

pymenauta

PRESENTADO POR:

BN PYMES





La formula digital para atraer y convertir clientes

¿Cómo lograr la máxima captación de clientes con acciones online?



FEDERICO VANEGAS

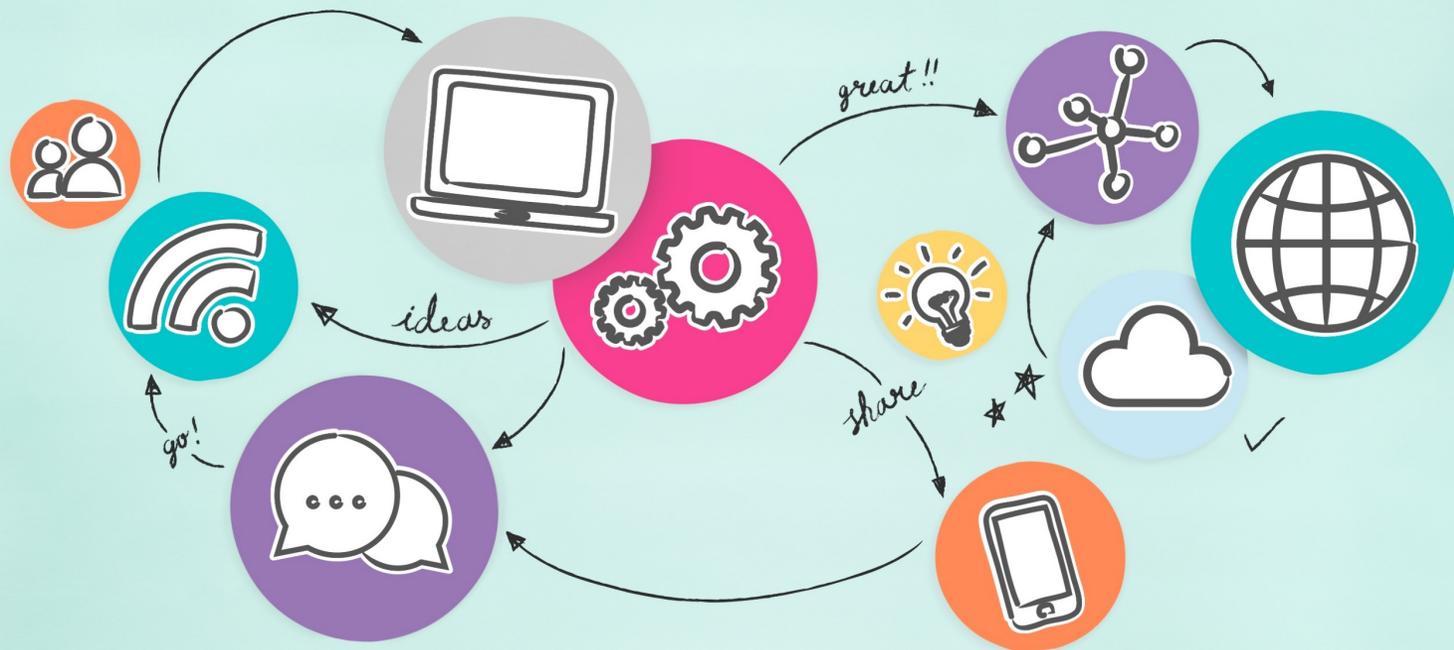
Especialista en Comunicación y
Mercadeo Digital

Cuento con más de 20 años de experiencia, trabajando en el área de la comunicación de masas, ejerciendo como periodista en medios de comunicación, agencias de relaciones publicitarias y oficinas de relaciones corporativas, en esta trayectoria poseo más de 12 años en brindar asesoría estratégica digital a empresas de consumo, servicio, banca y responsabilidad social

A group of young people, including men and women, are sitting in a row outdoors. They are all looking down at their smartphones, which they are holding in their hands. The background shows a blurred cityscape with buildings and trees. The overall tone is modern and tech-oriented.

¿Por qué el Marketing Digital es INDISPENSABLE HOY?

Los clientes están buscando, comprando
e interactuando en línea
¿Están encontrando su negocio?



¿Cuál es la pregunta más grande que tiene sobre marketing digital para su negocio?

