



Growth Hacking: Crecimiento con poca inversión

Zulay Moreno

Contenido

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO

¿Qué es Growth Hacking?
¿Quién y cómo es el Growth Hacker?
El primer Growth Hack de la historia
5 principios del Growth Hacking

Embudo de Growth Hacking. AARRR!
Cómo aplicar el Growth Hacking
La única métrica que importa
Otros 10 hacks fáciles de implementar casi inmediatamente
Conclusiones

Qué es



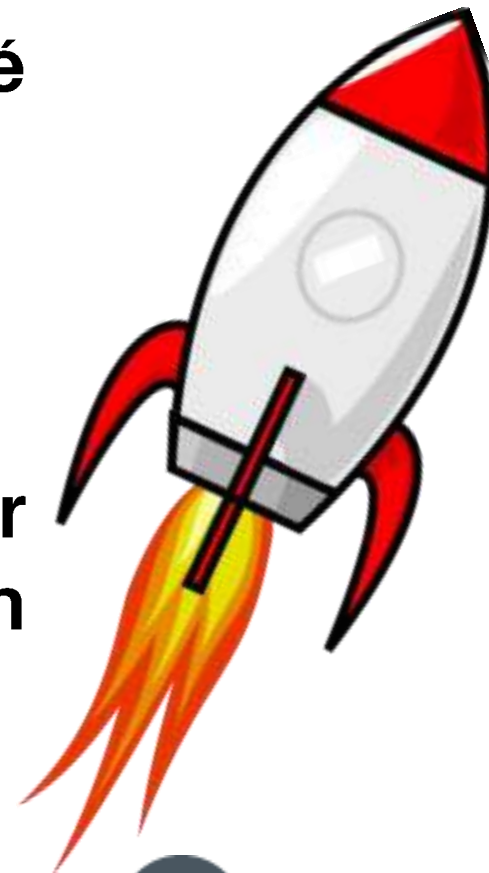
¿Qué es Growth Hacking?

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO

Las palabras que lo componen te dan luces de qué se trata:

Growth significa crecimiento.

Hacking proviene de to hack y se refiere a buscar soluciones creativas o poco convencionales a un problema o situación en particular.



¿Quién y cómo es un Growth Hacker?

El Growth Hacker es el profesional que se dedica a desarrollar las técnicas de Growth Hacking.

- ❑ Es analítico. Datos ante todo
- ❑ Es multidisciplinario
- ❑ Es ágil. Prueba sin cesar
- ❑ Conoce las herramientas. Especialmente las gratuitas
- ❑ Es creativo. Y rompe esquemas.





**El primer
Growth Hack
de la historia**

Windows Live
Hotmail





Hotmail.

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO

El mensaje de amor que cambió todo...

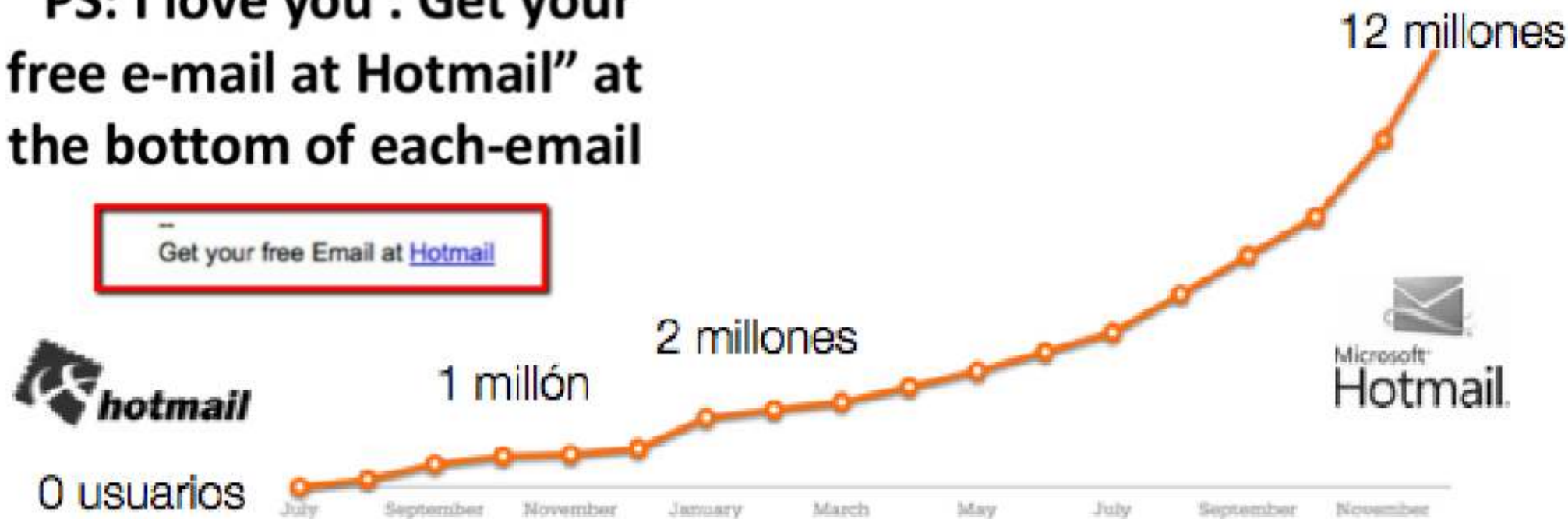
El primer Growth Hack de la historia

Hotmail hizo el primer Growth Hack de la historia, al incluir este pequeño mensaje al final de cada mail enviado desde su plataforma.

