



Desarrollo Comercial a Agencias Oficiales de DAFAS

Módulo IV
Estrategias de captación de nuevos clientes

Disertante: **Paulo Romero**
Consultoría y Gestión de Calidad



Estrategias de captación de clientes

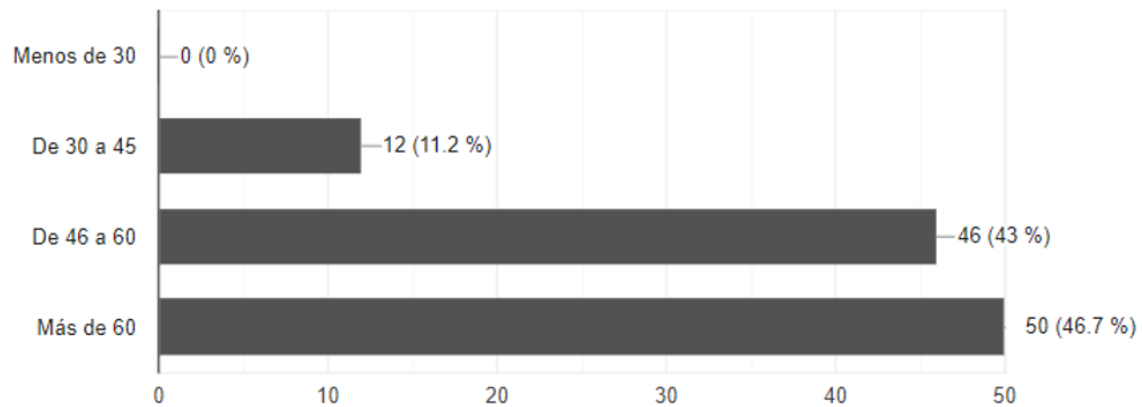
- Definir tu público objetivo.
- Marketing de contenidos
- Publicidad
- Presencia en redes sociales **(Instagram)**
- Alianzas estrategicas
- Eventos Locales
- Marketing boca a boca