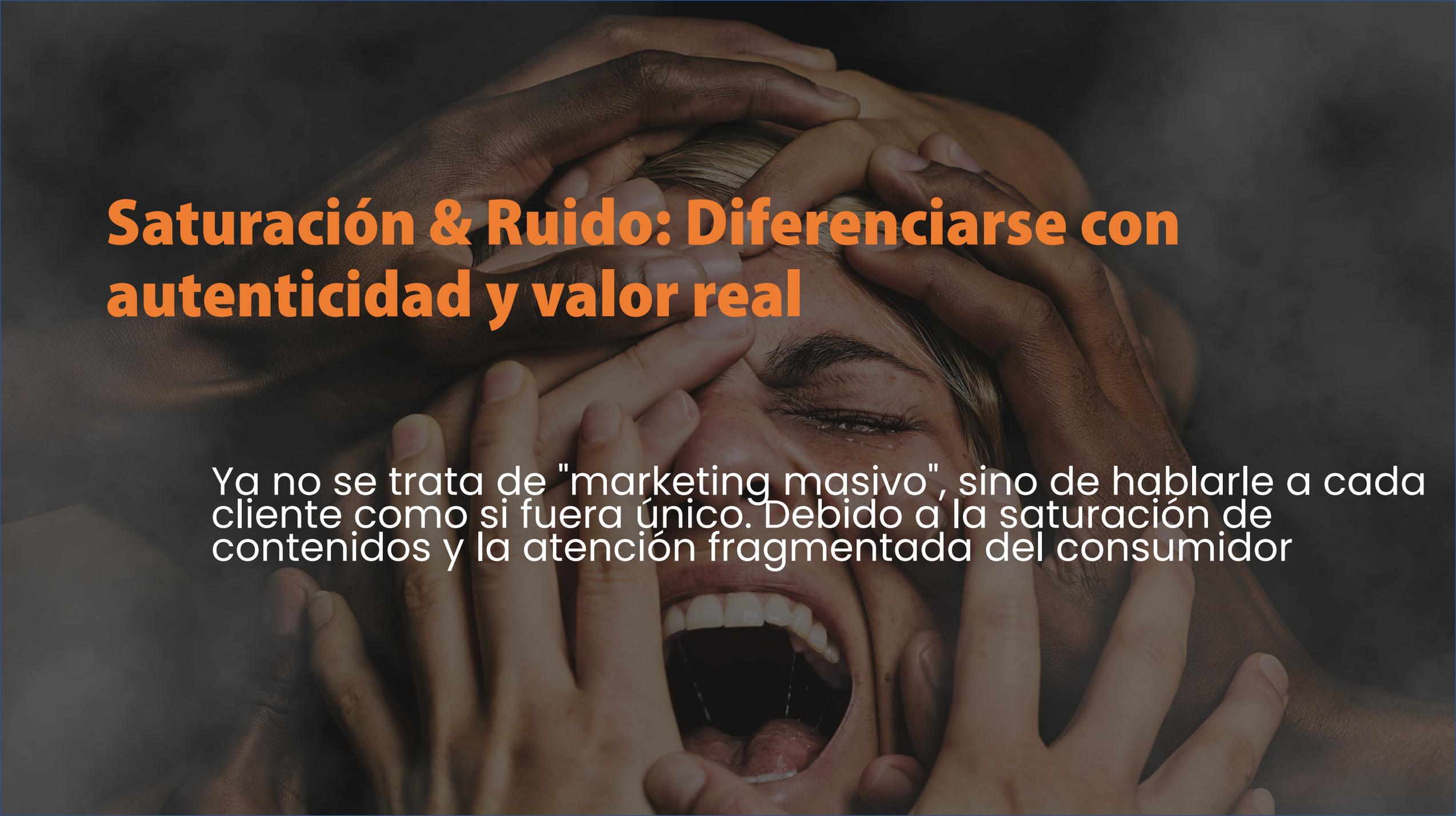
Hoy es más difícil lograr atención



Alcance escaso pero atención completa



Alcance amplio pero la atención es escasa

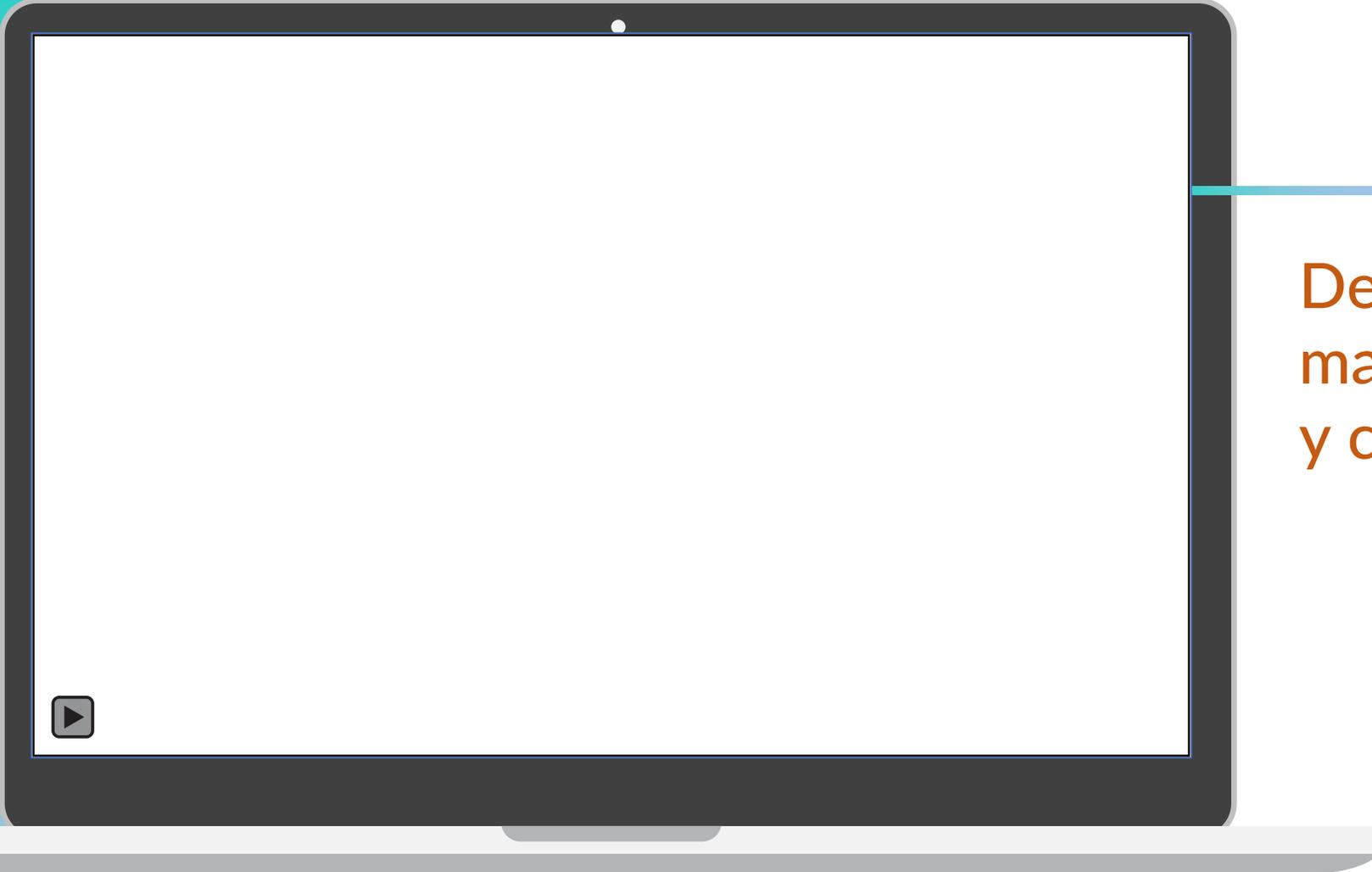
A close-up photograph of a person with their mouth wide open in a shout or scream. Their eyes are closed, and their hands are pressed against their face, covering their eyes. The background is dark and out of focus. The overall mood is one of intense emotion or frustration.

