



Estratègia digital
Claus per aconseguir
més leads en el sector
químic B2B





De què parlarem?

Màrqueting digital
internacional

Leads B2B vs.
B2C

Tips per
aconseguir més
leads

Què és un
lead?

El buyer persona i
el buyer journey

Màrqueting digital internacional

Entrada i consolidació a nous mercats per canals digitals.

Prioritzem mercats.

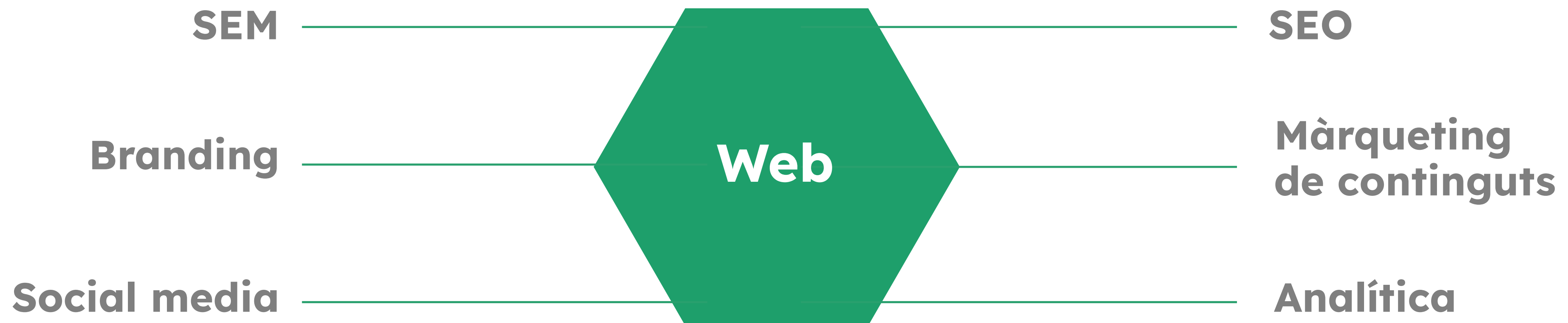
Dimensió de l'equip d'export, comercial, màrqueting...

Coneixement del mercat: necessitat existent, diferències culturals, competència, logística, normativa...

No hem d'assumir que tots els mercats funcionen com el nostre, ni que el nostre coneixement i experiència ens serviran per a tot.

Màrqueting digital internacional

Visió global de l'estratègia



Màrqueting digital internacional

Els dos principals objectius



Posicionament de marca



Captació de leads

Què és un lead?

És una **persona** _____
potencialment interessada en
el teu producte o servei.

Sí: el buyer persona. _____

No: un perfil sociodemogràfic. _____

Leads B2B vs. B2C

Cicle de decisió (compra o contractació) més llarg.

Necessiten més informació quantitativa i qualitativa.

Varia en funció del país: mercat, cultura local, cultura de l'empresa...

Sovint hi ha més d'una persona implicada en la decisió de compra.

Arguments i valoracions més racionals que emocionals.

Cal conèixer el nostre client i el seu client final.



Buyer Persona

DADES

Nom: Kari Johansen

Edat: 35 anys.

Educació: Grau en Administració d'Empreses.

Viu a: Bergen, Noruega

Feina: és la responsable de compres a una empresa d'aliments processats a Noruega. Treballa des de fa 10 anys a la indústria alimentària.

OBJECTIUS I REPTES

- Assegurar que la seva empresa tingui un subministrament constant i fiable de sal d'alta qualitat a preus competitius.
- Assegurar que els productes processats de la seva empresa compleixin els estàndards de qualitat i sostenibilitat requerits pels clients i les regulacions.
- Trobar formes de reduir costos i augmentar l'eficiència operativa de la seva empresa.
- Identificar oportunitats de creixement i expansió per a l'empresa.