Pd: Te quiero. Consigue tu cuenta gratuita en Hotmail.

Esa frase consiguió hacer de cada mail un anuncio publicitario, poco invasivo y recomendado por un contacto, lo que sabemos aumenta su impacto sobre el usuario.

“PS: I love you . Get your free e-mail at Hotmail” at the bottom of each-email



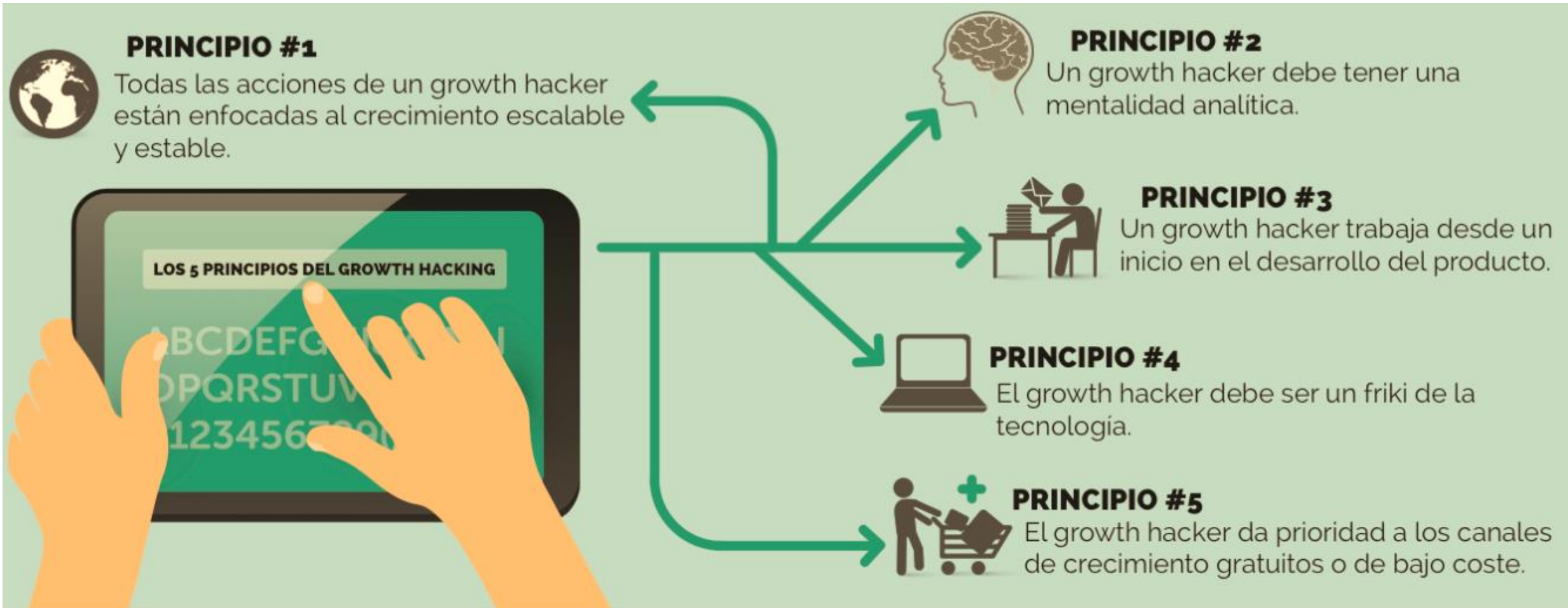
El Growth Hacking lo pueden aplicar

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO

- Startups
- Pymes
- Empresas que quieran reactivar sus ventas
- Cuando se quieran aplicar ideas disruptivas y de alto impacto.



Los 5 principios del Growth Hacking





A
Acquisition

A
Activation

R
Retention

R
Revenue

R!
Referral

Embudo de Growth Hacking

Dave McClure

Embudo de Growth Hacking

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO

Adquisición

Activación

Retención

Monetización

Recomendación

¿Cómo te encuentran tus usuarios?

¿Tus usuarios tienen una gran experiencia?

¿Tus usuarios vuelven?

¿Cómo generas ingresos?

¿Tus usuarios te recomiendan?

Adquisición: ¿Cómo te encuentran tus usuarios?

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO

Detalle:

Es la base de las demás etapas. La más importante, porque debe generar usuarios continuamente y hace que estos atraigan a su vez, más usuarios.



Métricas:

- Tráfico en el sitio
- Costo de adquisición de un cliente (CPA)
- Número de descargas (aplicación)

Tácticas de Adquisición:

