



17 ESTRATEGIAS PARA VENDER MÁS EN EMPRESAS B2B INDUSTRIALES

INTRODUCCIÓN

¿Sientes ansias por actualizar tus campañas de inbound marketing, pero no estás seguro de por dónde empezar? Inbound tiene que ver con la publicación de contenido útil e interesante que su público desea consumir, pero con el número infinito de enfoques y estándares creativos cada vez mayores, las posibilidades de cómo pueden tomar forma sus campañas pueden ser abrumadoras.

Para ayudar a que fluya la inspiración, hemos recopilado 32 ejemplos de inbound marketing verdaderamente envidiable. Ya sea que quiera repensar su enfoque de las redes sociales, el correo electrónico o los blogs, hemos seleccionado ejemplos de primera categoría para expandir su pensamiento. O tal vez estés listo para experimentar con un nuevo medio para tu contenido. Explora los capítulos de video y microsítios para descubrir lo que los líderes en marketing multimedia están creando para compartir su historia.

Si bien hemos incluido industrias en la que de cada marca envidiable está operando, no te cierras dentro de tu vertical. Esta guía se trata de tomar un paso fuera de tu nicho para ampliar la forma de pensar acerca del inbound marketing.

Pero antes de adentrarnos, una advertencia. Mientras que algunos pueden decir que la copia es la forma más alta de adulación, ve estos ejemplos como un medio para liberar tu ingenio en tu contenido, no el libro de jugadas exacta. Mantén tu propio personaje y producto en mente, y deja que la estrategia general detrás de cada ejemplo aporte su tormenta de ideas. Podrás sorprenderte cómo un supermercado internacional podría inspirar el marketing de tu compañía de seguros, o cómo un minorista de mochila podría hacerte repensar el contenido de tu Startup SaaS.

SOCIAL MEDIA





ST. JUDE

St. Jude Children's Research Hospital entiende el poder de los medios de comunicación social para aumentar la conciencia de una causa caritativa. La página de Facebook de St. Jude incluye un botón "Donar" directamente en su foto de portada para hacer el proceso lo más fácil posible. Para alentar la donación, St. Jude usa historias conmovedoras y fotos de los niños que apoyan para conectar a los donantes con el corazón de la organización.

HERSCHEL SUPPLY CO.



No hay nada como la cuenta Instagram de Herschel Supply. Entre las vistas de las montañas y las caóticas calles de la ciudad, cada una de sus impresionantes fotos comunica una historia de viajes y exploración. ¿La mejor parte? La mayoría de los puestos de Herschel Supply provienen directamente de sus clientes. Siguiendo el hashtag #WellTravelled, Herschel Supply ha cultivado una comunidad de seguidores y artistas que buscan aventuras. Advertencia: Los sentimientos abrumadores de “vagar” pueden resultar inmediatamente después de seguir.



EVERLANE

A pesar de ser un ejemplo de empresa B2C, Everlane podría abrirle un hoyito a su creatividad. Cada una de las cuentas de medios sociales de Everlane trabajan para romper la barrera entre el cliente y su marca favorita. Al ilustrar cómo y por qué detrás de lo que hacen, Everlane ofrece una ventana a la cultura de la empresa y se diferencia de marcas de moda similares. Como las recientes tendencias de los medios sociales se alejan del público y hacia el privado, Everlane ha hecho un trabajo excepcional de usar Snapchat para enviar mensajes a sus clientes que se sienten honestos y personales.

This year, #OptOutside was the beginning.

On Black Friday, all across the nation, we got out and cleaned up. Now it's time to keep going. Stay engaged in the fight for life outdoors with Sustainable Living on REI Conversations.

Join the conversation

REI



A medida que trabaja para aumentar la conciencia de la marca, a menudo es mejor ir un poco fuera de la senda batida - incluso si esto significa excluirse del mayor día de compras del año. REI creó su buzón de redes sociales justo para Black Friday 2015, ya que alentaron a los compradores a #OptOut (optan por no participar) de su viaje post-pavo al centro comercial y en su lugar pasar el día en la naturaleza. Sin embargo, la temporada de vacaciones no es la única campaña social singular que REI ha lanzado. Echa un vistazo a su proyecto 1440 para un ejemplo admirable de invitar al cliente en su intercambio social.

BLOG



AMERICAN EXPRESS

MY ACCOUNT CARDS TRAVEL REWARDS BUSINESS

United States (Change Country)

OPEN forum Search for Articles, Advice, and Entrepreneurs

SIGN IN JOIN NOW

Explore Topics Extend Your Network Ask For Advice Share Insight

WELCOME TO OPEN FORUM

Exchange Advice. Make Smart Decisions.

GET INSIGHTS

LEADERSHIP

7 Ways to Waste Time and Still Get Things Done

Erika Napoletano
Columnist, American Express OPEN

APRIL 10, 2014 · Stopping work can actually help you do more of it. Here are 7 ways to raise your productivity by goofing off a little during your workday.