Saturación & Ruido: Diferenciarse con autenticidad y valor real

Ya no se trata de "marketing masivo", sino de hablarle a cada cliente como si fuera único. Debido a la saturación de contenidos y la atención fragmentada del consumidor



Personalización y Experiencia del Cliente



Debemos adaptarnos a la
manera de pensar, investigar
y comprar de los clientes

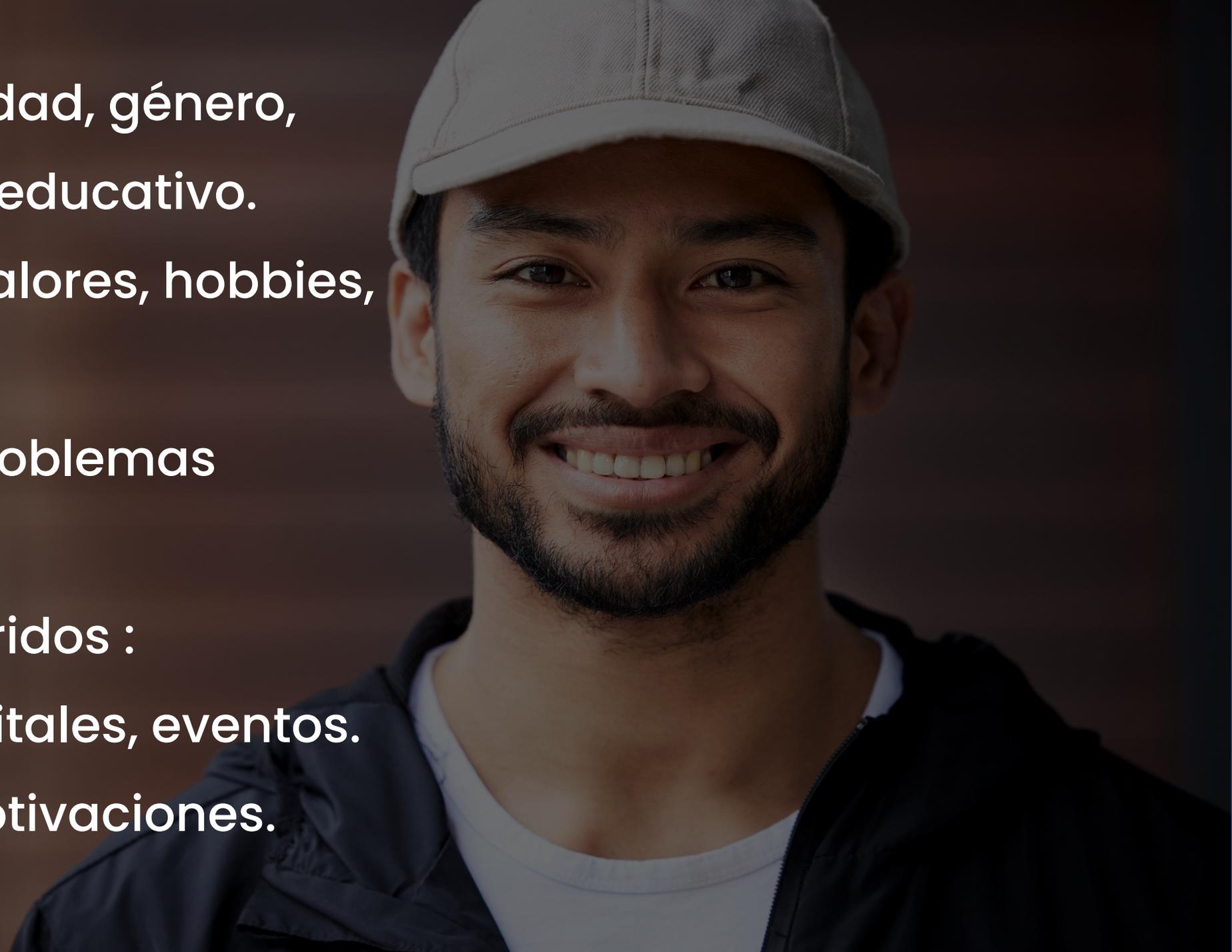
1. Demografía : Edad, género, ubicación, nivel educativo.

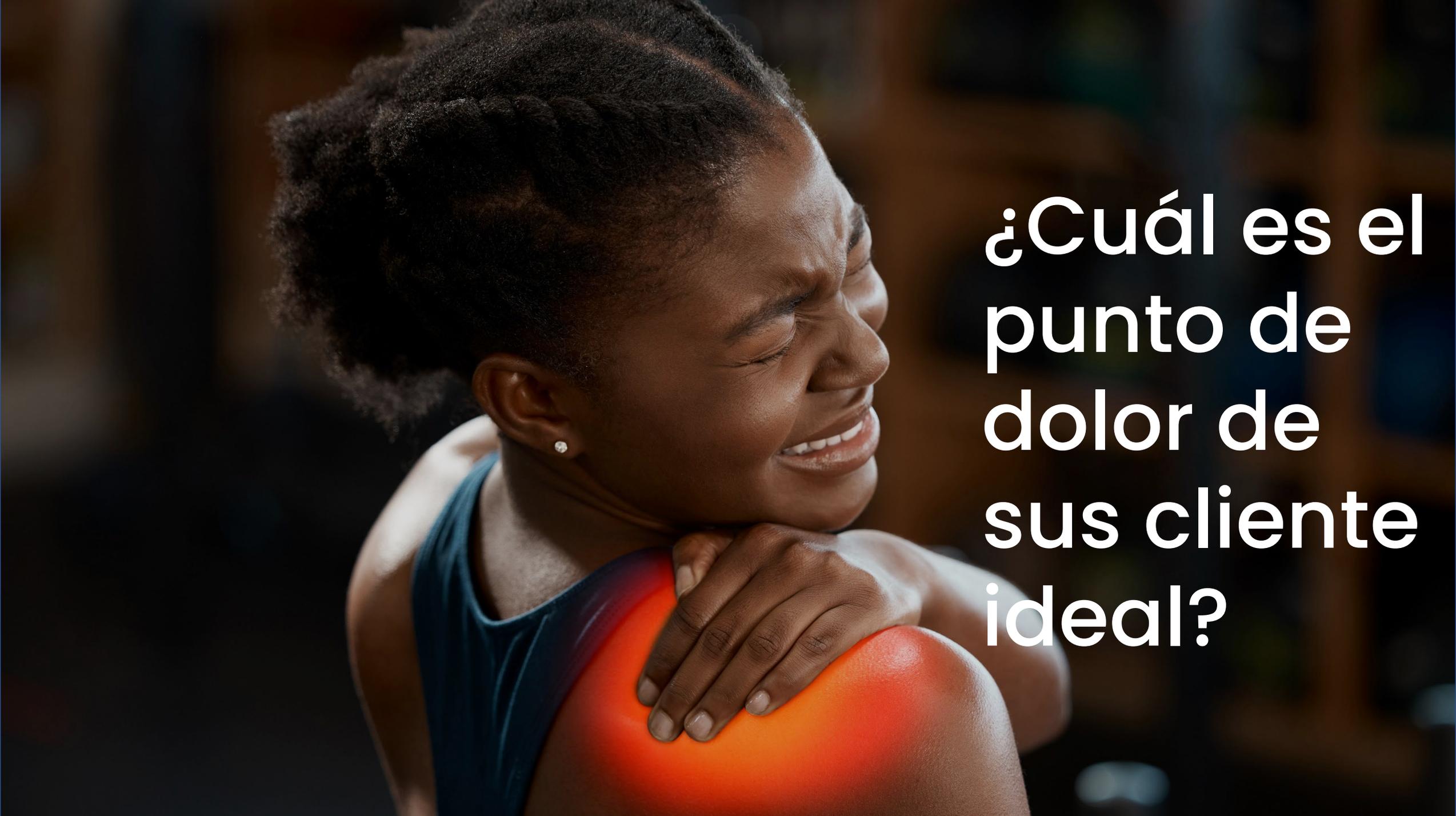
2. Psicografía : Valores, hobbies, actitudes.