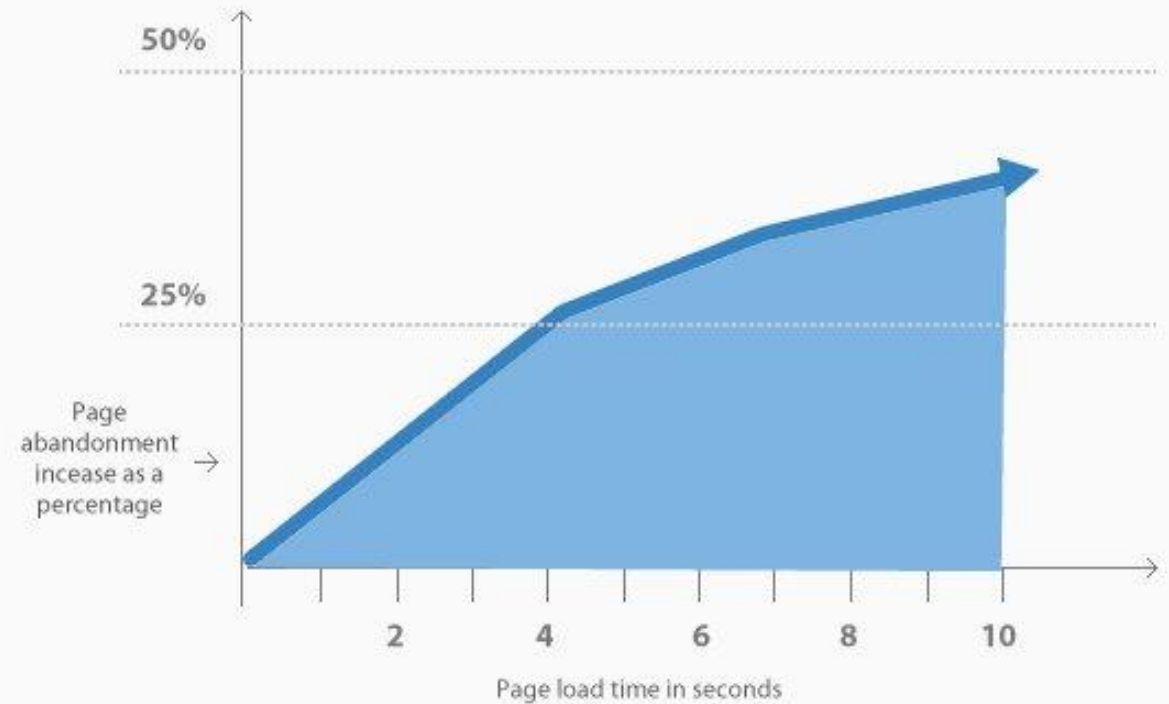
- ☐ La web que carga en menos de 3 segundos
- ☐ El robo del SERP

La web que carga en menos de 3 segundos

Por cada segundo que tarda en cargar una página, se fuga el 7% de las visitas.

Abandonment of web pages due to loading time

Slower page response time results in an increase in page abandonment



El robo del SERP

Utiliza plataformas de alto tráfico y gran posicionamiento, tipo Youtube y Slideshare para dar a conocer tu proyecto, tu empresa.



Activación: ¿La experiencia de tus usuarios fue agradable?

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO

Detalle:

La primera experiencia de los usuarios debe ser la mejor posible. La activación se mide en porcentaje de conversión ¿Cuántos de los visitantes se transforman en clientes?



Métricas:

- Conversiones en el homepage
- Conversión total

Tácticas de Activación:

- ☐ Ofrece contenidos gratuitos y descargables
- ☐ La foto con una gran sonrisa

Ofrece contenidos gratis y descargables

Ofrece contenidos de calidad a través de tu Blog o un Ebook, y a cambio le pides que se suscriban. Es una de las maneras más efectivas para ganar suscriptores en un sitio web.

[INICIO](#)[SOBRE MÍ](#)[MARCA PERSONAL](#)[FORMACIÓN](#)[CONFERENCIAS](#)[BLOG](#)[CONTACTO](#)

Las guías más destacadas del blog

Curriculum Vitae



Community Manager



Consultor Marca Personal



La foto con una gran sonrisa

Paginas Web Profesionales

Conecta tu empresa con el mundo!



Usa una foto real y enorme de un cliente, un usuario; con una gran sonrisa. Esto, junto a la simplicidad de la página web aumenta las suscripciones.

Retención: ¿Tus usuarios vuelven?

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO

Detalle:

Lo más importante para el crecimiento de los usuarios, es la retención. Si el producto no retiene a los clientes que se adquieren en las dos primeras etapas del embudo, la inversión en Marketing será más costosa.



Métricas:

- Número de usuarios activos en el mes.
- Número de usuarios activos en el día.
- % de visitantes que retornan al sitio

Tácticas de Retención:

- ☐ La llamada Post-venta
- ☐ El email que crea expectativas (regalo)

La llamada post venta

Después de efectuada la venta, llama a tus clientes y hazles una pequeña encuesta, con esto aumentas la fidelidad y recibes retroalimentación.



E
l

e
m
a
i
l

c
o
n

Envía un correo con el título: Regalo, Descuento a los suscriptores de tu blog; a los contactos en tu BB.DD. Y aumenta las tasas de apertura.

¡REGALO ASESORÍA PERSONALIZADA! con mi nuevo curso online "YouTube para Vender"



Juan Merodio <info@juanmerodio.com> [Anular suscripción](#)
para yo ▾

🌐 inglés ▾ > español ▾ [Traducir mensaje](#)

Hola Zulay,

¿Quieres seguir avanzando en el marketing digital de tu negocio y transformarlo en ventas, haciendo uso de uno de los canales de ventas más potentes que hay y menos usado? Entonces YOUTUBE es tu mejor aliado.

[ÚLTIMAS HORAS] Un regalo, una oportunidad y un súper descuento



Vilma Nunez <hola@vilmanunez.com> [Anular suscripción](#)
para yo ▾

¡Hola Zulay Moreno!

Este es uno de esos emails con muchísimo contenido, muy variado y que debes aprovechar sí o sí :-)

Te escribo desde República Dominicana, donde he venido unos días a trabajar con mi equipo de Convierte+ (una de nuestras oficinas está aquí) y a visitar a la familia.