BARRERES

- Pressupost limitat: buscar proveïdors que ofereixin una bona relació qualitat-preu.
- **Resistència al canvi: Pot haver-hi resistència interna a canviar proveïdors l'empresa, de manera que ella ha de justificar qualsevol canvi amb arguments sòlids.**
- **Barreres regulatòries: L'empresa ha de complir amb les regulacions de seguretat alimentària i sostenibilitat.**

FONTS D'INFORMACIÓ

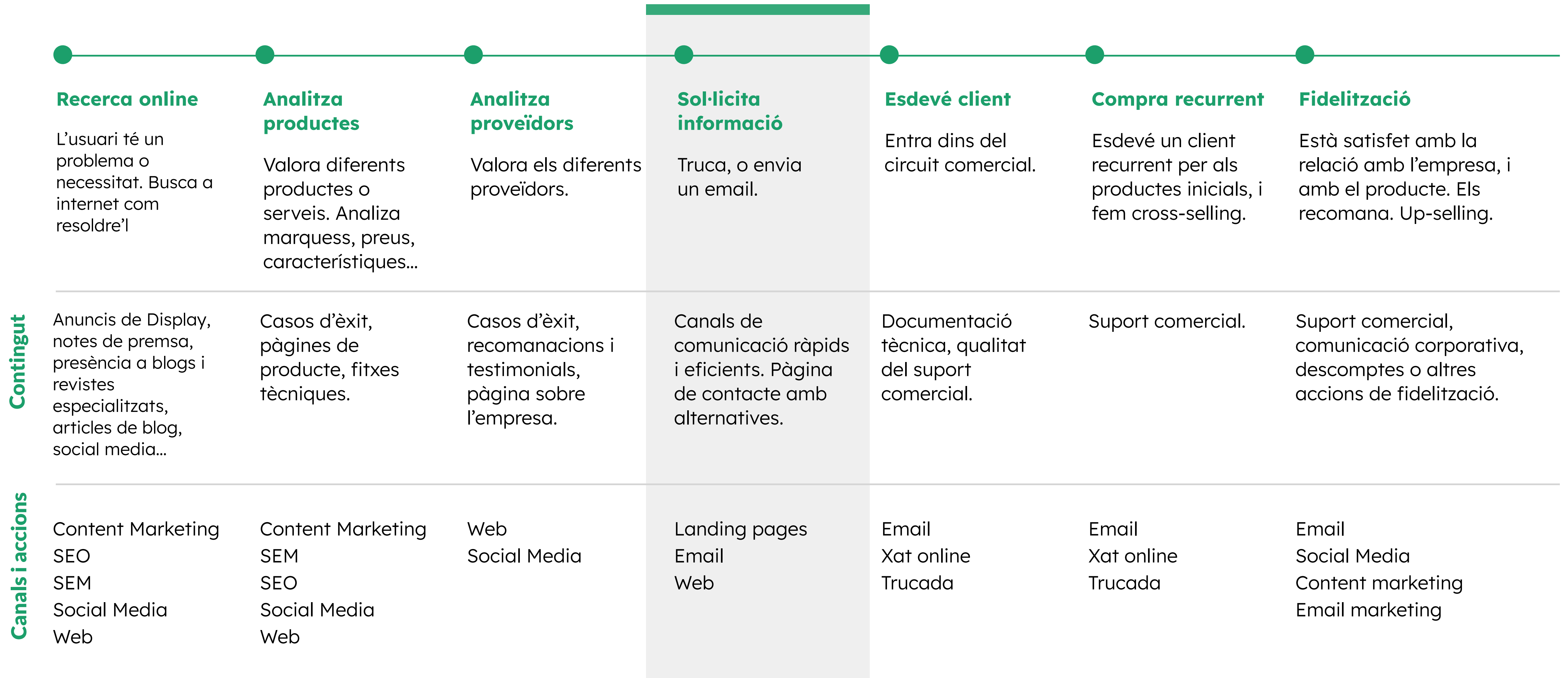
- Publicacions especialitzades.
- Xarxes professionals.
- Fires i esdeveniments.
- Xarxes socials i llocs web.