3. Pain points : Problemas principales.

4. Canales preferidos : Plataformas digitales, eventos.

5. Objetivos y motivaciones.



A close-up photograph of a woman with dark skin and curly hair, wearing a teal tank top. She is holding her right shoulder with her left hand, and a bright orange and red heat map overlay is visible on her shoulder, indicating pain or injury. She has a pained expression on her face.

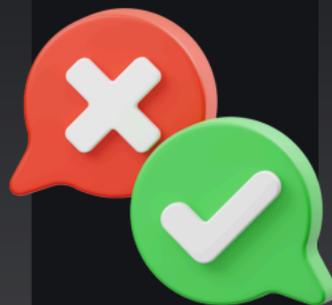
¿Cuál es el
punto de
dolor de
sus cliente
ideal?

Puntos de dolor

Siente que la contabilidad es un tema complejo y estresante.

Tiene miedo de cometer errores en sus declaraciones que puedan costarle multas.

No tiene el tiempo suficiente para encargarse de todos los aspectos administrativos de su negocio.



Píldoras

Tranquilidad de saber que su negocio está en regla ante las autoridades fiscales.

Acceder a servicios contables simples y asequibles.

Delegar la parte administrativa para concentrarse en la operación de su empresa.

6 pasos para generar un buyer persona



Analizar

Analiza la base de datos en busca de tendencias en los clientes



Recopilar

Recopila los principales hallazgos



Escucha

Escucha a los departamentos que se relacionan con los clientes



Entrevista

Realiza preguntas clave a leads y clientes



Sintetiza

Sintetice la información recopilada



Crea

Genere un esquema del cliente ideal

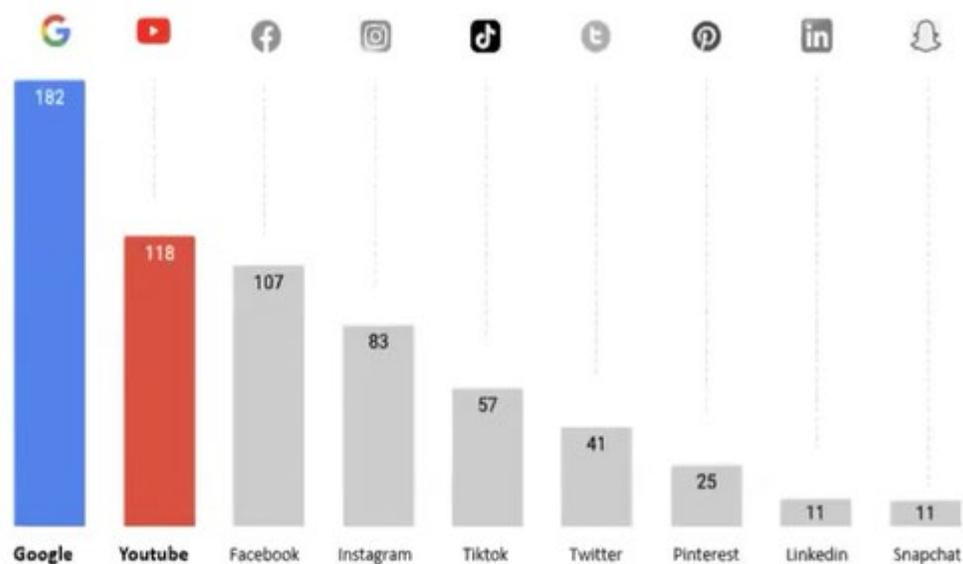
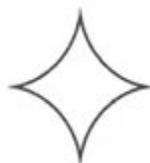


¿Cuál es la tendencia de uso de medios digitales en CR?