Primero de todo quiero compartirte una nueva Guía de Instagram que he creado para ti. Está completamente actualizada con todos los nuevos cambios que han ido saliendo en los últimos meses y estoy muy emocionada porque puedas aprovecharla :-)

[>> Ver guía de Instagram <<](#)

Monetización: ¿Cómo generas ingresos?

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO

Detalle:

Hay que determinar la relación entre el costo de adquisición y los ingresos por cliente. Para tener un negocio rentable, se debe ganar más de lo que se gasta para adquirir cada usuario.



Métricas:

- Ingreso por cliente
- Gastos de Marketing

Tácticas de Monetización:

- ☐ La venta de urgencia
- ☐ Un solo CTA

La venta de urgencia

Consiste en colocar un producto o servicio a la venta con un precio especial y un límite de tiempo para realizar su compra, con un número limitado de unidades disponibles. Incentiva a los usuarios a comprar para no perder la oferta.

2 vuelos para niño y/o adulto con opción a foto y vídeo de la experiencia desde 33,15 € en Madrid Fly

★★★★★ 332 Ratings



DESDE

33,15 €

¡Compra!



VALOR

39 €

DESCUENTO

15%

TO AHORRAS

5,85 €

Regálalo

TIEMPO LIMITADO

⌚ 2 días 00:10:38

👤 Más de 160 comprados

Un solo botón de CTA (call to action) gigante

Usa botones gigantes en tus landing pages. Incluso de diferentes colores. Está demostrado que incrementa la tasa de conversión.

 bounceexchange

Do **You** Want To

Convert Your Bounce Traffic
Into Revenue?

YES, SHOW ME HOW NOW

NO, I LIKE WHEN VISITORS BOUNCE

Recomendación: ¿Tus usuarios te recomiendan?

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO

Detalle:

Promover la recomendación es fundamental. El boca a boca (dentro y fuera de Internet), es sin duda la forma más eficiente, rápida y sostenible para lograr el crecimiento.



Métricas:

- Número de prescriptores
- Número de visitantes producto de las recomendaciones.
- Número de invitaciones enviadas.

Tácticas de Recomendación:

- ☐ Member get member (programa de referidos)
- ☐ Paga con un tweet

Member get member (MGM)

Ofrécele a tu cliente recompensas o una mejora en sus condiciones, si trae a un nuevo cliente. Esta técnica convierte a tus clientes en tu fuerza de ventas.

Uber Ayuda

SELECCIONA UNA CIUDAD

REGISTRAR

REGÍSTRATE

Estamos aquí para ayudarte

Busca un artículo de ayuda para socios

REVISIÓN DE VIAJES Y
TARIFAS

CÓMO USAR LA APP

CUENTA Y GANANCIAS

REGISTRARSE PARA CONDUCIR
CON UBER

ACCESIBILIDAD

SAFETY AND SECURITY

MÁS

PARA SOCIOS > CUENTA Y GANANCIAS >

Recomendar conductores y pasajeros

Si tienes una cuenta de Uber, dispones de un código de invitación personal que puedes compartir con amigos interesados en crear una cuenta de pasajero o de conductor. Podrás recibir bonificaciones en los siguientes casos:

- Un nuevo pasajero introduce tu código de invitación antes de solicitar su primer viaje
- Un nuevo conductor se registra con tu código de invitación y completa un determinado número de viajes o cumple otras condiciones

Paga con un tweet

Desbloquea un contenido sí y solo sí, te pagan con un tweet. Convierte a tus clientes/suscriptores en prescriptores de tus productos y servicios.



The screenshot shows the 'Pay with a Tweet' website interface. At the top, there is a logo with a blue bell and a dollar sign, and a dark blue button that says 'PAY WITH A TWEET'. In the top right corner, there is a 'Change language' link. The main content area features a large text block: 'OH MY GOD WHAT HAPPENED AND WHAT SHOULD I DO?'. Below this, a grey box contains the text: '¡Obténalo en forma gratuita! A cambio solo tiene que publicar/twitear al respecto. Elija una red social de abajo, conecte con su cuenta, envíe su mensaje y consiga su contenido gratuito.' To the right of this text, there is a small text block: 'Now! Oh my god what happened book. Download it:' followed by a large orange 'DOWNLOAD' button with a download icon. Below the main text, there are two social media options: 'Pague con un Tweet' with a Twitter icon and 'Pagar con una publicación en Facebook' with a Facebook icon. In the bottom right corner, there is a green padlock icon and a text block: 'SUS DATOS ESTÁN PROTEGIDOS. Pague con un Tweet never guarda cualquiera de sus datos. La conexión a Twitter & Co se utiliza únicamente para publicar su mensaje.'

Change language

PAY WITH A TWEET

OH MY GOD WHAT HAPPENED AND WHAT SHOULD I DO?

¡Obténalo en forma gratuita! A cambio solo tiene que publicar/twitear al respecto.

Elija una red social de abajo, conecte con su cuenta, envíe su mensaje y consiga su contenido gratuito.

Now!
Oh my god what happened book. Download it:

DOWNLOAD

Pague con un Tweet

Pagar con una publicación en Facebook

SUS DATOS ESTÁN PROTEGIDOS
Pague con un Tweet never guarda cualquiera de sus datos. La conexión a Twitter & Co se utiliza únicamente para publicar su mensaje.

Cómo aplicar Growth Hacking



Embudo de conversión



La **única** métrica que importa

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO



¿Por qué **una sola métrica**?

