EXTERNALIZAR EL MARKETING DIGITAL en empresas industriales

maskcomunicacion.es

MASK®

Índice de contenidos

1 El marketing digital, inexcusable en la industria B2B.

2 ¿Qué actividades de marketing debo externalizar?

3 ¿Para qué tipo de empresas o situaciones está indicado?

4 ¿Qué funciones cumple una agencia de marketing B2B externa?

5 Ventajas del outsourcing de marketing digital.

6 ¿Cómo gestiona una agencia externa un plan de marketing digital?

7 ¿Cómo controlar la actividad de una agencia externa?

8 ¿Qué apoyo estratégico ofrece una agencia en outsourcing?

9 CONCLUSIÓN: La "chuleta" final para la empresa industrial B2B.

INTRODUCCIÓN

¿Dispones de un departamento de marketing en tu empresa B2B? Y si lo tienes, ¿las personas que integran el equipo son suficientes para alcanzar tus objetivos? O bien, ¿está tu equipo formado y actualizado en las nuevas **estrategias de marketing online** para competir con garantías en tu sector?

Contratar una **agencia de marketing digital B2B externa** se ha convertido en la opción elegida por muchas empresas industriales para conseguir la transformación digital de su marketing, lograr mejores resultados y gestionar más eficientemente los recursos disponibles. A continuación, explicamos las **ventajas de la externalización** y qué debe ofrecer una agencia al empresario y responsable de marketing para generar la necesaria, e imprescindible, confianza en sus servicios.

1

Una estrategia digital, inexcusable en la industria B2B.

(Analisis de
informe industria conectada 4.0)

No está de más recordarlo. El carácter fabril de muchas empresas B2B ha motivado una adopción tardía del marketing online dentro de sus estrategias. Hoy pocos discuten la **preponderancia del canal online sobre los canales tradicionales**, pero aún se oyen comentarios del tipo: *"mis clientes no me buscan en Google"*, *"no voy a conseguir clientes con un Blog"*, *"Tener un perfil en LinkedIn es una pérdida de tiempo"*, sin embargo, los estudios más recientes confirman que en el sector industrial muchas decisiones de compra las toman jóvenes ingenieros y técnicos que tienen una forma muy diferente de comprar, y sobretodo, se mueven en entornos digitales.

"El 89% de los compradores del sector industrial consultan un buscador para conseguir información que les ayude en su trabajo"

Las posibilidades de **captar el interés de nuevos prospectos, generar notoriedad alrededor de tus productos y posicionar tu marca utilizando los canales digitales** son múltiples y para ello hay que contar con expertos en la materia, como los que integran el equipo de una agencia de marketing digital externa.

Aumentar el **tráfico hacia la web o las redes sociales** de tu compañía es hoy un objetivo inexcusable. Las RRSS permiten al cliente actual y potencial comunicarse con tu empresa y entablar un diálogo sobre los servicios que ofreces. En dicho diálogo, centrarte en la ayuda que puedes prestarles marca el camino e influye poderosamente en la **estrategia de comunicación** de la compañía. Delegar este cometido a una agencia externa es, sin duda, una enorme ventaja para el departamento de marketing, que puede centrarse en la estrategia y no en la ejecución de ciertas tareas.

"El 60% de las decisiones de compra en el sector industrial se toman antes de ponerse en contacto con un comercial"

2

¿Qué actividades de marketing debo externalizar?

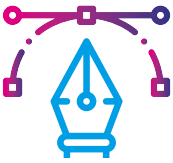
¿Cómo van a funcionar estas actividades dentro de mi departamento **marketing**? La respuesta a esta pregunta tiene fundamentos contrastados. ¿Por qué? Por dos motivos. Primero, los profesionales de una **agencia especializada en marketing digital** están acostumbrados a ofrecer sus servicios de manera externalizada, y el segundo, que lo hacen bajo un acuerdo de obtención de resultados medibles y pactados de antemano.

