

IDEA3

10

**PREGUNTAS CLAVES QUE TIENES
QUE HACERLE A UNA
AGENCIA DE MARKETING**

(Lo que callamos las agencias)



www.idea3.cl

EBOOK

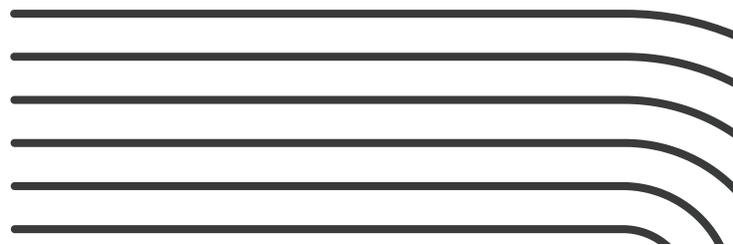
CONTENIDO

3 INTRODUCCIÓN

4 ¿QUÉ DEBES TENER CLARO
SI ERES CLIENTE?

5 ANTES DE TOMAR
LA DECISIÓN FINAL

8 CONCLUSIÓN



INTRODUCCIÓN

¿Te encuentras comenzando un negocio y estás en busca de asesoramiento en lo que a marketing digital se refiere? o quizás...

Trabajas en una empresa que necesita un vuelco estratégico para potenciar su presencia en el mercado online.

En cualquiera de los casos, lo más probable es que te la pases buscando en Google cuál es la mejor, revises sus páginas web, trabajos, proyectos, campañas y que incluso le preguntes a colegas “Qué agencia te recomiendan”.

Sin duda, escoger la agencia correcta es el trabajo previo más difícil para que luego no se presenten inconvenientes en el día a día. Además, este proceso será fundamental para que se consigan los objetivos planteados desde un comienzo.

Por lo general, muchas empresas contratan una agencia de marketing para que se encargue de realizar y de implementar toda la estrategia comunicacional, como por ejemplo:



REDES SOCIALES

Conversaciones con la comunidad, creando un mensaje y lineamiento gráfico correcto.

SEM

A través de la realización de campañas, tanto en redes sociales como en Google Ads.

SEO

El posicionamiento orgánico es muy importante. Aquí la agencia trabajará en el sitio web-corporativo-ecommerce, y en muchos casos su blog, generando contenido de calidad para transformarse en referente en su rubro. Lo que se busca es conseguir tráfico de manera natural (orgánica) a través de búsquedas en Google y otros buscadores.

EMAIL MARKETING

Es ideal para impulsar campañas de productos o servicios, compartir contenido, entre otros.

¿QUÉ DEBES TENER CLARO SI ERES CLIENTE?

ANTES DE DESCRIBIR LOS PUNTOS O PREGUNTAS QUE TIENES QUE HACER A TU FUTURA AGENCIA, TIENES QUE TENER MUY CLAROS ALGUNOS TEMAS SOBRE TI.



- ¿Sabes qué necesitas exactamente de una agencia de marketing?
- ¿Qué objetivos tienes como marca/cliente? Así podrás transmitirlo de forma simple y entendible a los especialistas que
- trabajarán contigo.
- ¿Cuál es el dinero con el que cuentas? ¿Tienes un presupuesto mensual, semestral o anual destinado a Marketing Digital?
- ¿Hay en tu empresa un CMO o encargado de marketing? En caso que no, ¿quién es el responsable?
- ¿Ya trabajaste anteriormente con otras agencias? Si lo hiciste, tendrás conocimiento de la metodología de
- trabajo.
- ¿Aplicas actualmente una metodología de inbound marketing para conseguir leads y clientes?
- ¿Buscas posicionamiento o quieres aumentar tus ventas? (Son cosas completamente distintas)

ANTES DE TOMAR LA DECISIÓN FINAL, ten presente conocer y consultar con la agencia algunos aspectos:



1 ¿CUALES SON LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA AGENCIA?

Hay muchas agencias que trabajan en el mundo digital pero no necesariamente ofrecen todos los servicios. Por ejemplo, algunas se focalizan en el marketing de contenidos, otras en SEO y otras realizando campañas pagadas. Sin embargo, hay otras que ofrecen un servicio integral 360 que puede ir enfocado a lo que necesitas realmente. Antes de hacer un primer contacto, revisa su sitio web donde seguramente veas cuáles son los servicios que ofrecen. Si tienes dudas o preguntas, lo ideal es contactarse a través de un formulario o por correo electrónico, agendar una reunión y así alinear expectativas y conocer mejor lo que el otro - en este caso la agencia - tiene para decir.

2 ¿EN QUÉ CONSISTE SU METODOLOGÍA DE TRABAJO?

Lograr entenderse y llevar una comunicación fluida es clave. Recuerda que en todo momento tendrás contacto con personas de la agencia y es ideal que en el día a día puedan estar alineados. Por ejemplo, si se hace una planificación semanal de post para tus redes sociales, lo mejor es que tú, como cliente, entregues tu feedback en los plazos establecidos y apruebes lo que se va a publicar para no generar confusiones. Idealmente se busca que la agencia tenga una persona encargada de tener el contacto contigo para ordenar mejor el flujo de trabajo. Lo mismo sucede a la inversa. Por lo general el ejecutivo de cuentas o jefe de proyectos de la agencia tendrá reuniones y solicitará aprobaciones a una persona de tu empresa/marca.

