y dedicación has logrado sacarlo al mercado.

Un software que soluciona los problemas de otras empresas.

Pero, no has logrado llegar a muchas empresas que consideren invertir en esto por el momento, se interesan en tu producto, pero por alguna razón no cierras las ventas.

En esta guía te mostraremos a grandes rasgos **cómo comenzar a posicionarte y a ATRAER a tus potenciales clientes** con una estrategia comprobada, la metodología Inbound.

¿Porqué es buena idea comenzar con Inbound Marketing?

Además de ser más efectivo y menos costoso que el marketing tradicional, hay otras ventajas estratégicas:



Atrae únicamente personas con el perfil que tu empresa busca (buyer personas), con gran potencial de convertirse a clientes.



Se trata de crear contenidos relevantes para nuestro buyer persona, no publicaciones con fines de entretenimiento pero inútiles, lo que impulsa el posicionamiento de tu empresa y genera autoridad y reconocimiento mediante el contenido educativo que publicas.



Es un marketing sostenible. Con el marketing tradicional la gente sólo recibe tus mensajes publicitarios cuando pagas por ellos, y tu no recibías nada a cambio.



Con el Inbound tu publicidad estará al alcance de todos 24/7 mientras estén publicados en tu sitio web, y te generará datos de quienes estén interesados en tus servicios.



Es un marketing honesto. No es posible engañar a la gente. El contenido generado es educativo e informativo, lo que te hace una empresa transparente y genera credibilidad.



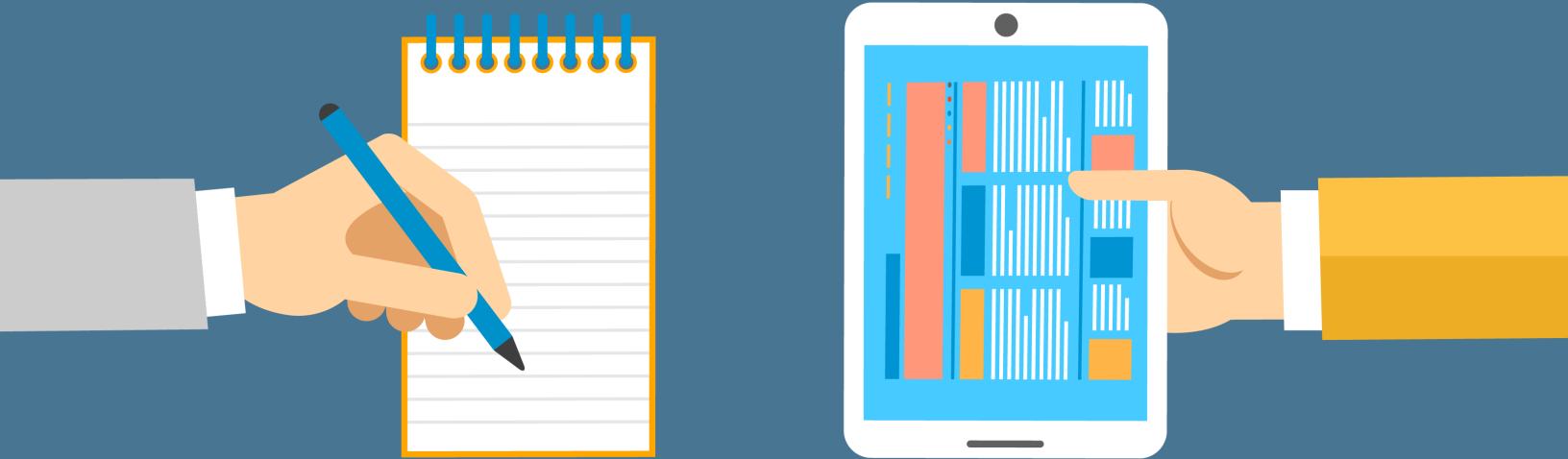


PASO 1: DEFINE TU PÚBLICO OBJETIVO (Tu Buyer Persona)

¿A quién estás tratando de vender tu software? Cuál es su puesto dentro de la empresa? ¿Que problema busca solucionar con tu software? Intenta imaginar el camino que sigue al realizar una compra, es decir, en que redes o medios busca informarse y dónde busca una solución.

