

SOCIALMEDIAPYMES

---

# GUÍA DE MARKETING

PARA EMPRESAS TECNOLÓGICAS

---



“MÁS CONTACTOS CON TU  
AUDIENCIA SIGNIFICAN MÁS  
MANERAS DE COMPARTIR  
INFORMACIÓN. EN RESUMEN,  
MÁS BOCA A BOCA”

---

# 01

Una empresa tecnológica tiene particularidades que hacen necesario un marketing especial. Ni el usuario, ni los canales, ni la información son semejantes a ninguna otra industria

¿Sabes cómo encontrar al protagonista de la historia de tu marca?

# ¿QUÉ ES EL MARKETING B2B?

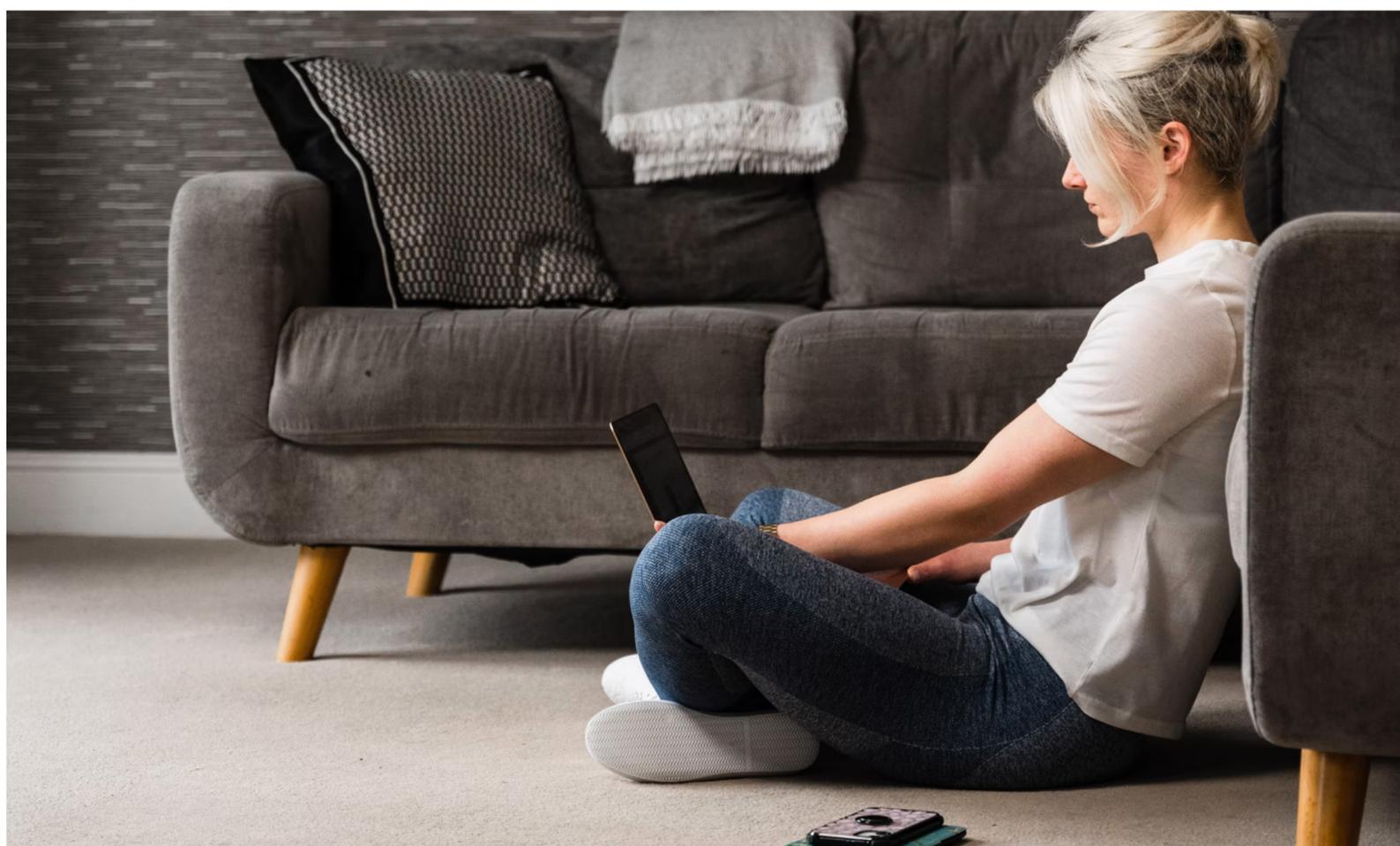
Si tienes un negocio B2B, hay algunas cosas que debes saber.