3 ¿CON QUÉ MARCAS HA TRABAJADO LA AGENCIA A CONTRATAR?

A veces el trabajo y los resultados hablan más que las palabras. En la mayoría de los casos, podrás ver en el sitio web de la agencia de marketing cuales son sus casos de éxito y con qué marcas han trabajado. De esta forma sabrás realmente cómo se maneja en diferentes temas como desarrollo de sitio web, publicidad en medios o generación de contenidos, como ejemplo.

4 ¿QUIÉNES SON LAS PERSONAS DETRÁS DE LA AGENCIA DE MARKETING?

Transparentar quiénes trabajan es una manera de generar confianza en la otra parte. Aunque quizás la primera reunión con una agencia sea solo con el área comercial, es importante que, al menos al comenzar a trabajar juntos, puedas conocer al equipo y saber más del community manager, diseñador gráfico o desarrollador encargado de la parte digital de tu marca.

5 ¿QUÉ TECNOLOGÍA USAN PARA SU TRABAJO DE MARKETING?

Actualmente existen muchas herramientas, software y plataformas útiles para hacer un mejor trabajo y de más calidad. Así, se puede medir mejor cada acción realizada, lo que nos permitirá revisar reportes de métricas más desarrollados, realizar seguimientos y tomar decisiones en base a números y no solo palabras. Algunos ejemplos de CRM pueden ser Hubspot o Salesforce, que son ideales para la automatización. En cuanto a mailing hay plataformas como MailChimp que sirven para el envío de correos masivos y campañas puntuales.

6 ¿CÓMO MANEJA LA AGENCIA SU PROPIA COMUNICACIÓN?

Si la agencia de marketing maneja bien su propia marca a nivel online y offline, es un punto. Puedes revisar su página web, redes sociales y otros canales digitales con que cuenten. Las buenas agencias cuidan su marca personal como si fuese un cliente más. Cómo les habla a su público objetivo es su carta de presentación. Analiza cada punto para asegurarte que lo que hacen es de calidad. Por ejemplo, si estás suscrito al newsletter de la agencia y te llenan de correos, es probable que usen esa misma estrategia contigo, es una mala señal. En cambio si trabajan una estrategia detallada y con un objetivo claro, también lo harán con tu marca.

7 ¿CUENTAN CON CERTIFICACIONES O SON PARTNER VIGENTES?

Es cierto que existen muchas, pero dentro de las más importantes están las de Google, Meta y Hubspot. Ello es sinónimo de confianza y de transparencia. Además, las agencias que son partner de Google o Meta, por ejemplo, cuentan con soporte del equipo de éstas para resolver posibles problemas o dudas que se presenten.

8 ¿CADA CUÁNTO RECIBIRÁS UN REPORTE DE ESTADÍSTICAS SOBRE TU MARCA?

Las métricas son claves para entender y ver si el camino en que se está avanzando es el correcto. Hay agencias que entregan resultados cada mes, lo que es lo más conveniente. Para ello tienen que haber definido juntos ciertos KPI's y objetivos a lograr. Además, una vez que se lleve un tiempo trabajando juntos, se entregue un comparativo con la evolución del mes 2 respecto al mes 1. Es una manera de analizar el crecimiento.

9 ¿YA TRABAJARON ANTERIORMENTE CON OTRA EMPRESA DE TU RUBRO?

Las agencias de marketing trabajan con marcas de distintos sectores tanto en su país como fuera. Supongamos que eres encargado de marketing de una inmobiliaria, si la agencia ya trabajó con una anteriormente, tendrán mucho conocimiento al respecto. Es más, puedes revisar el contenido que generaron, cómo en su sitio web y de qué manera comunicaban en redes sociales. De esa manera podrás ver como lo hicieron con alguien de tu mismo rubro o mercado.

10 ¿LA AGENCIA ES CONOCIDA POR OTROS PROFESIONALES DE TU RUBRO?

En el mundo digital todos se conocen. Aprovecha y consulta con personas que estén metidas en el marketing online y pide referencias a empresas de tu rubro (que ya trabajaran con la agencia). Los comentarios y buena reputación es clave y hará que te decidas por cuál debe trabajar contigo. Si varias personas te dicen que no lograron los resultados que esperaban o que su experiencia no fue la mejor, quizás debas buscar por otro lado. Así como los buenos comentarios favorecen, la mala prensa hará que no los contrates.



CON CLU SIÓN

Ahora ya conoces algunos de los temas que debes tocar al momento de definir con qué agencia quedarte. Lo más importante es que no te quedes con dudas y hagas todas las preguntas que creas necesario.

Recuerda que serán las personas encargadas de conseguir nuevos clientes, llevar tráfico a tu sitio web y trabajar tu marca a nivel digital.

Es un trabajo en equipo donde ambas partes deben sentirse cómodas, investiga y anímate a darle a tu empresa la transformación que necesita!.

IDEA3



www.idea3.cl