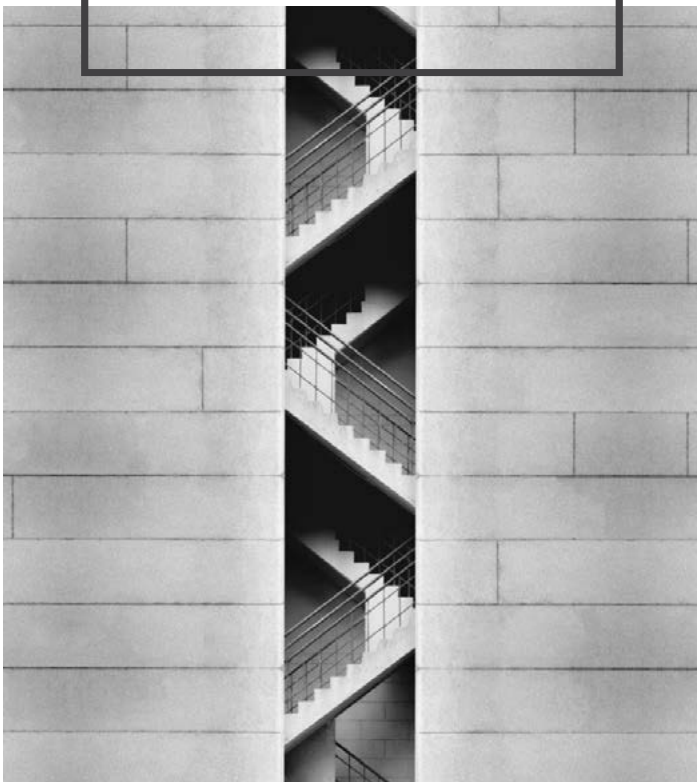


GROWTH HACKING

APRENDE DE LOS GRANDES



Crecimiento exponencial como objetivo primordial



El Growth Hacker, término acuñado en Silicon Valley hace algunos años, está en la punta de la pirámide de los expertos de marketing digital.

Sus estrategias disruptivas, originales y sumamente creativas, buscan generar un crecimiento rápido de usuarios, ingresos o impactos para una empresa, todo ello con el mínimo gasto y esfuerzo posibles.

El Growth Hacker es una figura que combina conocimientos de tecnología, de marketing digital, de diseño y de psicología de cliente, y que está obsesionado con un concepto en particular: el crecimiento exponencial.





Empresario Empoderado con mentalidad Growth Hacker

Nuestra metodología se basa, entre tantas otras cosas, en convertirte en un empresario **Empoderado**, con una mentalidad mucho más hábil y audaz, la mentalidad de **Growth Hacker**

RADIOGRAFÍA DE UN GROWTH HACKER

(o Hacker de Crecimiento)

- 1 ES ANALÍTICO
- 2 CONOCE DE ESTRATEGIAS DE MARKETING
- 3 ESTÁ INFORMADO SOBRE LAS TENDENCIAS
- 4 ES CREATIVO EN LA BÚSQUEDA DE MEDIOS Y DE SOLUCIONES
- 5 ES ÁGIL EN LA TOMA DE DECISIONES
- 6 PRUEBA Y MIDE RESULTADOS CONSTANTEMENTE





McDonalds

Existe el error de pensar que el growth hacking es algo muy nuevo y vinculado al mundo online, pero el caso de McDonalds nos demuestra que lleva mucho más tiempo entre nosotros de lo que pensamos. En el año 1959, la industria automovilística de EE.UU. estaba en pleno desarrollo y la construcción de carreteras, también. Así que la marca decidió ubicar un McDonalds, con sus característicos arcos dorados que le hacen identificable a distancia, en cada salida de las autopistas interestatales.

De esta manera, la marca estaría presente en el día a día de millones de personas, en todo el mapa de Estados Unidos. Para las personas que hacían viajes por carretera, resultaba muy fácil parar en uno de estos McDonalds y comer directamente en el coche (con su famosa opción de "drive-thru"). Una manera sencilla pero tremendamente efectiva de incrementar su base de clientes. La clave del éxito de esta acción de growth hacking está en anticiparse a la evolución de mercado con una opción que combina posicionamiento de tiendas y marketing. McDonalds tuvo en cuenta el crecimiento de la compra de coches, el incremento de los desplazamientos y el nivel de vida de la sociedad americana para copar un nicho de mercado y adelantarse a la competencia.