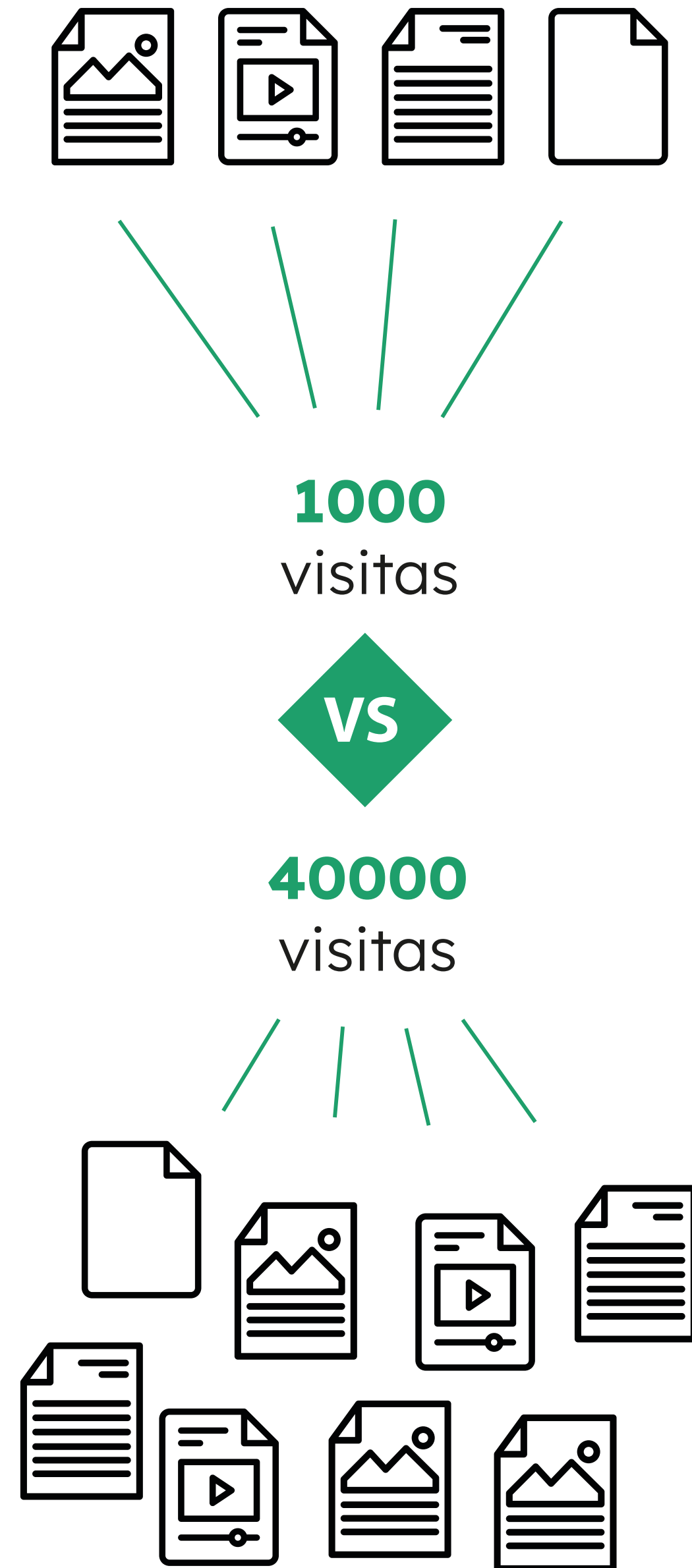
EMAIL

REUNIÓ

TELÈFON

Buyer journey





Tips per aconseguir més leads B2B

Genera i difon contingut



Articles de blog.



Notícies corporatives.



Fitxes tècniques, ebooks, whitepapers...



Webinars



Posts de social media: vídeos, infografies...

Tips per aconseguir més leads B2B

Campanyes de SEM



Volum de cerques baix a B2B, però molt qualificades.