- ❑ Solo debes tener una métrica clave: Tasa de conversión, Incremento de suscriptores, Incremento en facturación.
- ❑ Una métrica es más valiosa cuanto más cerca se encuentra de tu objetivo de negocio.
- ❑ La métrica única cambia por sector y por momento en el que se encuentra la empresa.
- ❑ Piensa siempre en ratios o incrementos
- ❑ Huye de las métricas vanidosas.

La única métrica de...

MARKETING HOY:
APROVECHA EL MOMENTO

The Uber logo, consisting of the word "Uber" in white sans-serif font centered within a solid black rectangular background.

Uber

NSM: Viajes semanales



NSM: Daily Active Users (DAU)

Las 10 métricas más importantes

Métrica	Significado	Cómo se calcula
Adquisición por fuente	Es el número de usuarios que hemos atraído segmentando por fuente, es decir, lo que nos indica es el volumen de interesados que potencialmente podemos transformar en clientes. Herramienta principal: Google Analytics o en su defecto una encuesta de procedencia.	
Activación	Mide el porcentaje de potenciales interesados que han hecho la acción que nosotros consideramos necesaria para convertirse en Cliente Potencial, sea ésta registrarse, descargar una aplicación o abrir la puerta del establecimiento.	$\% \text{ de activación} = \frac{\text{Usuarios activados}}{\text{Usuarios adquiridos}} \times 100.$
Retención (Engagement)	Proporciona información sobre la capacidad de retención de clientes de la empresa.	Para medirlo determinamos el número de compras de un cliente al mes o las veces que se utiliza nuestro producto en un determinado periodo.
Tasa de rotación de clientes (CHURN)	Es una métrica que nos indica el porcentaje de clientes/usuarios que dejan de usar nuestro producto o servicio en un período de tiempo.	1. Clientes perdidos = (Clientes iniciales + Clientes nuevos) – Clientes finales. 2. CHURN = $\frac{\text{Clientes perdidos}}{\text{Clientes Iniciales}} \times 100.$

Las 10 métricas más importantes

Métrica	Significado	Cómo se calcula
% de Conversión	Es una de las métricas más conocidas, mide el porcentaje de potenciales interesados (Adquisición) que finalmente han acabado comprando (Monetización).	$\% \text{ de Conversión} = \text{Clientes monetizados} / \text{Total de Clientes Adquiridos} \times 100$
Costo de Adquisición del Cliente (CAC)	Indica cuánto dinero nos ha costado atraer, como media, a un nuevo cliente, durante el período que estamos analizando. Es una métrica comparativa	$\text{CAC} = \text{Costo de todos los esfuerzos de captación en un período} / \text{clientes obtenidos en ese período}$
Ciclo de Vida del Cliente (CLTV - Customer Lifetime Value)	Nos indica el margen bruto que sacamos a cada cliente a lo largo del tiempo que está con nosotros. Valora cuán rentable es un cliente mientras está con nosotros.	$\text{LTV} = (\text{Ingresos Medios} / \text{mes} \times \text{Margen Bruto Medio}) \times \text{Ciclo de Vida en meses}$ 1. Ingresos medios del cliente en el período 2. Porcentaje de margen bruto de cada transacción 3. Ciclo de vida, predecir el tiempo que estará con nosotros.
Cociente de rentabilidad captación	Indicador que nos muestra la rentabilidad de nuestros esfuerzos de captación. Por cada \$ invertido en captar clientes, cuántos \$ obtenemos en rentabilidad bruta.	$\text{CLTV} (\text{ciclo de vida de cliente}) / \text{CAC} (\text{Coste adquisición de cliente})$

Las 10 métricas más importantes

Métrica	Significado	Cómo se calcula
Cash Burn Rate (CBR)	Es un indicador de la velocidad con la que consumimos nuestros fondos. Cuánto dinero quemamos en sueldos, gastos de marketing, etc. Indica: • Cuándo salir a buscar fondos • Cuánto se necesita para cubrir los costos fijos.	CBR = Suma de todos los costes fijos mensuales. Si no tenemos ingresos, hay que dividir el CBR/Capital y esto arrojará el tiempo de vida.
Referencia	Es una métrica que indica el número de clientes nuevos que vienen porque un cliente existente los ha traído.	Referencia = clientes atraídos por otros clientes / clientes nuevos totales