READ ARTICLE

SEE WHAT WORKS FOR OTHERS

MARKETING

Has your website traffic been crushed by a Google penalty? Discover how to get your traffic back!

VIEW ADVICE >

Brian Reilly (Internet Marketing Analyst, WebpageFX) shared advice on SEO

SHARE WHAT WORKS FOR YOU

LEADERSHIP

I am in my mid-sixties and have had sole support and side businesses since teen years. My current...

Share Advice

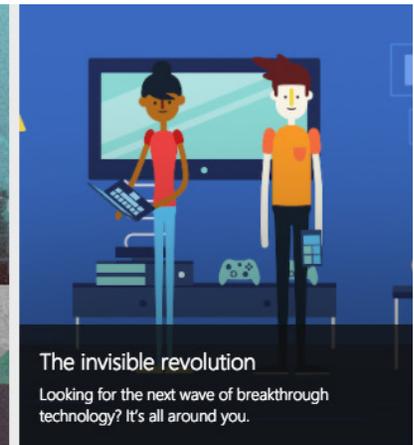
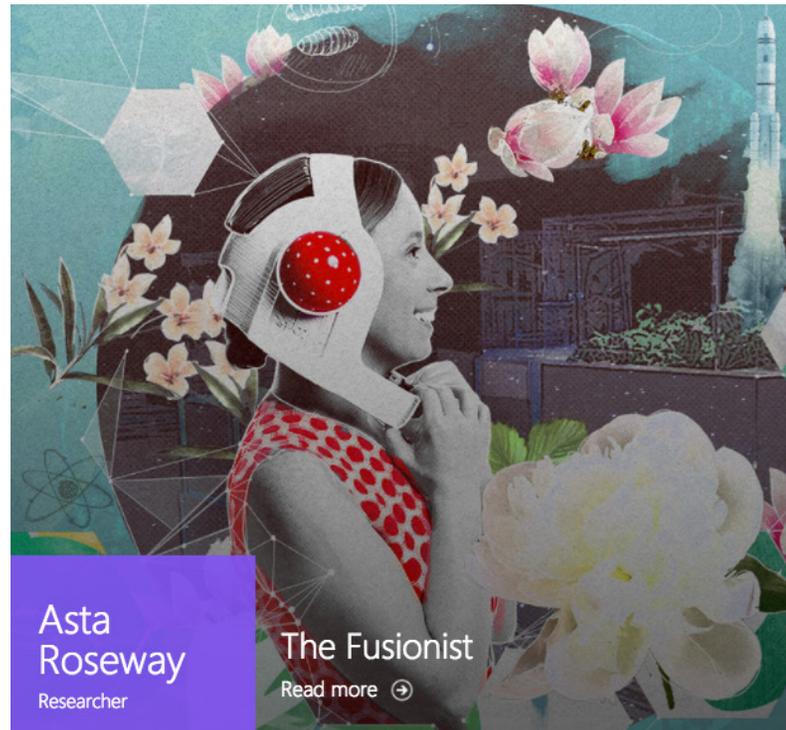
SEE RESPONSES >

Thomas Kuehn (President & CEO, Global Innovations Caterie, LLC) is looking for advice on Company Culture