Google y Youtube, las plataformas con mayor penetración en SPLA

Usuarios Únicos y
Usuarios activos de
las plataformas y
apps

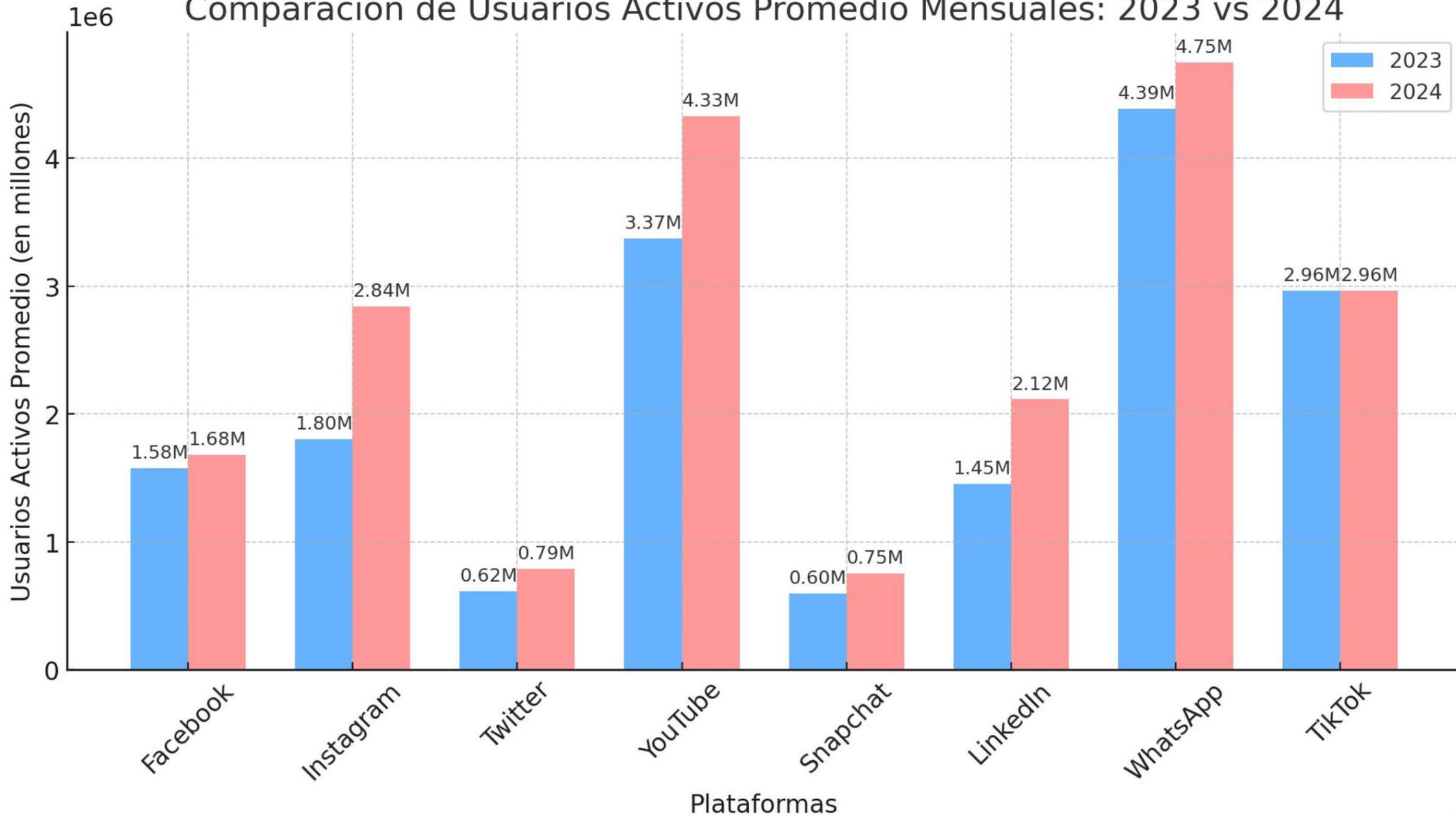
Avg Active Users (Mill)



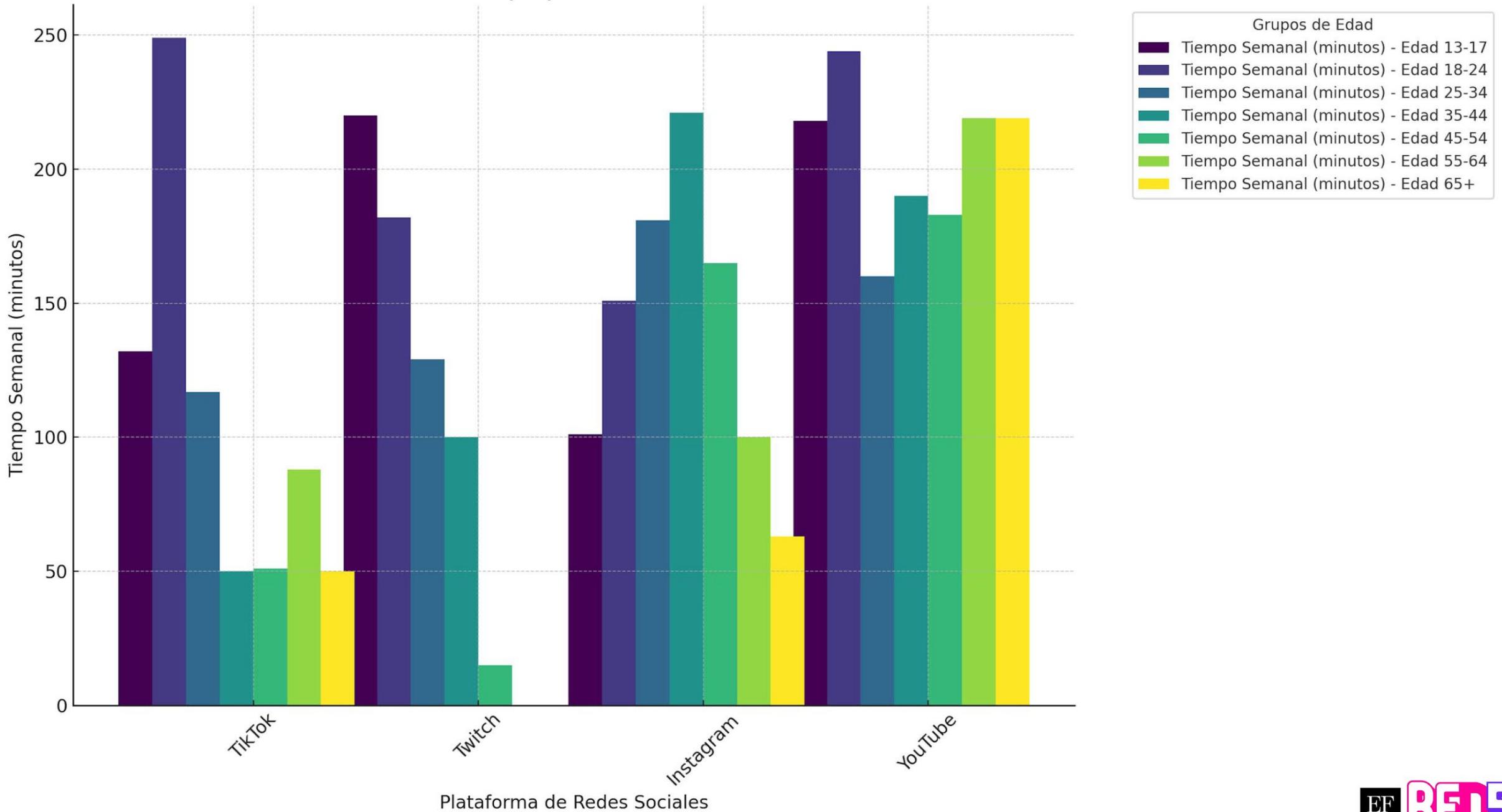
Fuente: Data ai, Active User | Similar Web, Unique visitors.
And Unique Visitors from SimilarWeb

