



¿Cómo puede ayudar el Growth Marketing a tu negocio?

El Growth Marketing, o Marketing de Crecimiento, es un método de marketing holístico que tiene como finalidad atraer nuevos clientes, involucrándolos de forma constante y después convertirlos en patrocinadores a largo plazo o incluso, en promotores del negocio.

Entre las características del Growth Marketing se pueden incluir:

- Hacer crecer el negocio constantemente para alcanzar objetivos comerciales.
- Hacer crecer el negocio más allá de métricas del embudo, lo que significa no solo obtener clicks o reacciones en redes sociales, sino también construir relaciones a largo plazo.
- Dirigir de forma continua nuevos clientes a la marca para aumentar los ingresos.
- Encontrar formas innovadoras de mantener a los clientes comprometidos.

Una [agencia de growth](#) puede ayudarte a impulsar estrategias o campañas para obtener los resultados que mejor se adapten a tu negocio, con el fin de establecer un objetivo que se puede alcanzar en poco tiempo y con el presupuesto establecido.

Existen agencias profesionales que pueden ayudarte en este proceso, como Product Hackers, que ofrecen servicios de growth y cuentan con una gran experiencia. Ofrecen Growth científico, sostenible y escalable a largo plazo, con objetivos contrastados, permitiendo así conseguir los mejores resultados para tu negocio.

«Impulsamos el crecimiento de tu negocio o producto digital, multiplicando los resultados en cada etapa de tu funnel (Adquisición, Activación, Retención, Revenue y Referral) en el menor tiempo posible, testeando y experimentando cada idea de Growth de manera independiente a tu equipo», dice el sitio web de Product Hackers.

Las técnicas de growth utilizan técnicas de persuasión tradicionales combinadas con digitales, con una base sólida: los datos el embudo de consumo de la marca, producto o servicio.



¿Cómo puede ayudar el Growth Marketing a tu negocio?

Por otro lado, se tiene el Growth Hacking, que es un elemento del Marketing de Crecimiento. Se caracteriza por la experimentación, es decir, el especialista tiene como tarea probar de forma constante las técnicas de persuasión que permitan obtener el mayor ROI posible en el menor tiempo.

Esto incluye los mensajes de la marca, pasando por diseño de activos digitales (sitio web, aplicaciones móviles, etc.) con un enfoque en ofrecer la mejor experiencia de usuario y estrategias publicitarias que permitan generar ingresos de calidad en el menor tiempo posible.

La meta es lograr encontrar las estrategias de growth más eficientes, para que los especialistas logren aplicarla dentro de la fase del embudo donde resulte más beneficiosa.

Es importante establecer un público objetivo. Aunque lo más tentador pareciera ser llegar a la mayor cantidad de personas posibles, la segmentación del público adecuado puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de la estrategia.

Una vez definido el público meta, seguirá definir qué es lo que se desea comunicar mediante la estrategia de Growth Marketing. Aquí se podrán elegir los formatos ideales para enviar los mensajes de la estrategia mercadológica.

Como te habrás dado cuenta, el campo del growth es demasiado amplio, y requiere de experiencia y conocimientos específicos para lograr campañas exitosas, por lo que siempre es recomendable dejar este tipo de proyectos en manos de agencias profesionales.

Si tienes alguna duda o comentario, déjalo aquí abajo o contacta a profesionales como Product Hackers.