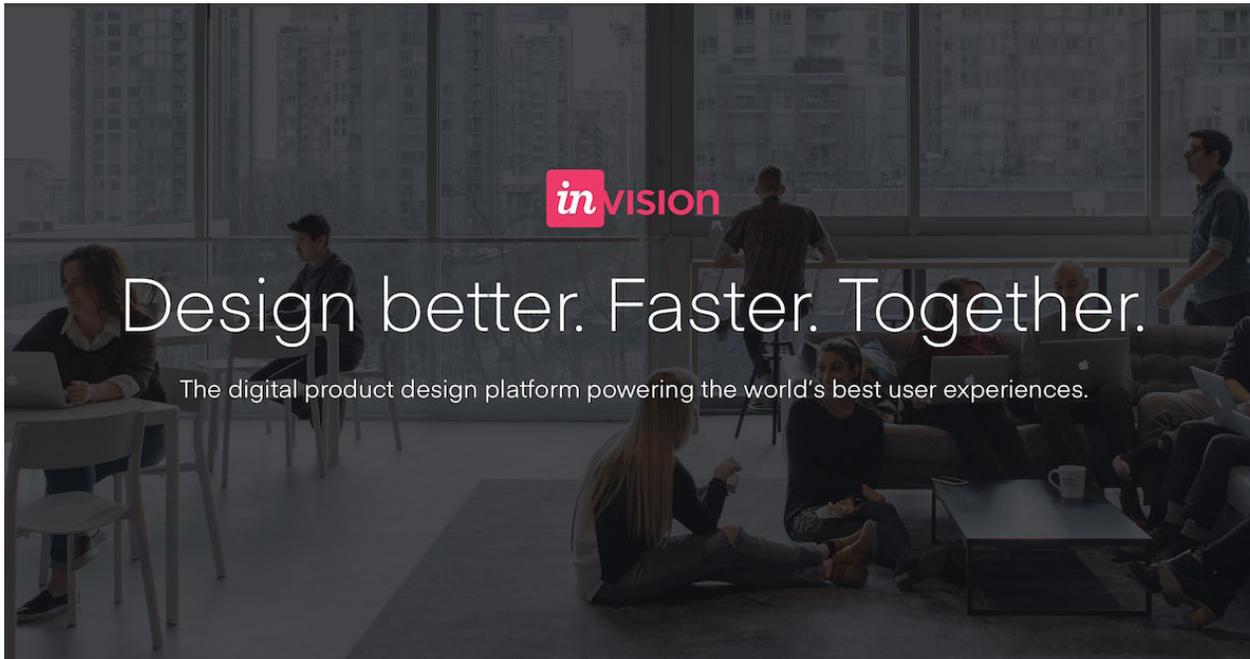
AMERICAN EXPRESS

El Foro OPEN de American Express muestra cómo una marca puede expandirse más allá de un blog tradicional para crear una comunidad más grande. OPEN Forum existe para ayudar a las pequeñas empresas a crecer a través de contenido original y una experiencia de usuario personalizada. Tras la suscripción, el blog le pide al lector que elija las áreas de enfoque adecuadas para ellos, incluyendo productividad, liderazgo, oportunidades de crecimiento y mucho más. Dentro de cada puesto, la plataforma hace que sea fácil seguir al autor, responder al contenido, o profundizar en las historias relacionadas.

MICROSOFT

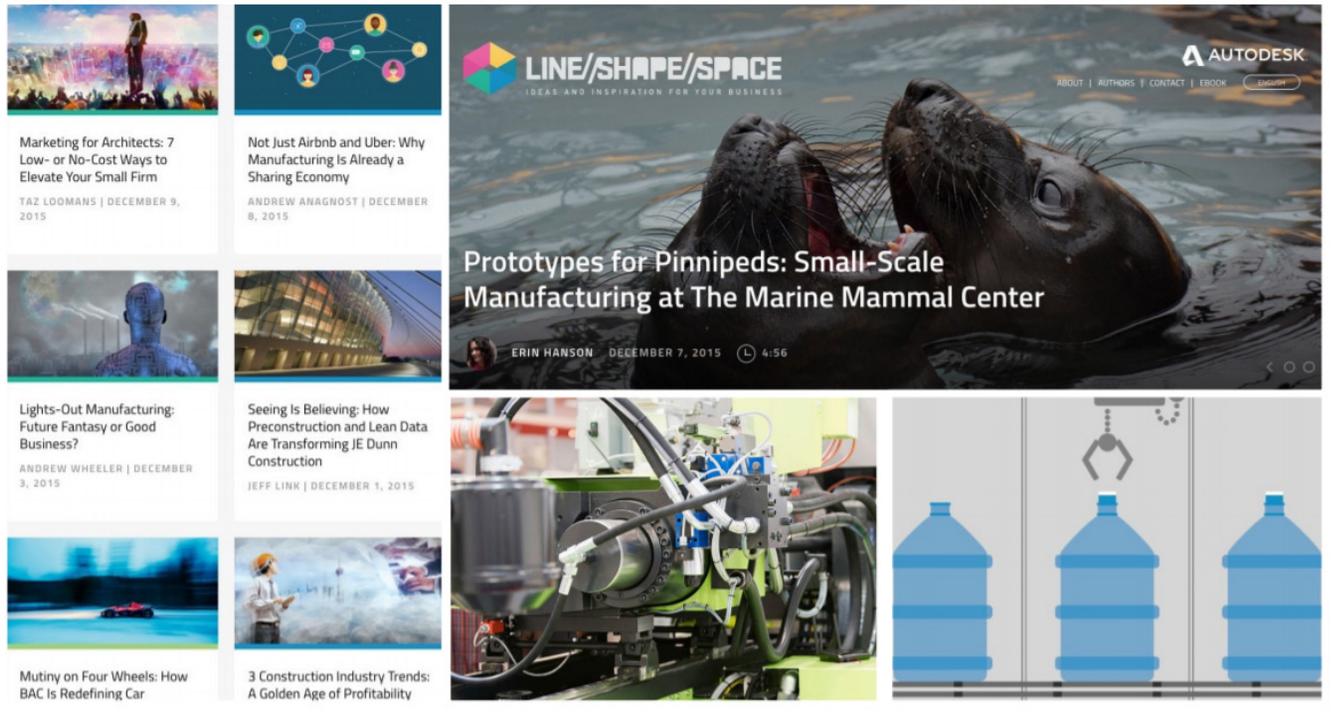


¿Quién dice que el marketing B2B tiene que ser aburrido? Echa un vistazo a Microsoft Stories y prepárate para quedar impresionado. Lo primero que notarás es la calidad visual del sitio. A diferencia de seguir una plantilla de blog, cada post se personaliza con parallax, gráficos animados y tediosas ilustraciones. Más allá del diseño, la escritura es una reminiscencia de la característica del periodismo, embalada con caracteres empáticos y un tacto personal. A pesar de los inmensos recursos de una marca como Microsoft, este blog sin embargo establece una barra alta para la narración de productos.