powered by Growth

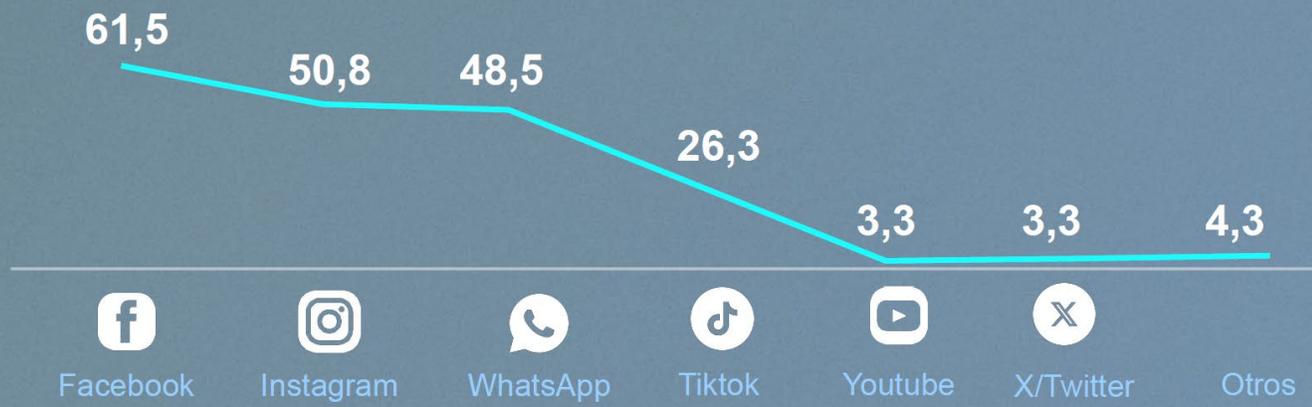
Comparación de Usuarios Activos Promedio Mensuales: 2023 vs 2024



Inversión Semanal de Tiempo por Edad en Redes Sociales (2024)



Redes sociales de mayor uso



Principales diferencias están entre generaciones

	Total	GenZ	GenY	Gen X	Boomers
Facebook	61,5	47,2	70,9	76,3	73,3
Instagram	50,8	65,0	45,5	31,3	36,7
Whatsapp	48,5	44,4	48,2	53,8	60,0
Tiktok	26,3	33,3	23,6	18,8	13,3
Youtube	3,3	2,8	2,7	5,0	3,3
X-Twitter	3,3	4,4	0,9	5,0	0,0
Otras	4,3	3,3	4,5	5,0	6,7



YOUTUBE está influyendo **en cada etapa** del viaje de la GENZ

84%

de los usuarios **GenZ** de YouTube en Latam **afirman que la publicidad en video dentro de la plataforma les ayuda a enterarse de nuevas marcas y productos.**



83%

de usuarios GenZ de YouTube en Latam **afirman que la publicidad en video dentro de la plataforma les ayuda más a tomar en consideración nuevas marcas y productos.**

*Gen Z = 84%

76%

Usuarios GenZ de YouTube en Latam dijeron que YouTube **es la plataforma de video que más les ayuda a decidir qué comprar.**