Más que hablar de funciones a externalizar la empresa debe conocer muy bien los objetivos que quiere, a los cuales la agencia deberá poner sobre la mesa el plan más idóneo para conseguirlos. Dentro de dicho plan una agencia dispone de los especialistas en cada función:

Destacamos por su trabajo clave al "Digital Marketing Manager que realiza la función de director de cuenta y principal interlocutor entre el cliente y el equipo de trabajo:

Redactores de contenido,

Consultores SEO

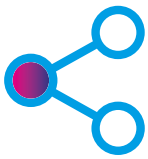


Diseñadores gráficos

Diseñadores web

Especialistas en SEM o publicidad en buscadores

Creativos en grabación y edición de vídeo



Expertos en redes sociales

Diseñadores de estrategias y planes de captación de leads y automatización de marketing

En función del plan diseñado estas funciones podrán ser recurrentes y deberán trabajarse intensivamente o bien serán puntuales y se planificarán en algún momento del calendario anual de acciones, como puede ser por ejemplo la grabación de un vídeo o la preparación de diseños gráficos para la participación en algún evento sectorial.

3

¿Para qué tipo de empresas o situaciones está indicado?

Las ventajas de la externalización de marketing son múltiples, pero antes de comentarlas sería necesario conocer **QUÉ TIPO DE EMPRESAS PUEDEN BENEFICIARSE** de los servicios de una agencia de marketing y comunicación digital:

- Principalmente, empresas que **no tienen la estructura necesaria** para desarrollar un departamento de marketing o una dirección de marketing propios, y que necesitan desarrollar de manera urgente su estrategia de marketing.
- Una empresa que necesite la ayuda especializada para **rediseñar su estrategia de marketing y comunicación digital**, empleando las mejores prácticas y metodologías de marketing digital, como el inbound marketing que facilita la captación y la fidelización de clientes, y por tanto la mejora de los resultados del negocio.
- Una empresa que haya **agotado todas sus ideas** intentando mantener los clientes actuales o tratando de captar otros nuevos, por la vía tradicional e incluso realizando algunas acciones de marketing digital de forma aislada, sin conseguir los objetivos marcados.

- Una compañía que **acaba de iniciar su actividad** y que necesite una agencia para crear su estrategia de marca, de posicionamiento y su plan de marketing.
- Una empresa que quiere llevar la **transformación digital a su marketing** y antes de plantearse montar un departamento digital, **prefiere desarrollarlo externamente y aprender del *Know-how*** que le ofrece la experiencia de la agencia. Que se encargará también de ir formando y contratando personal a la medida de sus necesidades en el medio y largo plazo.

En todos los casos, los **acuerdos** con la agencia de marketing externo suelen firmarse **por un tiempo determinado** (habitualmente 12 meses). Tras este periodo la empresa puede, o renovar la confianza en la Agencia o determinar que hay servicios que desea recuperar o realizar internamente o cerrar la relación.

4

¿Qué funciones cumple una agencia de marketing B2B externa?

Antes de decidir con qué agencia trabajar es necesario conocer los tipos de agencias existentes para saber cuál es la que mejor se adapta a los recursos y objetivos de tu empresa.

Si dispones de tu propia estrategia de marketing digital y necesitas implementar alguna acción específica de forma prioritaria e intensiva puedes contratar una agencia especializada:

- Agencias de publicidad en Google (SEM)
- Agencias de SEO
- Agencias de Redes Sociales
- Agencias de Contenidos de Marketing

En este caso necesitarás que la persona responsable de la contratación en tu empresa conozca bien el trabajo de estas agencias, sepa cómo realizar un seguimiento y una colaboración óptima con la misma.

Si por el contrario apuestas por disponer **de una estrategia global con un plan de marketing que incluya distintas acciones complementarias entre sí, es necesaria la contratación de una agencia de marketing B2B** que te gestione todas las colaboraciones y funciones específicas incluidas en tu Plan de Marketing. De esta manera contarás con un único interlocutor y un único responsable del plan a llevar a cabo.

TRES SERÁN LOS PILARES DE SU ACTIVIDAD:

Creación y desarrollo de planes y estrategias de marketing *adaptados a los objetivos comerciales y de comunicación de tu empresa.*

Lanzamiento y seguimiento de campañas de marketing orientadas a conseguir tus objetivos comerciales. *Una agencia B2B te ayudará a conseguir nuevas oportunidades de negocio por el canal digital de forma recurrente.*

Construcción de marca o branding *para mejorar la imagen de tus productos y de tu empresa para lograr un posicionamiento sólido en el mercado tanto a corto como largo plazo.*

5

Ventajas del outsourcing de marketing digital.

