gotoclient®

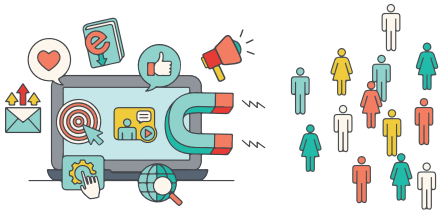
• CASE STUDIES •

# Gotoclient

## Inbound Marketing para captación de leads

### PROBLEMÁTICA

Con cierto agotamiento de los medios tradicionales de captación de leads (boca oreja, ferias, etc), era necesario encontrar una fuente recurrente de generación de leads.



### OBJETIVOS

- Generación de leads.
- Aumento de tráfico web orgánico.



### PLAN

Creación de un programa de Inbound Marketing, que incluyó la generación de activos de contenidos mapeados con el proceso de compra de los perfiles de clientes arquetipo de la agencia (Buyer Personas).
Incorporación de Account-Based Marketing (ABM) en una segunda fase.



### RESULTADOS

- Multiplicación por 4 del tráfico orgánico, en 6 meses.
- Obtención de 60 leads mensuales, de los cuales 30 provienen de tráfico orgánico.