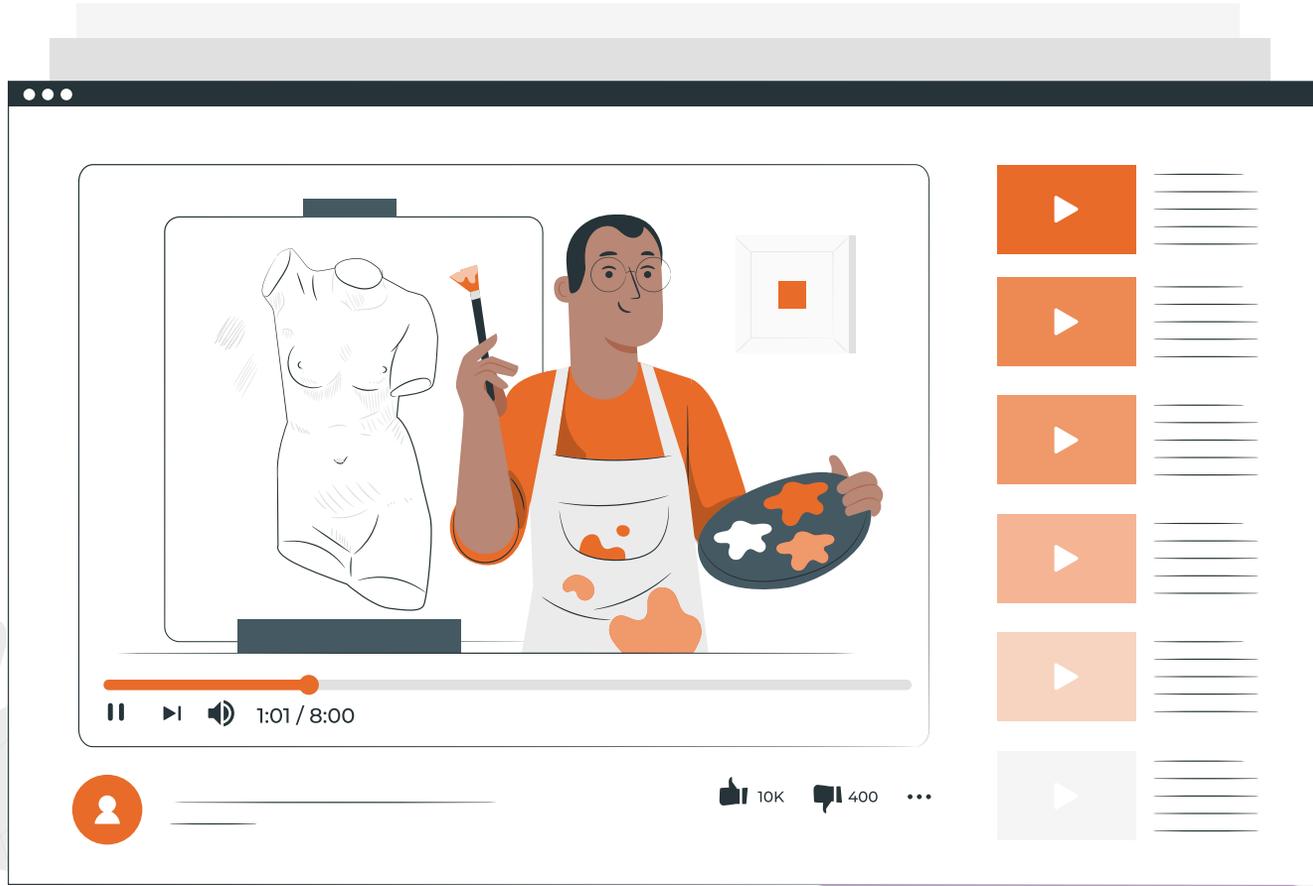
INVISON

Mientras que se espera que el blog de una plataforma de prototipos tenga un diseño excepcional, no es simplemente su apariencia lo que hace que este blog destaque. En lugar de presentar siempre el producto, la comercialización de contenido de InVision se centra en la pasión por la creación de todas las partes de diseño. El blog mantiene una audiencia leal al publicar posts de profundidad en torno a los puntos comunes de dolor que los diseñadores sienten y que reflejan los grandes objetivos de su trabajo. Y por supuesto, el diseño simple no duele.