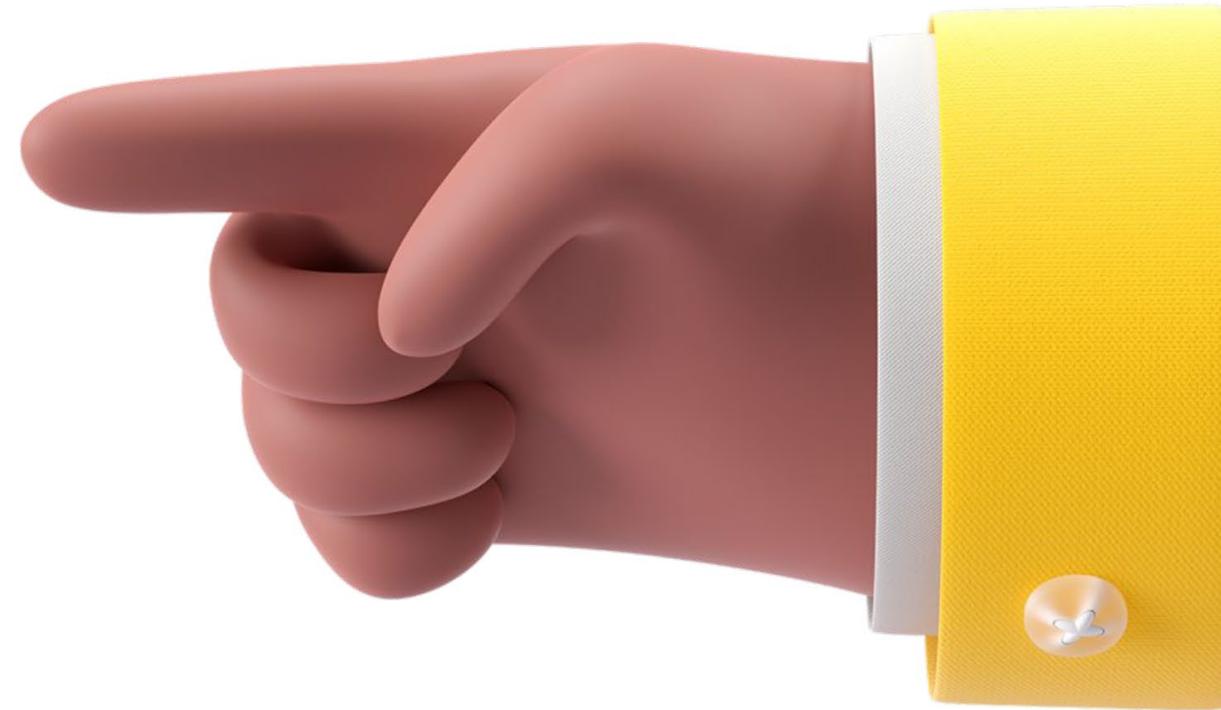
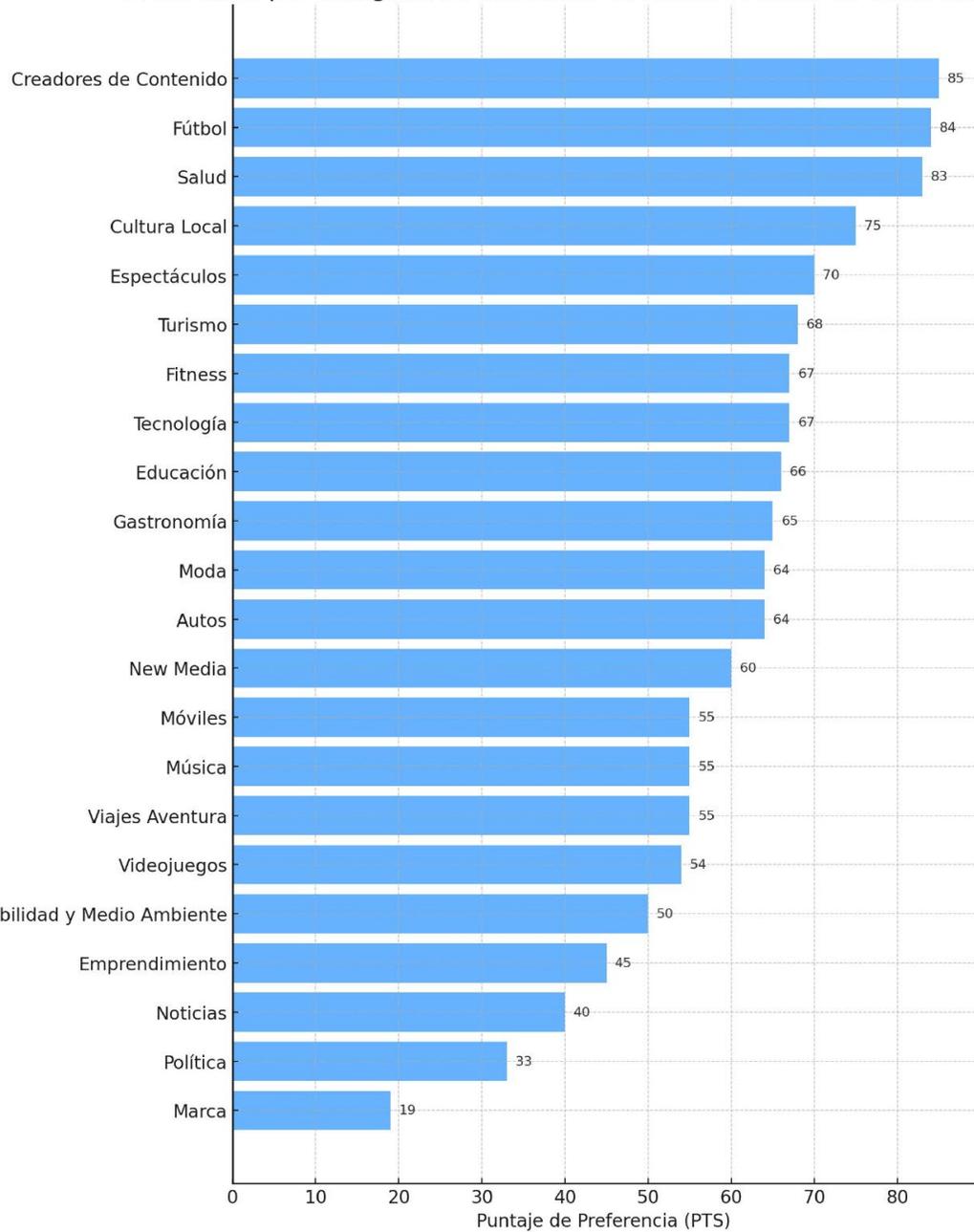
*Gen Z = 75%



Fuente: Google/Ipsos, WhyVideo PE 2022 n=2000, A18-64 GenPop viewers of video content min once/week, fielded from 6/9/22-6/22/22

powered by  Growth

Preferencia por Categoría de Contenido en Redes Sociales en Costa Rica (2024)





¿Cuál es un mix de medios digitales para CR?



Facebook: Conexión comunitaria y contenido versátil

Función principal: Canal para **informar, educar y fidelizar** a una audiencia amplia. Facebook es excelente para construir y mantener una comunidad alrededor de la marca. Permite grupos, eventos y conversaciones más profundas que fomentan la lealtad y el sentido de pertenencia.

Contenido Diversificado: Admite una **amplia gama de formatos**: texto largo, imágenes, videos (cortos y largos), enlaces a blogs y artículos. Esto la hace ideal para compartir noticias de la empresa, testimonios, promociones detalladas o contenido educativo.

Publicidad Segmentada: Su potente plataforma de anuncios permite una **segmentación muy precisa de la audiencia**, llegando a clientes potenciales basándose en intereses, demografía y comportamientos.

Atención al Cliente: Funciona como un canal directo para la **atención al cliente** a través de la integración con WhatsApp y otros medios de mensajes y comentarios, resolviendo dudas y construyendo confianza.