Si quieres lograr el éxito, lo primero que debes saber es que necesitas crear relaciones sólidas con tu público objetivo. Si implementas una campaña de Inbound Marketing eficaz, podrás simplificar tus esfuerzos.

## ¿QUÉ ES EL INBOUND MARKETING B2B?

Una empresa de tecnológica como la tuya es un excelente ejemplo de negocio B2B. Fabricas o comercializas soluciones de software que vendes a empresas.

El inbound marketing B2B es una estrategia que consigue ponerte delante de un cliente potencial mucho antes de que necesite tus servicios. Su magia consiste en que construirás una relación de confianza a base de ayudarle a solucionar sus dudas y problemas para que, cuando te necesite, recurra a tu empresa.



## UN EJEMPLO DE MARKETING PARA EMPRESAS TECH

El inbound marketing para empresas tech no es agresivo, ni interrumpe al usuario. En el otro lado del espectro hay técnicas como las llamadas en frío, que interrumpen al usuario.

¿No terminas de verlo? Pongamos un ejemplo de tu sector. **Lanzas un nuevo AddOn**. Sabes que soluciona muchos de los problemas habituales que tienen tus potenciales clientes, pero no quieres atraerlos de forma agresiva.

Sin embargo, sabes que el problema existe y quieres que tus clientes te encuentren. Por eso, decides hacer un **ebook**, como este que estás leyendo, para explicar cómo pueden tus clientes potenciales solucionar sus problemas.

Al final del ebook colocas un botón que lleva hasta tu web, donde los consumidores pueden consultar tus servicios y las características del propio AddOn que has diseñado.



# CREA UNA ESTRATEGIA DE MARKETING TECH

*Un error muy común es pensar que el inbound marketing es sinónimo de SEO, marketing de contenidos o email marketing.*

## **1. Lo primero, conoce a tu público objetivo**

Si el inbound marketing para empresas tecnológicas quiere atraer a las personas adecuadas, lo primero que debes saber es quiénes son.

¿No es más fácil hacer un regalo a tu madre que a un primo lejano? Es más fácil porque la conoces bien, ¡pasas mucho tiempo con ella!

Estas son algunas de las formas de conocer a tu cliente objetivo:

**Haz una lista de los clientes de los últimos dos años.** Si son fieles, pregúntales por qué se han quedado contigo.

**Haz un mapa de viaje de compra típico.** Es decir, piensa en cuáles son los pasos que sigue uno de tus clientes, desde que tiene una necesidad, investiga en internet, llega hasta tu web, te llama y te compra. Analiza cada paso y detecta qué es lo que hace que avance de una fase a otra.

**Pregunta a tus clientes actuales qué es lo que necesitan.** Al final del día, tu trabajo es solucionar los problemas de tus clientes. No pierdas de vista que debes conocer en todo momento qué es lo que necesitan y cómo debes lograrlo.

## 2. Crea un perfil de cliente ideal

Ahora que tienes toda la información, es hora de crear un perfil de cliente ideal.

Un perfil de cliente ideal te ayudará a diseñar una estrategia atractiva para este tipo de personas y te diferenciará de tu competencia.

Estos son algunos de los datos que debes recopilar:

**Nivel profesional.** En la industria tecnológica, debes dirigirte a los profesionales que toman decisiones. De otra forma, perderás el tiempo y el dinero.

**Ingresos anuales de la empresa.** La facturación de la empresa te ayudará a saber cuál es su presupuesto.

**Nivel educativo y ubicación.** Estos dos datos te ayudarán a crear una estrategia con contenidos adecuados, ni muy técnicos, ni muy básicos.

## 3. Decide qué tipo de contenido vas a utilizar

El contenido te ayudará a hacer madurar los clientes potenciales. Tienes un amplio (amplísimo) abanico de formatos. Tu selección dependerá de tu presupuesto, pero también de tus objetivos.



## BLOG POST

Los blog post o artículos del blog, son la forma básica de contenido para las empresas de software. Como puedes crearlos virtualmente de casi cualquier tema, tus posibilidades son infinitas.

☒☒ [Consulta un ejemplo redactado por Social Media Pymes](#)

## EBOOKS

Los ebooks, como el que estás leyendo en este momento, son una herramienta básica. Puedes ofrecerlos a tus potenciales clientes mediante landing pages (páginas de tu web especialmente diseñadas para captar datos) y tienen entre 2 y 20 páginas.

☒☒ [Consulta un ejemplo diseñado y redactado por Social Media Pymes](#)

## EMAIL MARKETING

Cuando has conseguido los datos cedidos de forma voluntaria por tus potenciales clientes, puedes hacer que maduren mediante correos electrónicos cuidados, con información útil.