AUTODESK

Desde el lanzamiento del blog en 2013, el constructor de software Autodesk ha recibido muchos rumores para Line // Shape // Space. Mientras que la marca se centra en la impresión en 3D y el nicho de ingeniería, el blog se expande a un público más amplio, inspirando a todos los negocios con una mano en el diseño. Cada puesto comparte consejos pragmáticos de negocios en el contexto de una historia, con un ejemplo real y único de innovación. Además de la calidad del contenido, Line // Shape // Space utiliza imágenes fascinantes para invitar a los lectores a cada historia.

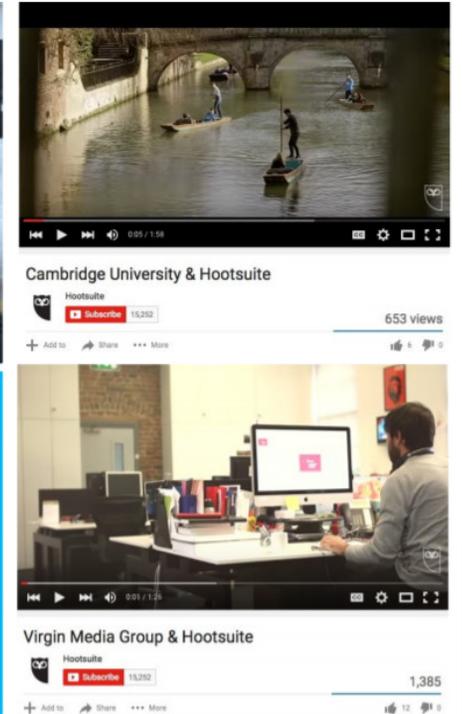


VIDEO



GO PRO

¿Un Gorila rosa saltando de un avión? Compruébalo ¿Vista de ojo de pájaro de un cañón escénico? Eso también. Para experimentar una serie única de marketing de vídeo B2C, echa un vistazo al canal de YouTube de GoPro. La marca comparte videos de sus clientes para mostrar lo que alturas y profundidades que su producto puede soportar. Además de ofrecer el producto, los videos también crean una comunidad para que los usuarios de GoPro compartan sus experiencias extremas.



HOOTSUITE

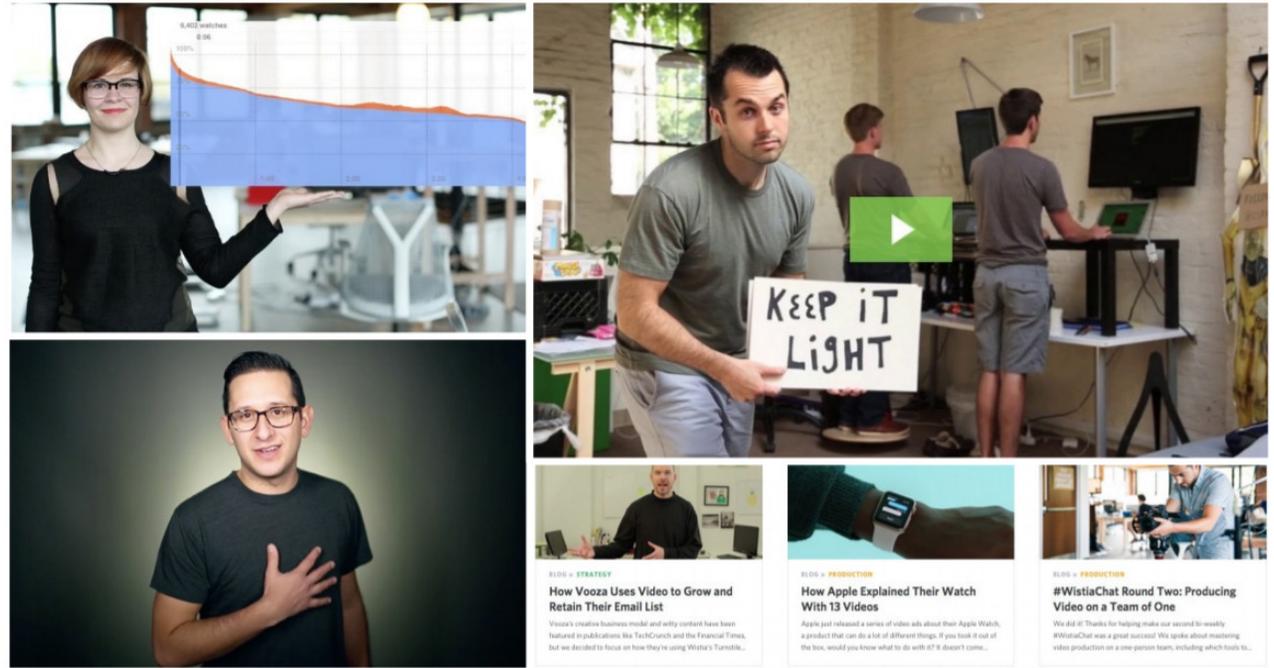
Los vendedores exitosos de B2B saben el poder de los casos de estudio. Y especialmente para las marcas en el espacio SaaS, estas historias de éxito a menudo son necesarias para compartir la personalización del producto para el usuario. Hootsuite, creador de un panel de administración de redes sociales, usa video para resaltar la personalidad de sus clientes en cada caso de estudio. Echa un vistazo a la serie en su canal de YouTube para ver un ejemplo impresionante de cada parte del proceso de vídeo: entrevistas, producción y edición.