**Otros 10 hacks fáciles de implementar (casi... 😊)
inmediatamente**

GROWTH
HACKING
GROWTH
HACKING
GROWTH
HACKING

El email de vuelta para flojos



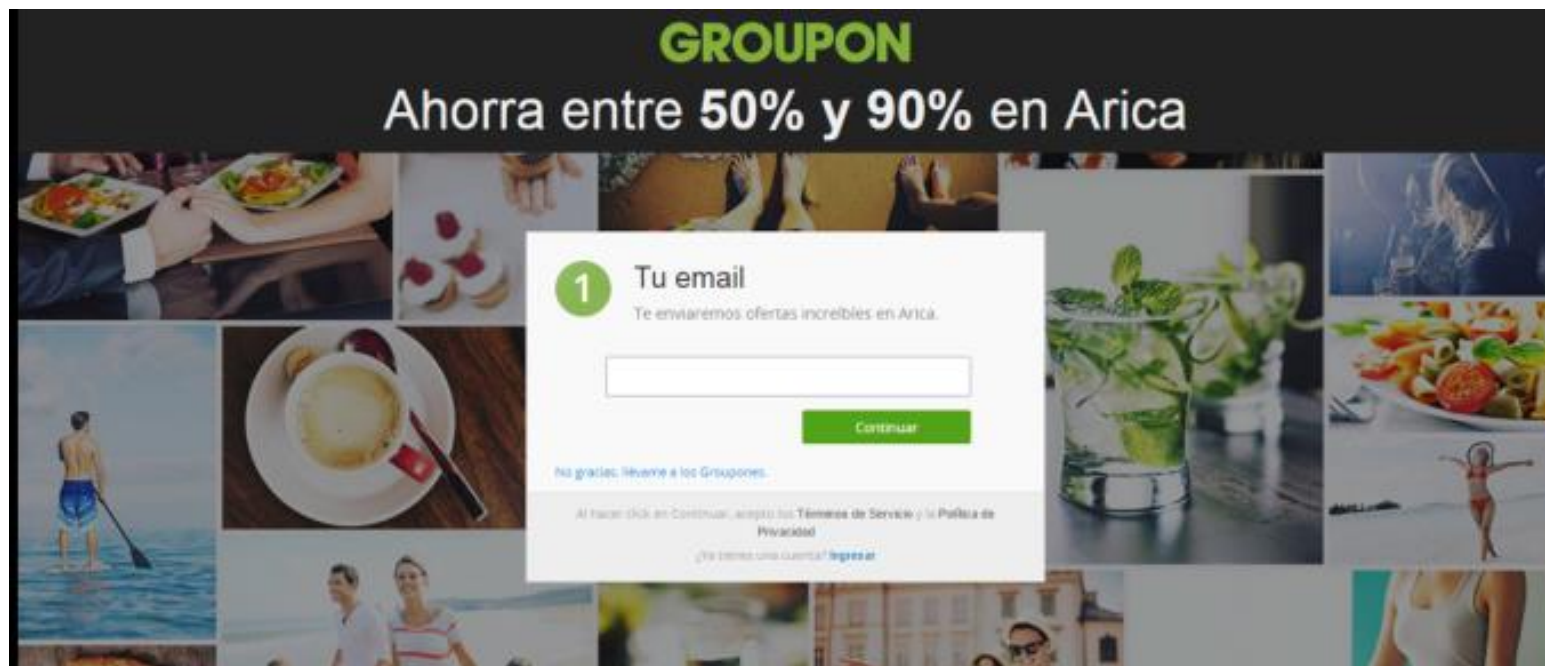
Al enviar un correo a tus suscriptores y si deseas que lo compartan, coloca un enlace forward. Al clicar sobre él, se abrirá un correo listo, con el texto que hayas escrito. El suscriptor solo tendrá que colocar el nombre del destinatario y su dirección de correo. ¡Le estás pidiendo un favor, pónsela fácil!

Haz de tu home, una landing page

Por lo regular la página de inicio de una web es la que más visitas recibe, entonces elimina todo lo superfluo que distraiga al visitante de realizar la acción que persigues, y conviértela en una landing page.

Mira esta de Groupon Chile, diseñada para capturar correos y construir BB.DD.

Herramientas: Instapage o Unbounce.



Aplica el principio KISS (Keep it simple, stupid)

Haz tus newsletters, emails y comunicaciones digitales lo más sencillas posibles. Lo sencillo vende. Si tienes que explicarlo, no sirve