Facebook

Si hablamos de crecimiento exponencial, tenemos que hablar de Facebook. Esta red social nació en 2004 con un puñado de usuarios de una universidad americana y en 2012 se convertía en la primera del mundo en alcanzar los mil millones de personas conectadas.

La estrategia de growth hacking de Facebook estaba muy vinculada a la experiencia de usuario y notificaciones. Lo que hacía era intentar captar a los contactos de Gmail o Hotmail y ver si estaban en Facebook para utilizarlos como contacto recomendado. También te animaba a enviar invitaciones directamente, generando así un "efecto viral" en el que cada usuario es parte de la estrategia de crecimiento. Por otra parte, las notificaciones estaban muy presentes en las primeras versiones de la red. Básicamente, te enviaba notificaciones de cualquier actividad realizada por tus contactos, para conseguir que volvieras a entrar y desarrollaras una relación con la aplicación.

Detrás de toda esta estrategia hay un nombre propio: Alex Shultz, que entró en el departamento de crecimiento de Facebook en 2007.

Su uso casi religioso del análisis de datos para crecer a toda costa fue todo un éxito y varias empresas de todo el mundo copiaron la metodología. Sin duda, todo un referente en lo que a growth hacking se refiere.





Uber

Uber es otro ejemplo muy bueno de growth hacking y crecimiento exponencial. Nació en 2009 y en 2015 ya contaba con 150.000 conductores activos al mes. Desde 2014 su crecimiento ha sido explosivo: cuantos más usuarios tiene, más crece.

La estrategia de Uber se basa en dos pilares: el marketing por viajes (ofrecer viajes gratis como estrategia de captación) y el patrocinio de eventos.

Uber ofrece viajes gratis a los usuarios que se registran en su aplicación por primera vez, pero para completar este registro, tienen que dejar su tarjeta de crédito. De esta manera, logra superar de manera efectiva la barrera inicial.

Uber ha sabido aprovechar los momentos clave en los que hay una alta necesidad de transporte para multiplicar sus descargas. Un ejemplo paradigmático fue la huelga de taxis en México, donde ofrecieron viajes gratis a los usuarios y difundieron la acción con el hashtag #UberNoPara. De esta manera, lograron incrementar el volumen de descargas en un 800%.

* Fuente consultada: David Tomas



ESTRATEGIAS GROWTH HACKING

Hay muchas estrategias que forman parte importante de toda planificación de Growth Hacking.



1 ESTRATEGIAS FREEMIUM

Freemium es un modelo de negocio que proviene de la unión de las palabras en inglés Free (gratis) y Premium (prima). Una parte básica del servicio o producto se ofrece gratuitamente, mientras que los clientes que desean el servicio avanzado o premium deben pagar. Algunos ejemplos son: Spotify, Dropbox, LinkedIn.



2 ESTRATEGIAS DE GAMIFICACIÓN

La técnica de la gamificación en marketing toma mecánicas y recursos de los juegos y las aplica a contextos no lúdicos, como una página web o app de empresa. Busca motivar la participación, el compromiso y la lealtad de los usuarios por medio de técnicas que antes eran exclusivas del mundo de los juegos: recompensas, puntuación y competición con otros usuarios.

El propósito de la gamificación es mantener a los usuarios interesados y ayudarlos a lograr sus objetivos mientras se divierten.