AHORRO DE RECURSOS

Hablamos de un considerable **ahorro de tiempo y dinero**. A menudo, un departamento de marketing in-house debe alternar sus tareas marketinianas con otras de distinta índole (comercial, administrativa, etc.). Además, cuando el departamento es interno, es frecuente una cierta laxitud en los plazos de presentación y ejecución de las campañas.

Y si nos atenemos al tamaño del departamento de marketing en una empresa industrial B2B, normalmente **no dispone de una plantilla suficiente** como para absorber todas las necesidades que el marketing actual precisa; en la mayoría de los casos, el responsable de marketing es una persona multifunción.

Por contra, disponer de un departamento externo traslada la **exigencia de resultados** y de conocimiento de las herramientas y nuevas metodologías de marketing a esta agencia externa, permitiendo a la plantilla interna un enfoque total hacia las áreas productivas de la compañía.

PROFESIONALIDAD Y ESPECIALIZACIÓN

Los profesionales de la agencia externa son **expertos en negocios B2B industriales y en diferentes disciplinas de marketing**. Este apoyo es imprescindible para conseguir los mejores resultados y **obtener la mayor rentabilidad (ROI) de las campañas de publicidad y marketing**. En las actividades B2B la necesidad de identificar perfectamente a tu cliente ideal e impactarle por diferentes medios hace que la agencia especializada realice **un marketing más eficaz, llegando incluso al marketing *one to one* gracias a técnicas de captación y seguimiento de nuevas oportunidades de negocio, centradas en el corto, medio y largo plazo**. Muchas relaciones entre empresas tardan en madurarse y en concretarse meses, por lo que la clave está en tener una comunicación muy cercana transmitiendo "*expertise*" y confianza en todo momento, hasta el momento de materializar la venta.

PRODUCTIVIDAD

El **outsourcing de marketing en empresas B2B industriales aumenta la productividad**. Fabricar, negociar con proveedores, vender, servir pedidos, evolucionar tecnológicamente y superar a la competencia han de ser los objetivos principales de tu empresa. De este modo, el responsable de marketing se centrará más controlar el cumplimiento de los objetivos y estrategia del negocio.

En algunas empresas se recicla a trabajadores para que pasen a marketing e intentar así paliar el déficit de personal cualificado que muchos departamentos de marketing tienen. Esta solución ni es práctica, ni ofrece los resultados esperados. Un **equipo externo especializado en marketing que está en constante formación continua y conoce los mejores recursos y herramientas** es la respuesta para el aumento de la productividad. Además, podrás negociar con la agencia la formación específica a personas de tu empresa, en algún área de marketing digital que necesitas de forma más recurrente e intensiva.

6

¿Cómo gestiona una agencia externa un plan de marketing digital?

Por lo general, una vez que se conoce la situación actual mediante una auditoría digital previa y los objetivos y los plazos fijados, comienza el trabajo. Se crea una **hoja de ruta, o roadmap**, en la que se analiza el plan y se divide en grupos de trabajo. Es decir, en todo momento hay un equipo u otro de la agencia trabajando para cumplir los plazos estipulados.

Digital marketing managers, planners, redactores de contenido, diseñadores gráficos, creación y edición de video, expertos en redes sociales, en CRM y automatización de marketing y profesionales externos especializados en otras disciplinas, unen sus fuerzas para lograr que el proyecto consiga los objetivos que se plantearon cuando se decidió ponerlo en marcha.

6 ¿Cómo gestiona una agencia externa un plan de marketing digital?

Durante el desarrollo de las diferentes acciones del plan, se emiten los informes puntuales de resultados correspondientes. Gracias a estos documentos, resulta más sencillo conseguir **analizar cuál ha sido el impacto** de cada una de las acciones y campañas, y cuáles son los resultados obtenidos.

La comunicación entre la agencia externa y la empresa es fundamental para establecer las bases de la colaboración y para la óptima implementación de las campañas de marketing y su seguimiento.

Una Agencia especializada y con experiencia configura un sistema donde toda acción de marketing estará alineada a la estrategia y al objetivo, planificada en su momento ideal y sus resultados serán medidos para estudiar la conveniencia de su continuidad o adaptación. De esta manera, **siempre se tiene el foco en la mejora continua y en la consecución de los objetivos.**

7

Cómo gestionar la actividad de una agencia externa?