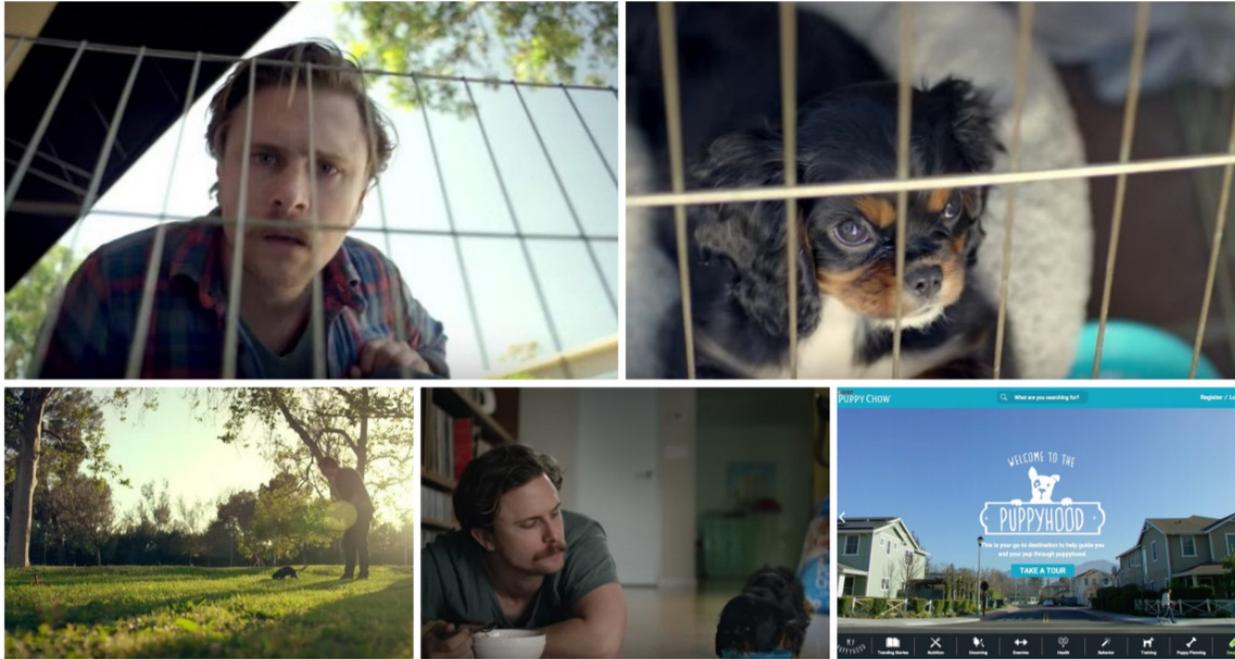
KLEENEX

Para este ejemplo de marketing, es posible que sólo necesite una caja de pañuelos. Con el título “Mejores amigos”, Kleenex cuenta la historia de un hombre que encuentra compañía en un perro que comparte sus mismos desafíos. Lo que hace que esta pieza de contenido verdaderamente notable es la falta de publicidad explícita para la propia marca. En cambio, Kleenex utiliza su plataforma y el reconocimiento de nombre simplemente para compartir una historia digna e inspirar al público.