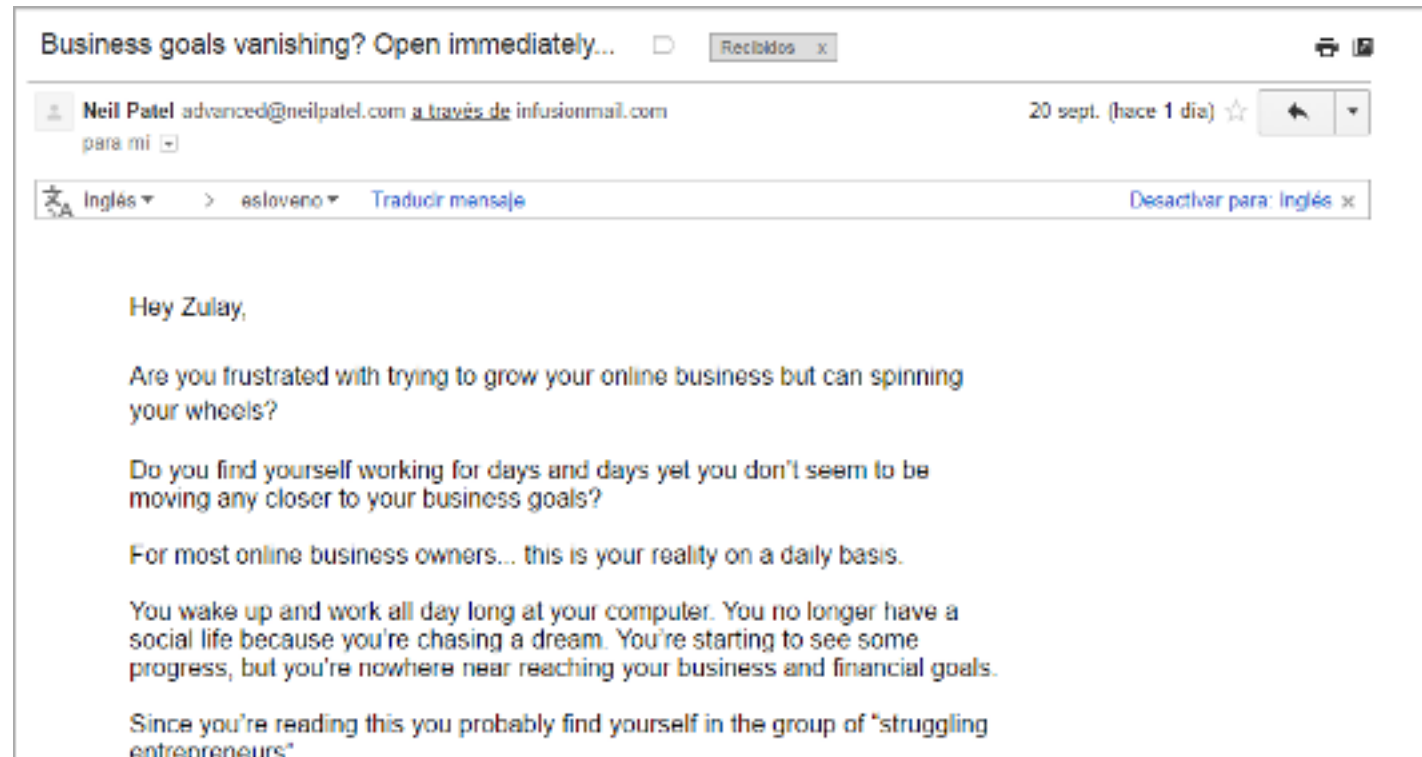


Busca en Google o escribe una URL



Utiliza un nombre real en tus campañas de e-mail marketing

Al enviar e-mails de la compañía utiliza un nombre real. Está comprobado que las tasas de apertura de los correos mejoran sustancialmente cuando se reconoce que quien lo envió, fue un ser humano. Recuerda, escribir el texto en una forma cercana y saludar al receptor por su nombre (personalizarlo)



Coming Soon

Crea una landing page de expectativa, antes de lanzar tu página web o blog, y aprovecha y solicita el e-mail a los visitantes para avisarles del lanzamiento oficial. Usa botones gigantes en tus landing pages. Incluso de diferentes colores. Está demostrado que incrementa la tasa de conversión media.

Conviértete en Growth Hacker

En los próximos días lanzaré el blog que te ayudará a convertirte en Growth Hacker y hacer crecer tu startup.

Dejame tu email para que te avise del lanzamiento:

Tu nombre:

Email:

Avisame cuando lances

 "Val es uno de los mejores Growth Hackers que conozco. Super intrigado por ver cómo pone todo ese conocimiento y técnicas adquiridas durante estos años en este Blog que estoy seguro va a convertirse en referencia en el mundo del Growth Hacking para startups y emprendedores."
Emilio Rodriguez - CEO de Grenyo

Reciclaje de contenidos



¿Tienes un blog? Recopila tus posts y prepara un ebook. Transforma el eBook en diapositivas y súbelo a SlideShare. Usa las diapositivas para crear un vídeo y súbelo a Youtube.

Crear contenidos nuevos requiere mucho tiempo. Cada formato, cada plataforma tiene un público objetivo diferente, reciclando el contenido podrás alcanzarlos.

Contenido Evergreen

Este contenido no pasa de moda, siempre es relevante. Los manuales, tutoriales, calendarios, etc. son contenidos evergreen.



Si vendes online, prueba a realizar envíos gratis

Está comprobado que las empresas que ofrecen un envío gratis de sus productos tienen una tasa de conversión alta. Esto es lo que se llamamos incorporar un valor añadido al producto.



The image is a screenshot of a Groupon Shopping advertisement for smartphones. It features a central image of several smartphones in various colors (black, white, blue, purple). Below this is a horizontal carousel of smaller smartphone images. At the bottom, a green banner displays the 'GROUPON Shopping' logo and the text 'Envío gratuito' (Free shipping) next to a white box icon. To the right of the main image, there is a sidebar with a 'Selecciona color' dropdown menu, a green '¡Compra!' button, a '¡Tiempo limitado!' timer, a '9 comprados' indicator, a 'Destacados' section with descriptive text, a 'COMPARTE ESTA OFERTA' section with social media sharing icons, and a 'Condiciones' section. The 'Condiciones' section is highlighted with a red box and contains the text: 'Entrega: Gratuita. Hasta 10 días hábiles. Su pedido: Envío a Península. No se realizan envíos a Baleares, Canarias.'

Selecciona color

¡Compra!

¡Tiempo limitado!

9 comprados

Destacados

Cada una de las funciones incorporadas en estos smartphones ha sido pensada para hacerte la vida más fácil

COMPARTE ESTA OFERTA

Condiciones

Entrega: Gratuita. Hasta 10 días hábiles.

Su pedido: Envío a Península. No se realizan envíos a Baleares, Canarias.

Ajusta el precio de los productos para que sigan siendo competitivos, pero que a la vez permitan asumir los costos de ofrecer el envío gratuito.

El e-mail sencillo

Growth Hacking Labs

Hola Vilma:

Esta es una recopilación de **22 tácticas con una efectividad más que demostrada**. Todas han sido probadas por mí o por startups con gran éxito. Espero que te sean útiles.

[22 efectivos growth hacks que puedes hacer hoy](#)

Si te gustan, estás de suerte, en unos días te enviaré un eBook con 75 tácticas, solo disponibles para suscriptores.

Val

P.D: Te agradeceré si dejas un comentario en el post opinando sobre estos hacks, sería especialmente interesante que nos hablastes de tu experiencia poniéndolos en práctica.

Escribe newsletters y correos sencillos, como si le estuvieras escribiendo a un amigo. Hacerlo de esta forma, propicia la cercanía y existe más posibilidades de que sea leído.