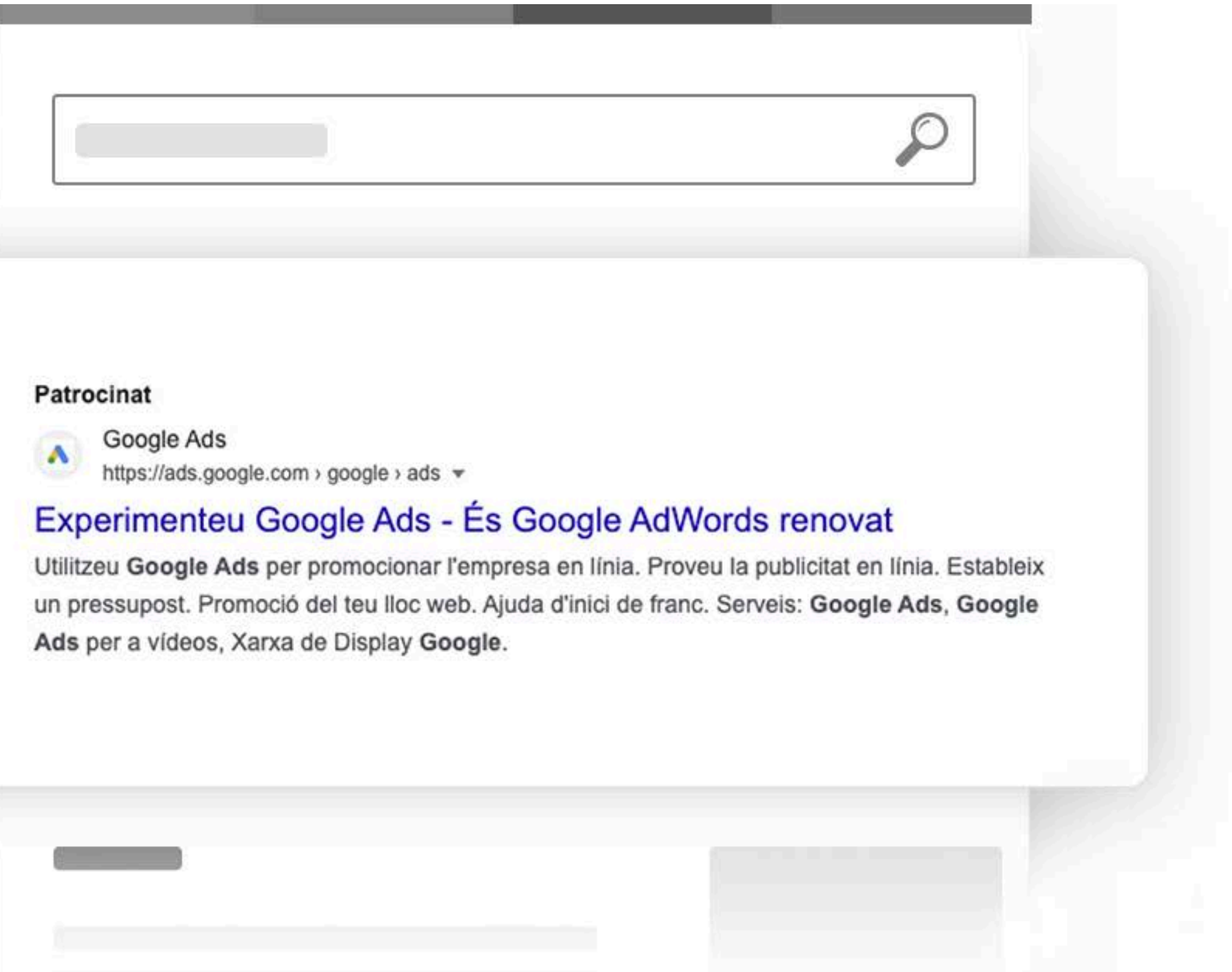
Google Ads: Display, cerca, locals...



Essencial per al branding.



Social ads: LinkedIn.



Tips per aconseguir més leads B2B

Presència a marketplaces



Marketplaces específics per a B2B.

Cal una inversió en publicitat i posicionament per aconseguir resultats.

Els principals motivadors de la compra en un marketplace són la conveniència (confiança, seguretat, comoditat), l'oferta i el preu.

 Lubricants1.com

 Colorants1.com

 Adhesives1.com

 Chemicals1.com



Tips per aconseguir més leads B2B

Optimitza les pàgines transaccionals del teu web (landing pages)



Paraules clau



Contingut clar i rellevant



Una sola acció principal: contactar, descarregar un arxiu...



Beneficis



Informació suficient



Cuida el formulari!

Aproximadament el

50%

de leads d'un sistema
no estan preparats
per comprar.

Tips per aconseguir més leads B2B

No estan preparats? No
perdis leads...