PASO 2: GENERA CONTENIDO QUE RESUELVA SUS INQUIETUDES Y OFRECE UNA SOLUCIÓN

¿En qué ayudaría tu software a tu buyer persona? ¿Porqué debería considerar utilizarlo dentro de su negocio? ¿Que hace a tu software diferente de la competencia? En torno a estas preguntas es cómo debes comenzar a generar contenido útil, informativo y sobre todo educativo para tu público objetivo, hazles saber que características de tu software pueden ser la solución a sus problemas.



PASO 3: REGALA TU CONTENIDO EDUCATIVO A CAMBIO DE UN PAR DE DATOS

Ya has invertido tu tiempo, mente y esfuerzo en generar contenido atractivo y descargable para tus buyer personas, ahora es importante darle una correcta y OJO **estratégica** difusión en las distintas redes sociales dónde se encuentran tus posibles clientes.

Ofrece la opción de descargar una guía, manual, ebook gratuito a cambio de un par de datos. Cada vez que alguien interesado descargue tu contenido gratuito, estarás recibiendo un prospecto cualificado más y formarás una base de posibles clientes.

¿Suenas sencillo atraer clientes que en realidad estén interesados verdad? Esto es el Inbound. Con una buena estrategia de marketing y contenido con temas útiles y educativos puedes lograr atraer clientes potenciales sin bombardear al público en general con anuncios fastidiosos.



PASO 4: DALE UN EFICAZ SEGUIMIENTO A TU BASE DE PROSPECTOS

Ahora dar el seguimiento adecuado a tus prospectos es indispensable, contar con un esquema de ¿qué hacer?.

Al dar seguimiento por medio de un CRM (por sus siglas en inglés Customer Relationship Management) a tus prospectos podrás llevar un control de datos, llamadas y registrar cualquier interacción e incluso llevar un registro de la información o comentarios que tu prospecto te ha mencionado durante su conversación.

Analizar según tus registros que acciones te han funcionado y cuales otras debes cambiar para lograr convertirlos a clientes.



Ahora ya conoces los 4 pasos básicos al iniciar en un proceso de **captación** de clientes con Inbound Marketing. Aún hay mucho trabajo por hacer para cada etapa del viaje de tus compradores.

¿Estás listo para comenzar a implementar el Inbound en tu empresa SaaS?

¿No tienes tiempo o prefieres dejarlo en manos de los expertos?
En **Digitalegia** te damos una asesoría gratis dónde te explicaremos como podemos ayudarte a conseguir clientes para tu empresa SaaS.



GUÍA DE 4 PASOS PARA VENDER TU SOFTWARE SIN MORIR EN EL INTENTO

Digitalegia

ACERCA DEL AUTOR



Karla Prandini es Directora de Contenido y Redes Sociales así como Administradora en Digitalegia. Se enfoca en mantenerse actualizada con las últimas tendencias de contenido educativo así como las mejores técnicas y estrategias en redes sociales para generar más ventas para tu empresa.



POR EL AMOR AL MARKETING.

**LA PLATAFORMA DE MARKETING TODO-EN-1
DE HUBSPOT AYUDA A TU EMPRESA DE SOFTWARE A:**



ATRAER PROSPECTOS DE CLIENTES CUALIFICADOS

Optimiza contenido nuevo y actual para atraer tráfico a tu sitio e incrementar el programa de conciencia con publicaciones en tu blog, micro sitios, redes sociales y tu sitio web.



PERSONALIZAR EMAILS E INTERACCIONES EN LÍNEA

Engancha a prospectos de clientes con contenido único para su etapa del ciclo de compra.



AGILIZA EL CICLO DE COMPRA

Crea múltiples puntos de conversión para adaptar campañas y acortar el tiempo entre la primera interacción de tu cliente prospecto y tu empresa de software.



ENVÍA MEJOR INFORMACIÓN A TU EQUIPO DE VENTAS

Automatiza el proceso de transferencia de información relevante acerca de los clientes prospectos entre marketing y ventas para que sea entregada a tiempo.

¿TE INTERESA SABER MÁS?

[Solicita una Demostración](#)

[Solicita una Asesoría Gratis](#)

www.digitalegia.com