Instagram: Impacto Visual y Estilo de Vida

Función principal: **Visual storytelling y conexión emocional.**

Branding Visual: Es la plataforma por excelencia para el **contenido visual de alta calidad**. Ayuda a construir una **identidad de marca** fuerte a través de fotos atractivas, videos cortos (Reels) e Historias, **mostrando el lado más estético y aspiracional del negocio.**

Engagement rápido: Las Historias y los Reels fomentan una interacción rápida y efímera, manteniendo a la audiencia enganchada con contenido fresco y dinámico.

Marketing de Influencers: Es un hub principal para colaboraciones con influenciadores, especialmente micro y nano-influencers, que pueden autenticar y promover los productos o servicios a los seguidores.

Canal ideal para:

- Marcas de moda, belleza, lifestyle, gastronomía o arte.
- Target joven (Gen Z y Millennials).

YouTube: Autoridad, Educación y Consideración

Función principal: **Profundidad de contenido y confianza.**

Contenido de Larga Duración y Educativo: Es la plataforma ideal para tutoriales, demostraciones de productos extensas, webinars, entrevistas y contenido "detrás de cámaras". Permite educar a tu audiencia sobre su nicho y posicionarse como una autoridad.

SEO de Video: Los videos de YouTube se indexan en Google, lo que significa que un buen contenido de video puede mejorar su posicionamiento en los resultados de búsqueda generales, además de los de YouTube.

Construcción de Confianza y Autoridad: El formato de video ayuda a humanizar la marca, permitiendo que la audiencia vea a las personas detrás del negocio, lo que genera confianza y credibilidad.

TikTok: Viralidad, descubrimiento y tendencias rápidas

Función principal: Alcance orgánico y tendencias.

Contenido Corto : Se especializa en videos cortos, pegadizos y altamente creativos. Es la plataforma para "surfear" las tendencias, participar en desafíos.

Autenticidad y Humanización: Fomenta un estilo de comunicación más crudo, auténtico y menos pulido, lo que resuena mucho con las audiencias más jóvenes y ayuda a mostrar el lado más humano y divertido de tu marca.

Descubrimiento de Nuevas Audiencias: Su algoritmo de "For You Page" es muy potente para exponer contenido a usuarios que aún no le siguen pero que podrían estar interesados, facilitando el descubrimiento orgánico.

Perfecto para adelantos rápidos, anuncios de nuevos productos o servicios de forma dinámica y entretenida.

WhatsApp: El Canal Directo para la Conversión y la Fidelización

WhatsApp Business se posiciona como el canal definitivo para la conversación 1:1, la conversión y el soporte post-venta. **Es donde la relación con el cliente se profundiza y se cierra el ciclo de venta.**

Atención al Cliente Inmediata y Personalizada:

- Permite a los clientes contactarte directamente con sus dudas, solicitudes o problemas.
- Ofrece respuestas rápidas y personalizadas, lo que mejora la satisfacción del cliente y la percepción de tu servicio.

Generación y Nutrición de Leads (Prospectos):

- Puedes usar enlaces directos a tu WhatsApp en las redes sociales, sitio web o anuncios ("clic para chatear").
- Una vez que tienes el contacto, puedes nutrir al lead enviándole información relevante, ofertas personalizadas o resolviendo sus objeciones de compra.

Catálogo de Productos y Demostraciones:

- La función de catálogo de WhatsApp Business permite mostrar tus productos o servicios directamente en la app, con descripciones y precios.
- Puedes enviar fotos, videos cortos o notas de voz para dar demostraciones más personalizadas o responder preguntas específicas sobre un producto.

Etapa del viaje del consumidor	Plataforma clave	Función
Conciencia (Awareness)	TikTok / YouTube	Llamar la atención con contenido viral o educativo
Interés (Interest)	Instagram	Mostrar beneficios, valores y estética de marca
Consideración (Consideration)	Facebook	Ofrecer información detallada, reseñas y testimonios
Conversión (Conversion)	Instagram / Facebook/WhatsApp	Promociones, enlaces directos a compra
Fidelización (Loyalty)	Todas	Contenido exclusivo, interacciones constantes y programas de membresía

Más allá de las redes...

Email segmentados según intereses o compras previas

Plataformas de Email Marketing Gratuita (hasta cierto límite).

Desarrolle newsletters, automatizaciones y campañas de email profesionales.

Construya relaciones duraderas y fomente la recompra.

Acción: Empiece a recolectar correos electrónicos de sus clientes (con su permiso, claro).

Era de la Inteligencia Artificial Generativa

No solo ChatGPT.

Automatización hiper-personalizada de contenido (texto, imágenes, video corto), optimización de campañas, análisis predictivo avanzado, chatbots conversacionales reales.

Google My Business: Tu Tarjeta de Presentación Local GRATUITA

Aparece en Google Maps y en los resultados de búsqueda locales. Permita a sus clientes encontrarle, llamarle, ver su horario y reseñas.

Acción: Reclame y optimice su perfil con fotos y descripciones detalladas.



¿Cuál son las tendencias
de contenido?

A group of young people are having fun in a park. In the foreground, a woman with long dark hair is piggybacking a man with a beard and a white shirt. They are both smiling broadly. In the background, another couple is piggybacking each other, and a woman is raising her leg in the air. The scene is set in a grassy park with buildings in the distance.

El poder de lo "no perfecto" – menos edición, más conexión humana

Contenido Interactivo y en Formato de Video Corto

El consumo de video sigue en aumento, especialmente en formatos cortos y dinámicos.

Captura la atención rápidamente, genera más engagement y es altamente compartible.

Reels de Instagram, TikToks explicando productos/servicios.
Historias interactivas en Instagram/Facebook (encuestas, preguntas).
Videos de "detrás de cámaras" de tu negocio.
Tutoriales rápidos o demos de productos.



INSTRUCTOR FEDERICO VANEGAS

¡Únete a mi grupo de Whatsapp!
Aquí comparto
recomendaciones y vídeos de
expertos.





Gracias

APPLICA[®]
TECH KNOWLEDGE TRANSFER

pymenauta

BN PYMES