Versiones demo y pruebas gratuitas

Es una estrategia muy interesante que se basa en desarrollar una plataforma que permite a los usuarios probar los beneficios que aporta esa herramienta a su negocio. La idea es que se puede usar gratis, simplemente sirve para mostrar las características y beneficios del producto durante un tiempo limitado. Es una buena manera de darte a conocer sin ser invasivo.



Conclusiones

- ❑ Growth Hacking es una forma distinta de ver y buscar cómo hacer crecer una empresa, con el mínimo de recursos posibles.
- ❑ Conoce perfectamente tu embudo de Growth Hacking, y diseña los hacks más adecuados para cada etapa del embudo.
- ❑ Que un hack sea bueno no significa que sea el mejor. Encuentra el que tenga mayor probabilidad de generar crecimiento.
- ❑ Identifica tu única métrica (North Star Metric). Enfócate en ella. Cámbiala de acuerdo a la etapa en la cual se encuentre tu empresa.

Y recuerda:

En escenarios inciertos, experimenta una y otra vez. No temas fallar...

Ah, y falla barato.



Herramientas	Para qué sirve
Kingsumo	Este plugin para wordpress te muestra cual es el mejor título que puedes tener en tu web para obtener un mayor tráfico. Además, los títulos varían a medida que los usuarios los van compartiendo a través de las redes sociales
Bounce Exchange	Esta herramienta te permite detectar cuando los usuarios van a abandonar tu web y lanzar diferentes pop ups para seguir manteniéndolos.
Buzzsumo	Totalmente gratis, busca aquellos temas que están siendo más comentados; además te permite buscar a otros usuarios con los que puedes colaborar escribiendo artículos.
Sellhack	Esta empresa cuenta con un servicio API que localiza el email de los usuarios, así como su nombre y apellidos y el lugar donde estos trabajan.
Mixrank	Es una de las herramientas más útiles a la hora de buscar por toda la web empresas, aplicaciones y usuarios que se puedan convertir en potenciales clientes de tu empresa, además de generar acciones propias para atraerlos. Encuentra nuevas fuentes de tráfico potencial al igual que monitoriza a la competencia para ver cuales son sus movimientos en la red.

Herramientas	Para qué sirve
Totango	Te ayuda a mejorar la experiencia de usuario a medida que esté navegando por la red; además separa aquellos usuarios que están interesados con tu producto de los que no.
Vero	Puedes detectar el proceso de compra o de suscripción de los usuarios y saber qué productos les interesa, con el fin de mandarles correos electrónicos para que se vuelvan a interesar por tu web
Instapage	Herramienta para la creación de diferentes landings pages, originales para poder captar clientes. Tanto si es para optimizar una web como para tu móvil
Optimizely	Si lo que te preocupa es el SEO de tu página de wordpress este plugin te ayudará a solucionar los problemas; ya sea con el seguimiento personalizado dentro de la web, incluyendo un sistema de programación automático
SumoMe	Aumentar de una manera efectiva el tráfico de tu web a través de varias herramientas de conversión y clasificación de usuarios entre otras.
Google Analytics	La herramienta de análisis por excelencia de Google. Con ella podrás analizar el contenido de tu web, el tráfico, la conversión de tus campañas, el margen de beneficios y crear informes detallados comparando períodos de tiempo, entre otras.

Herramientas	Para qué sirve
KISSmetrics	Te muestra la información asociada a cada persona que visita la web; esta aplicación va más allá de indicar cuántos usuarios han visitado tu web, sino que además permite segmentarlos.
IFTT	Una herramienta que te permite automatizar contenido en cualquier red social o plataforma introduciendo los distintos códigos rss al igual que todo aquello que quieras mencionar, todo ello creado a través de un sistema de recetas.
Zapier	Una aplicación para aunar tareas, que puede personalizarse a un mayor nivel en comparación con IFTT.
Mailchimp	Una de las mejores herramientas para potenciar tu email marketing. Sirve tanto para gestionar bases de datos de suscriptores como las distintas campañas que vayan lanzando.
ClickToTweet	Esta extensión te permite insertar un código dentro de tu web con el fin de que los usuarios puedan twittear aquel contenido que nosotros queramos.
Colibri.io	Te permite buscar keywords por toda la red y las redes sociales, para así mejorar el SEO de tu web y saber qué es lo que buscan los clientes.
Quicksprout	Hace un análisis rápido de la web y te proporciona consejos para optimizarla en función del SEO, cómo trabajar las keywords o analizar tu estrategia de social media.

Herramientas	Para qué sirve
Woorank	Esta web te permite crear informes personalizados sobre el tráfico que llega a tu web, el SEO, el social media y más.
MozBar	Este plugin disponible tanto para los navegadores de chrome como de firefox. Como usuarios nos permite ver cual es el ranking en el que se posiciona nuestra competencia, el dominio, links externos o internos y mucho más.
Qualaroo	Crea cuestionarios fáciles de seguir con el objetivo de buscar la mejor experiencia para los usuarios.
Similar Web	Analiza el rendimiento de tu web y la de tu competencia.
Typeform	Te permite crear cuestionarios y formularios de toda clase con un diseño único y original, para que los usuarios los consideren imprescindibles.
Hotjar	Te permite conocer la experiencia de los usuarios mientras visitan la web para que tengas una información.
Intercom.io	Es una herramienta todo en uno que te permite comunicarte con los usuarios previo estudio de su comportamiento e interacción en la web.

CONTACTO



**Zulay
Moreno**



zulay@guayoyomarketing.com



+ 58 412-3477238

www.guayoyomarketing.com

vCard <https://evaunt.me/KE1lx5/ZulayMoreno>