☒☒ [Consulta un ejemplo diseñado por Social Media Pymes](#)

## REDES SOCIALES

Para que tus potenciales clientes te encuentren, necesitas las redes sociales. Contar con una fuerte comunidad, te dará prestigio y una audiencia con la que trabajar. Podríamos llamarla "tu base de datos virtual".

#### 4. Crea contenido para cada etapa del embudo de ventas

¿Recuerdas el embudo que has diseñado? Es hora de crear el contenido que hará que tus potenciales clientes avancen de una etapa a otra.

Un viaje de ventas, también llamado embudo de ventas, está pensado para hacer avanzar al cliente potencial de una fase a otra.

Normalmente, hay tres fases en un embudo de ventas, que en el caso de la industria tecnológica se extienden a seis:

### EMBUDO DE VENTAS PARA EMPRESAS DE SOFTWARE



El embudo de ventas de una empresa tecnológica está formado por las siguientes fases:

**Investigación.** En esta fase, no puedes ser agresivo. Informa, ayuda y no menciones tus productos o servicios. Puedes crear formatos como webinars, ebooks o artículos, ¡incluso podcast!

**Interés.** Has captado la atención del usuario, pero todavía no está maduro. Los usuarios están pensando si lo que les ofreces solucionará o no sus problemas.

Sin ser agresivo, puedes poner en marcha formatos de contenidos que comparan tus soluciones con la competencia.

**Consideración.** El usuario está más cerca de decidirse, pero querrá más información sobre tu producto. Las fichas técnicas, los vídeos y los informes, les ayudarán a avanzar.

**Intención.** Los usuarios tienen intención de comprar y en esta fase se pondrán en contacto contigo. ¡Trátalos bien! Tu objetivo es cerrar una demo.

**Demostración.** Las empresas de software se juegan mucho en estas demos, porque es la llave para la compra.

**Compra.** ¡Ya los tienes! Recuerda que puedes fidelizarlos con contenidos, como nuevas versiones, vídeos de formación y actualizaciones.



**5. Analiza los resultados.** No puedes saber si lo que haces funciona si no mides constantemente. En Social Media Pymes, ponemos a disposición de nuestros clientes un portal personalizado con toda la información necesaria para que sigan sus proyectos.

☒☒ [Consulta un ejemplo del portal que utilizamos para gestionar los proyectos.](#) Contraseña 1234

## CONSEJOS DE MARKETING PARA EMPRESAS TECNOLÓGICAS

¿Quieres que tu empresa de software consiga más? Sigue estos consejos adicionales.

### ARREGLA LO QUE ESTÁ ROTO

Revisa tu contenido actual. ¿Está anticuado, no aparece en Google o nadie te escribe? Replantea el contenido actual con herramientas como Semrush.

☒ [¿Quieres una auditoría gratis? ¡Escríbenos!](#) ☒

### REDES SOCIALES

Para que tus potenciales clientes te encuentren, necesitas las redes sociales. Contar con una fuerte comunidad, te dará prestigio y una audiencia con la que trabajar. Podríamos llamarla "tu base de datos virtual".

## HAZ QUE TUS LANDINGS SEAN GENIALES

Crear una web y contenidos geniales son solo una parte de hacer marketing. Las landing pages te ayudan a crear campañas que hacen avanzar a los usuarios por el embudo de ventas

☒☒ [¿Quieres ver una landing genial?](#)

## HAZ ALGO DE VÍDEO

Los vídeos son uno de los mejores formatos que puedes utilizar para tu empresa tecnológica. Puedes empezar por algo sencillo, pero plantéate una estrategia con sentido.