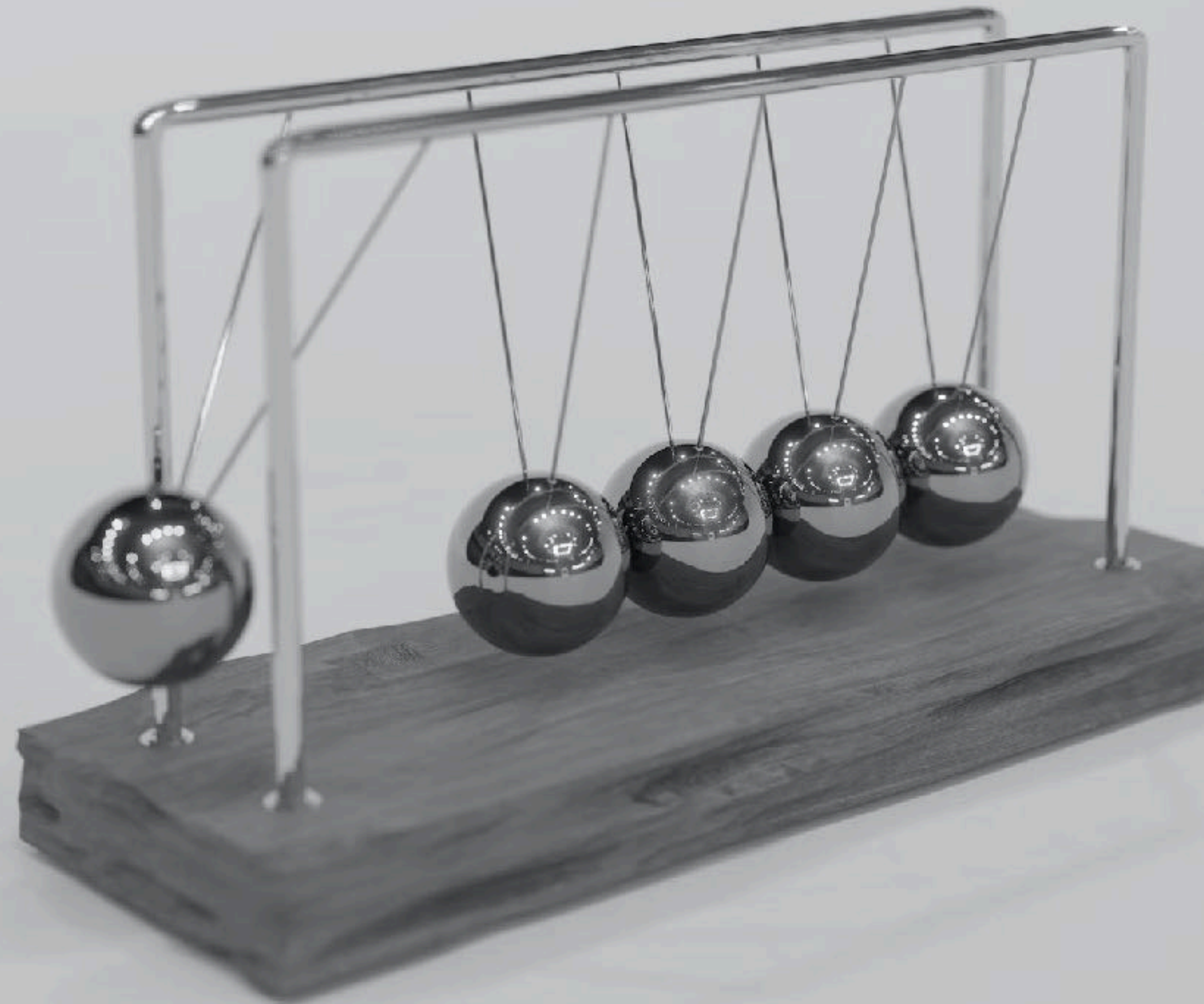
Email marketing:
conecta de manera
directa i personalitzada.



Automatització: crea
un flux d'emails
automàtic.

Tips per aconseguir més leads B2B

Prova, mesura i continua provant. No existeix la fórmula perfecta.



**Et
podem
ajudar.**

Què ens impedeix aconseguir
més leads?

Falta de coneixement: del client, del
mercat, de la competència, de quina
part del procés de decisió “falla”...

Falta de temps

Falta de recursos

hola@limbic.cat