Esta pregunta es una de las más repetidas por parte de empresas. Es decir, mientras que al departamento de marketing interno es posible **pedirle responsabilidades, informes** y todo tipo de información, esta misma tarea no parece tan sencilla cuando se trata de controlar la actividad de una agencia externa.

Pues bien, **externalizar el departamento de marketing** supone también poder **conocer la evolución de cada acción** con la periodicidad acordada entre empresa y agencia. La digitalización de las campañas de marketing a través de plataformas online permite, precisamente, conocer el avance del trabajo y sus resultados en tiempo real.

Para una óptima cooperación entre la empresa y la agencia es vital la creación de un Plan con su correspondiente calendario de acciones. **Una correcta planificación que anticipe con la suficiente antelación cada acción en su momento oportuno hará que se realice un trabajo más eficaz**, sin las urgencias y errores que suelen marcar los trabajos no planificados.

8

¿Qué apoyo estratégico ofrece una agencia en outsourcing?

La agencia se convierte en el principal ***partner* de la empresa B2B en sus objetivos de ventas y *branding***. El equipo de la agencia no solo trabaja en la promoción de los productos y servicios de la compañía, sino que construye marca con cada acción de marketing que pone en marcha. Convierte todas las acciones de marketing en una verdadera inversión.

Además, la agencia estudia en detalle el comportamiento de los clientes potenciales para adelantarse a sus necesidades y crear las campañas de marketing más eficientes.

En este sentido, el **inbound marketing o marketing de contenidos para empresas B2B** se erige hoy en puntal del resto de acciones, basando su eficiencia en la **atracción no intrusiva**.

La puesta en práctica del inbound marketing es fundamental para seguir atrayendo clientes, construyendo marca y, en definitiva, mejorar los resultados de ventas.

La suma de estos factores es lo que nos lleva a valorar a la agencia de marketing externa como un partner, un verdadero **socio comercial** junto el que poder avanzar diseñando **nuevas estrategias de negocio.**

9. CONCLUSIÓN

La "chuleta" final para la empresa industrial B2B

Externalizar o delegar algunas funciones de **marketing digital** es apostar por el futuro de la empresa desde hoy mismo.

No es una opción, sino una necesidad en muchos casos. **REDUCIR COSTES aumentando la PRODUCTIVIDAD** y centrar la actividad empresarial en alcanzar los objetivos comerciales, son las ventajas económicas de la externalización.

Pero, además, una agencia especializada en marketing B2B te ofrece una visión distinta y menos endogámica de tu organización, lo cual permite mejorar la imagen que quieres transmitir a tus clientes, adaptada a los nuevos tiempos. La **CREATIVIDAD, la IMAGEN y la COMUNICACION** serán así tres ingredientes esenciales que acompañarán a tus productos y servicios para hacerlos más atractivos.

Las actividades de **marketing en outsourcing** encauzarán todos tus esfuerzos a crear, diseñar nuevas estrategias, mejorar tu competitividad y lograr la mayor repercusión de cualquiera de tus acciones y campañas. De este modo, podrás comenzar una nueva etapa comercial más productiva, **ADAPTANDOTE Y CENTRANDO TUS ESFUERZOS EN TU CLIENTE IDEAL**, que también cambia y se adapta a las nuevas tecnologías y nuevos tiempos.

Una agencia de marketing digital B2B externa es una solución tan práctica como idónea para cualquier empresa. El futuro de tu andadura comercial será distinto y más estable con su apoyo. Contar con los servicios de dichos profesionales te facilita el poder **alcanzar tus metas y mejorar tu *branding***, o sea, tu marca comercial y cómo es percibida por tu mercado potencial.

¿Eres una empresa B2B y quieres transformar tu marketing digital para vender más?

EXTERNALIZA TAREAS DE MARKETING A TRAVÉS DE UNA AGENCIA ESPECIALIZADA.

Somos Mask Comunicación, una agencia especializada en generar ventas a través de estrategias de contenidos para empresas B2B. Esperamos que este contenido te haya resultado útil para aclarar dudas con respecto al Inbound Marketing y su uso en el sector industrial.

Si te apetece seguir conociéndonos puedes seguirnos en

Linkedin

suscribirte a nuestros contenidos

AQUÍ

maskcomunicacion.es