## ¿NECESITAS AYUDA?

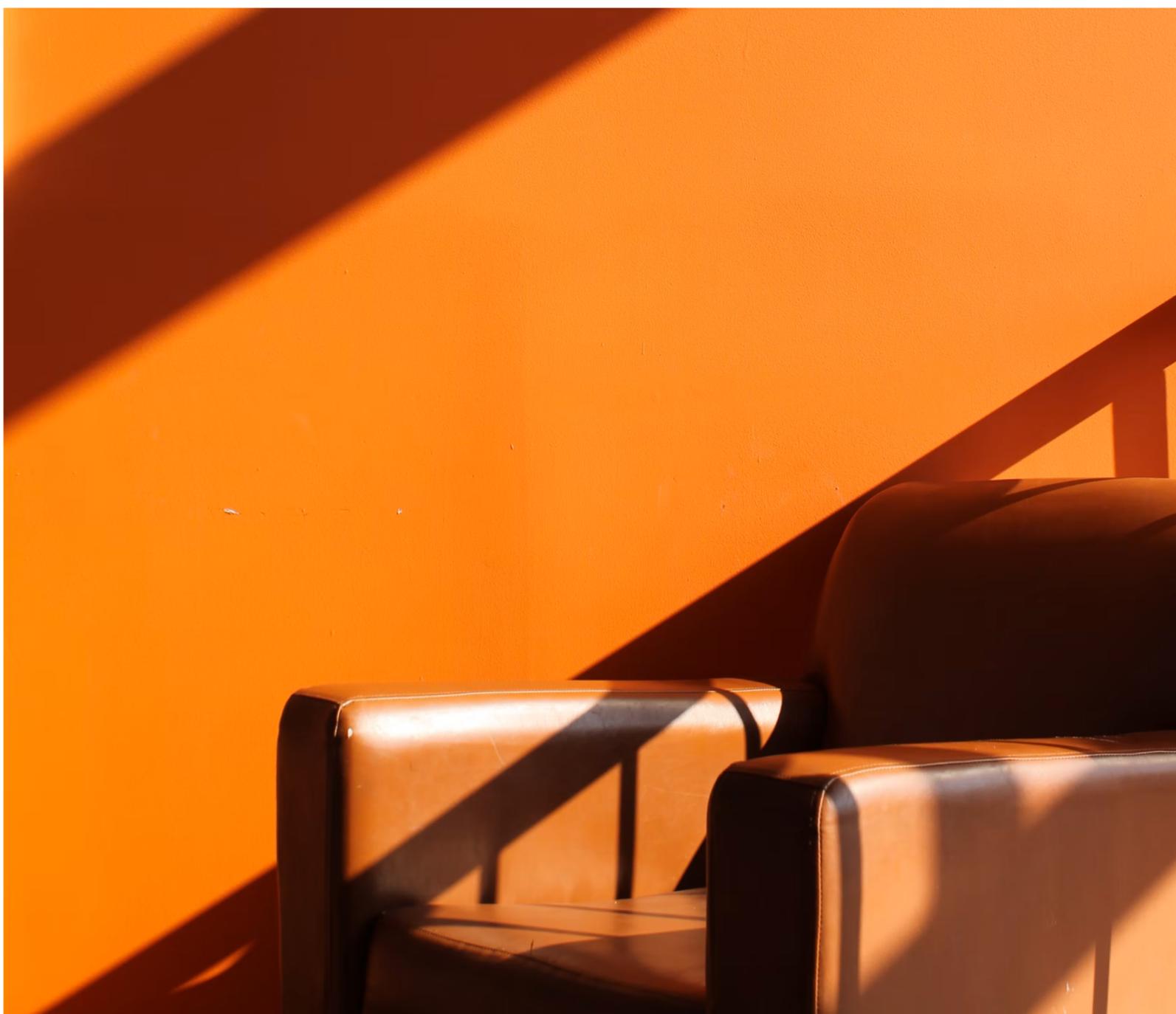
Si necesitas ayuda con tu estrategia de marketing tech, **Social Media Pymes** puede ayudarte.

Somos una agencia de marketing digital especializada en el sector tecnológico.

Nuestros servicios podrán ayudarte a crear confianza entre tus clientes potenciales y que tus clientes actuales sean más fieles.

Tenemos más de una década de experiencia creando resultados reales para partners de SAP, Microsoft e Infor. Trabajamos con una metodología única, que prima la transparencia y la dedicación, ofreciendo servicios de SEO, contenidos, redes sociales, email marketing, Google Ads y publicidad en redes sociales.

Escríbenos sin compromiso a [\*\*info@socialmediapymes.com\*\*](mailto:info@socialmediapymes.com)



¿QUIERES MÁS?

---

**SOCIALMEDIAPYMES**



WWW.SOCIALMEDIAPYMES.COM

Social Media Pymes es una agencia de marketing digital especializada en empresas del sector tecnológico. En los últimos años hemos trabajado con partners de los principales fabricantes de ERP del mundo, además de empresas de software. Sabemos lo que necesitan estas empresas y podemos ofrecerles:

Diseño de estrategias de marketing de contenidos digitales.

Calendarios editoriales orientados a los objetivos empresariales y el SEO.

Contenidos para blogs, foros, Medium, Wikipedia, Quora, webinars, ebooks y white papers.

Infografías impactantes que consiguen viralizarse rápidamente.

Estrategias de Email Marketing para cualificar leads y conseguir más ventas.

Cuadros de mandos de analítica de contenidos que permitan seguir la inversión.

Estrategias de linkbuilding con colaboraciones entre blogs, medios y plataformas de contenidos.

Contenidos para redes sociales: calendario, textos, imágenes y community management.