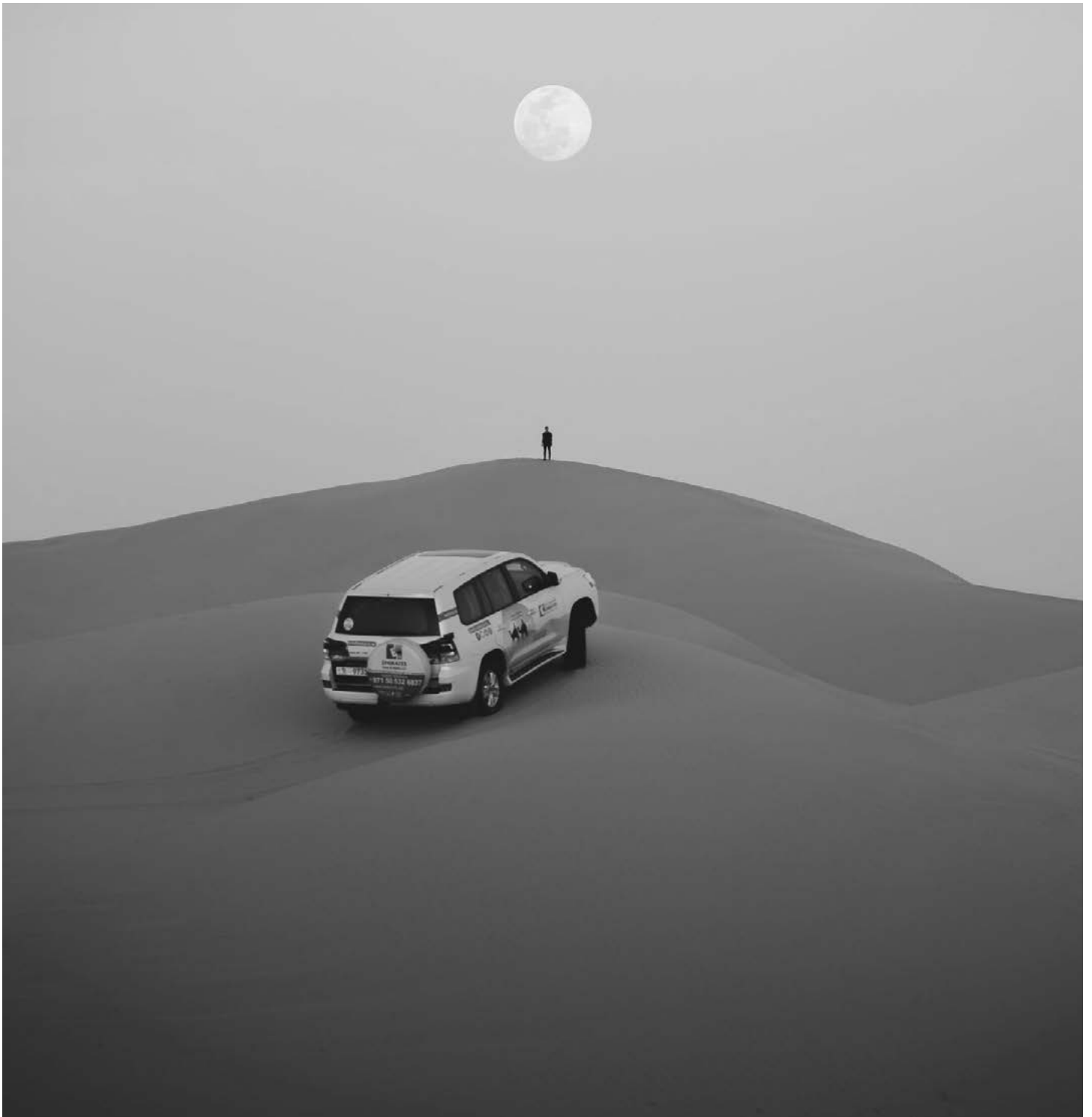


3 ESTRATEGIAS "MEMBER GET MEMBER"

Esta es otra gran técnica de Growth Hacking que se basa en un sistema de referencia, algo así como un "boca a boca" digital donde los clientes son quienes recomiendan tu marca o servicio a sus amigos y conocidos. Por lo general, estas recomendaciones llevarán asociada una recompensa, normalmente en forma de descuento o regalo.

Booking, Paypal o Airbnb, suelen trabajar interesantes campañas en este sentido.

Dentro de las cápsulas de nuestro "Programa Acelera" vemos en detalle otras valiosas técnicas de Growth Hacking como así también ejemplos detallados de grandes empresas que las utilizan para crecer exponencialmente.



Conviértete en un empresario con mentalidad Growth Hacker

- 1.** Si quieres convertirte en un Empresario Empoderado para dominar el motor de crecimiento de tu empresa.
- 2.** Si buscas conseguir mejores resultados.
- 3.** Si te sientes abrumado con tanta información.
- 4.** Si necesitas claridad.
- 5.** Si necesitas ver qué es lo que no está funcionando para convertirlo en algo que funcione.
- 6.** Si tienes intención de crecer en los canales online.
- 7.** Si necesitas tomar el control de tu negocio.
- 8.** Si sientes que no puedes hacerlo solo y necesitas el apoyo y guía de todo nuestro equipo.



Necesitas una estrategia y una metodología





**No necesitas resultados
a futuro, necesitas
resultados ahora**

¿Quieres conocer más acerca de nuestro Programa Acelera?

Descubre una metodología personalizada paso a paso y 100% práctica para hacer crecer tu negocio a través del marketing digital.

Quiero saber más sobre el Programa Acelera

www.sincrolabdigital.com

Rambla de Catalunya 73, 2º 08007 Barcelona