WISTIA

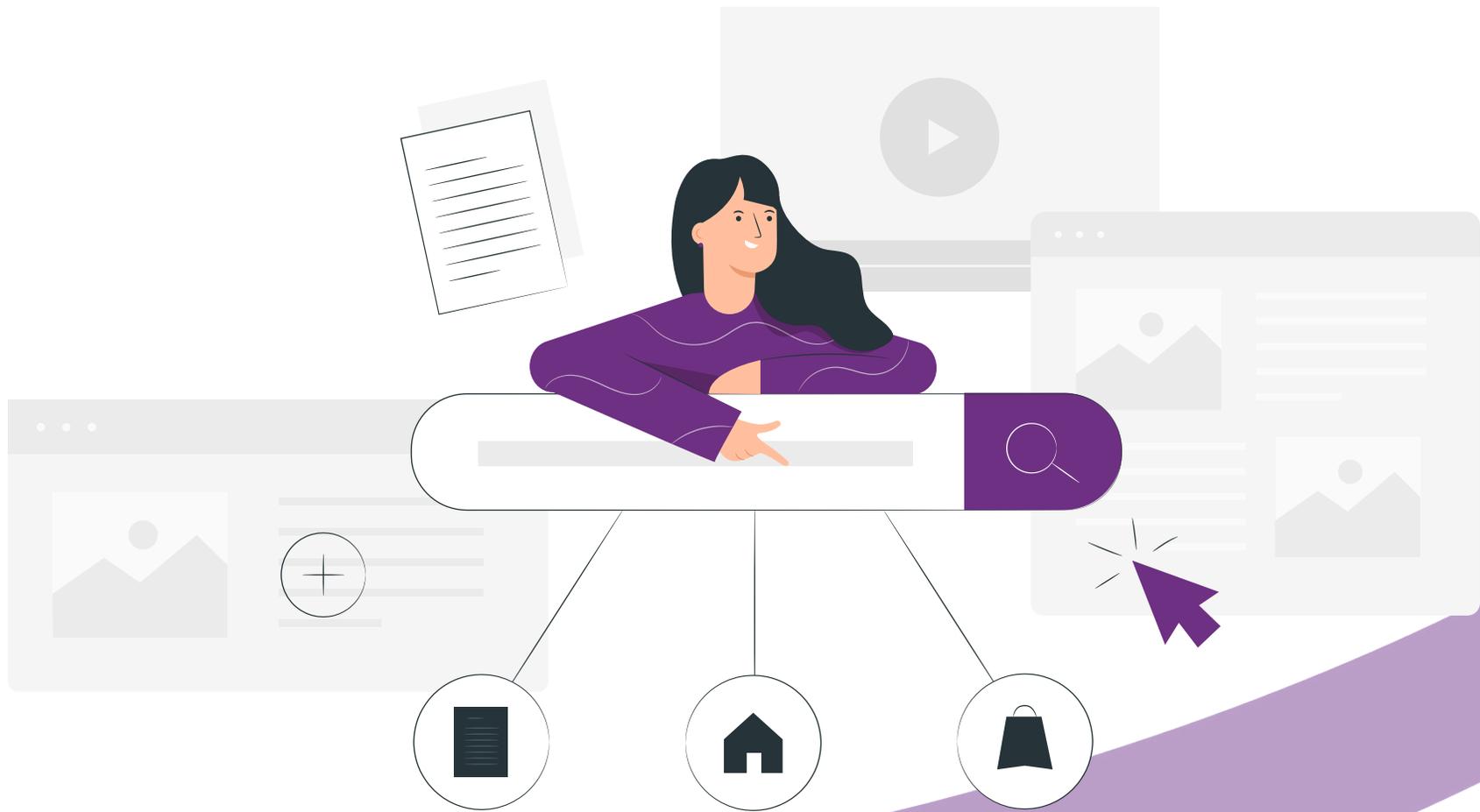


Usted esperaría que una plataforma de alojamiento de video para sobresalir en marketing de video. Sin embargo, no es simplemente la iluminación y la falta de cortes lo que hace de este un ejemplo de marketing envidiable. La biblioteca de videos de Wistia consta de tutoriales de autoservicio para ayudar a las empresas a crear marketing impresionante. Pero antes de pasar esto como otro conjunto de aburrido videos educativos, echa un vistazo. El contenido de Wistia es útil, cortés, honesto, y divertido de ver. Embalado con el humor, Wistia fija un ejemplo de escritura que las marcas deben aspirar a emular.



PURINA

Sabemos que no es una empresa B2B, pero debíamos compartirlo: En sociedad con Purina, BuzzFeed ha creado un adorable video que inmediatamente querrá compartir, pero ¿es un comercial? Este video comparte el primer día de unión entre un hombre y su nuevo cachorro. Mientras que la pieza incluye las colocaciones de productos de Purina, el video es muy parecido a un divertido sketch de BuzzFeed que probablemente querrá una secuela. Buenas noticias aquí. El video enlaza a un micrositio multimedia.



MICROSITE

NETFLIX

COCAINOMICS

“I would rather have a grave in Colombia than a jail cell in the U.S.”
- Pablo Escobar

Cartel member José Gonzalo Rodríguez Gacha built the cartel's military arm, hiring British and Israeli mercenaries to train his men, and uniting with right-wing death squads and paramilitary groups battling Colombia's leftist guerrillas.

Finally, the Medellín organization used vast amounts of money to bribe law enforcement and government officials. The bribes were the criminal equivalent of legitimate businesses hiring lobbyists and paying regulatory fines. Although it meant handing over "a very sizeable share of their income" in bribes, Heymann says, it was simply a line item on the cartel's profit and loss statement. Of course, the bribes came with a not-so-subtle threat of violence. Escobar's challenge, oft repeated,

PLATA O PLOMO
Escobar's challenge was simple: "Plata o plomo" ("Take my silver or take my lead").

SPONSOR GENERATED CONTENT - WHAT'S THIS
NETFLIX **WSJ** CUSTOM STUDIOS
ALL EPISODES NOW STREAMING

Netflix, no es considerado un B2B pero puede ser una gran fuente de inspiración con lo que logra: se ha asociado con los Estudios Personalizados de Wall Street Journal para crear un pedazo de publicidad nativa que cambia el juego. En Cocainomics, una combinación de impresionantes gráficos, reportes profesionales y funciones multimedia, cuentan la arenosa historia del negocio de la cocaína. Además de ser una pieza impresionante de periodismo, Cocainomics llegó justo a tiempo para promover “Narcos”, una serie original de Netflix.

DEATH

OF THE OFFICE?

HOW TECHNOLOGY IS SHAPING THE WORKPLACE OF THE FUTURE

Today, the cloud has become impossible to ignore. While we're always hearing about how technology is going to change everything, it now seems that innovative approaches to how we live, work and play are having a drastic impact on everyday life. What does the workplace look like in a world where physical location has become unimportant, and where people are able to connect seamlessly from almost anywhere on the planet?



INTUIT

En el ámbito del marketing B2B, una comprensión sólida de la visualización de datos puede ser un atributo make-it-or-break-it (hazlo o déjalo ir). En este infográfico, la división del Reino Unido de la compañía de software financiero Intuit explora la creciente tendencia de trabajar desde casa y cómo eso ha afectado la cultura laboral.



EMAIL

LITMUS

The screenshot shows the Litmus website's 'SHARE EMAILS AND INSPECT CODE' section. It features the Litmus logo at the top left and a sub-header 'SHARE EMAILS AND INSPECT CODE'. Below this, there is a paragraph: 'Ever wished for an easier way to share emails? Tried in vain to see how that responsive design works under the hood? Now you can.' A central graphic shows a 'Litmus Scope' icon (a stylized envelope) and a code editor window displaying HTML code. The code includes comments like '<!-- beginning of main table -->', '<body style="margin: 0; padding: 0;">', and '<table cellpadding="0" cellspacing="0" border="0" bgcolor="#142358">'. A 'Learn more -->' button is positioned below the code. At the bottom, three icons represent different views: 'Create a web-based version of any email—with desktop, mobile, and plain text views', 'Clean up and view the source code in a sleek HTML inspector', and 'Remove personal information, such as email addresses, usernames & account numbers'. A 'Get Scope for free -->' button is at the bottom, followed by a small note: 'See how we made this email responsive. Check out the [accepted version](#) of this email.'

The screenshot shows the Litmus website's 'Send With Confidence' section. It features a dark blue background with the text 'Send With Confidence' in white. Below this, it says 'Build, test, and monitor your emails with Litmus'. Two buttons are present: 'Try Litmus free -->' and 'Partner with Litmus'. The bottom section shows a dark blue background with a white text overlay: 'The how-to guide to responsive email design'. In the background, there are illustrations of a desktop monitor, a tablet, and a smartphone, all displaying email content.

Litmus, una plataforma de pruebas y análisis de correo electrónico, establece una barra alta para lo que las campañas de correos electrónicos pueden lograr. A diferencia del texto estático, cada correo electrónico utiliza GIFs llamativos y colores llamativos para que el lector se sienta como si estuvieran en un sitio web diseñado profesionalmente, no en su bandeja de entrada. Debido a los elementos visuales superiores, Litmus evita la trampa graymail e invita a suscriptores a explorar su contenido más lejos.



APRIL'S NO FOOL.

If your first name is April, your flight today is on us.*



*And sometimes not too often.



jetBlue

Here's to many more!

HEY, YOU! KNOW WHAT TODAY IS?
WAIT...DON'T TELL US YOU FORGOT.



We've been emailing for 365 days now. Huge, right?

We've made such great memories together – remember that time you opened our sale email and giggled at our travel puns? Or that time you scored a super-low fare to your favorite destination – all because we lovingly emailed you first? (We won't talk about that one time you deleted us. We know you didn't mean it.)

JETBLUE

Hay pocos correos de marcas que le hagan ruborizarse como JetBlue. Mientras que su diseño es limpio y simple, el contenido descarado golpea la personalidad de la línea aérea perfectamente. Cada correo electrónico tiene un propósito distinto para evitar que se atasque la bandeja de entrada del público. Mientras tanto, incluso el correo electrónico de suscripción es lo suficientemente ingenioso para hacerle reconsiderar su decisión de detener los correos electrónicos.

PARA SABER MÁS

KIT PLANTILLA DE MARKETING INDUSTRIAL

Comienza hoy a transformar tu empresa, y traza el plan para llevarla al siguiente nivel. Este kit te lleva de la mano en la creación del plan de marketing industrial para tu empresa

**DESCARGAR MI
PLANTILLA GRATIS**

PARA SABER MÁS

**[GUÍA] CÓMO MEJORAR LOS
RESULTADOS DE VENTAS B2
EN EMPRESAS INDUSTRIALES**

**EBOOK INBOUND MARKETING
PARA LA INDUSTRIA**