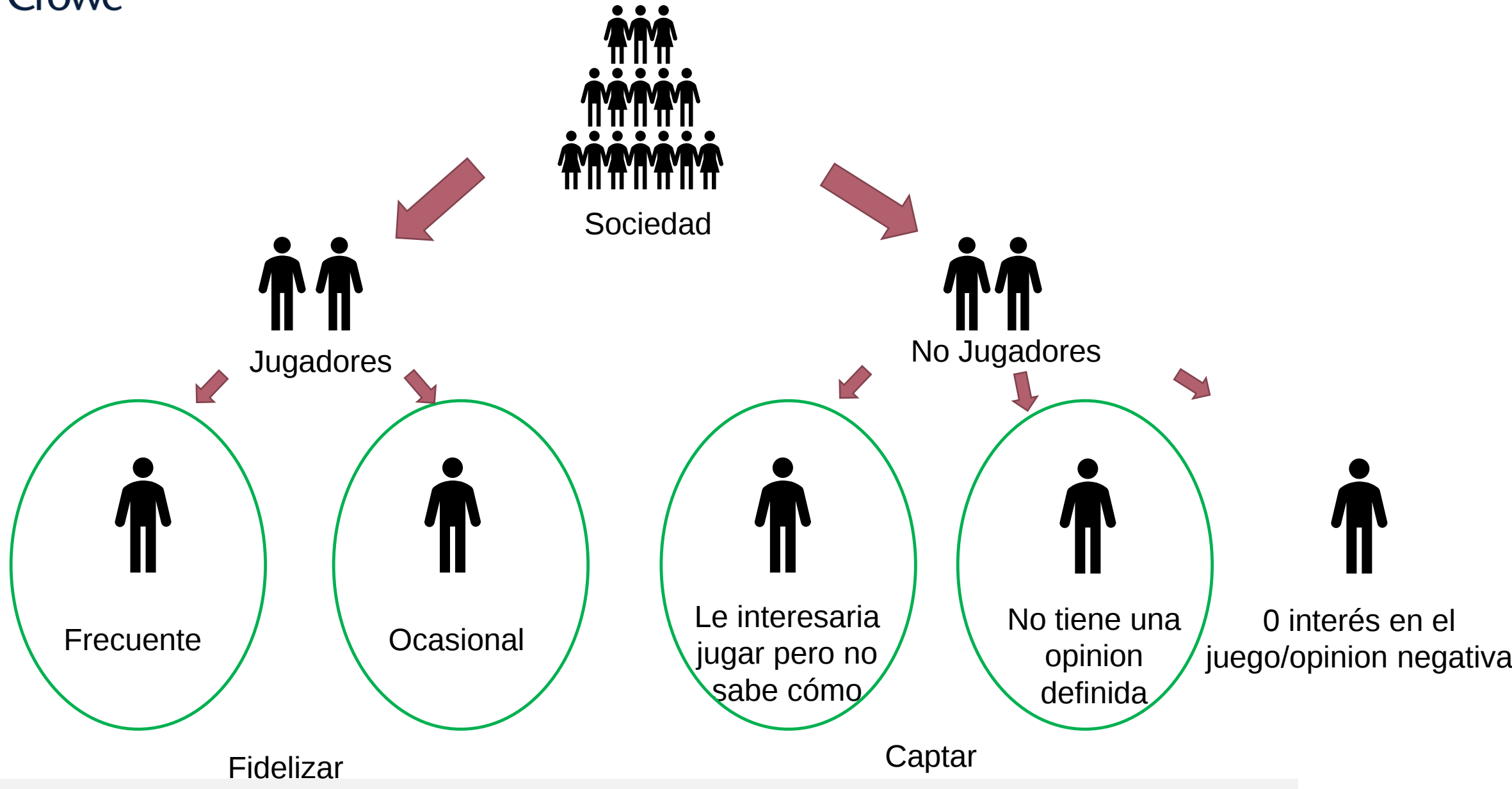


Definir tu público objetivo

- ☐ Definir el segmento a hacer foco.
- ☐ Elaborar contenido dirigido
- ☐ Uso de recursos de manera efectiva

Distribución etaria





Marketing de contenidos

Qué es?

- ❑ es una estrategia enfocada en la creación y distribución de contenidos relevantes, pueden ser físicos o digitales.
- ❑ Este enfoque establece experiencia, promueve el conocimiento de marca y mantiene tu negocio como primera opción cuando es el momento de comprar lo que vendes.

Ejemplos:

- ✓ Crear **infografías** que resuman información importante sobre los sorteos de quiniela de manera visual y fácil de entender.
- ✓ Desarrolla **guías detalladas** y **tutoriales** paso a paso que ayuden a los jugadores a comprender mejor cómo jugar y cómo calcular sus probabilidades de ganar.
- ✓ Compartir historias de gente que ha ganado premios significativos.



Publicidad

Medios de comunicacion masivos

- Television
- Radio
- Medios graficos



Difusion masiva
Unidireccional
No hay feedback



Medios digitales

- Redes sociales
- Paginas web
- Diarios digitales



Difusion segmentada
Multidireccional
Feedback permanente



Presencia en redes sociales (Instagram)

CREAR UNA CUENTA PROFESIONAL/EMPRESA !!

1. Ve a tu perfil y toca  en la esquina superior derecha.
2. Toca **Configuración**
3. **Preferencias**
4. **Cambiar a cuenta profesional.**
5. Escoge la categoría que mejor describa tu empresa y selecciona **Empresa**.
6. Listo! Ya tienes una cuenta empresarial de Instagram.

Beneficios:

- Estadísticas sobre tus seguidores
- Rendimiento de la cuenta
- Geolocalización
- Rendimiento de tus publicaciones
- Creación de promociones

Como optimizar tu cuenta ?

1er parte

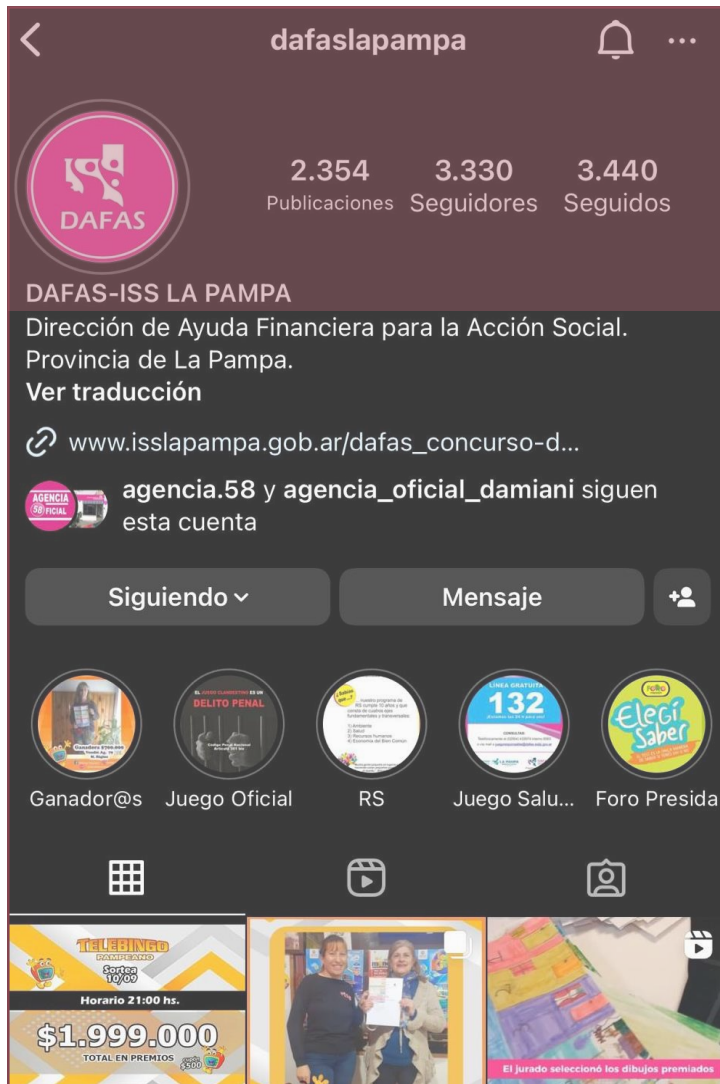
Foto:

- Alta calidad de imagen
- Logo
- No debe tener mucho texto

Nombre:

- Quién sos?
- Qué haces?

Ejemplo: "Agencia n° 6| quiniela |DAFAS"



Como optimizar tu cuenta ?

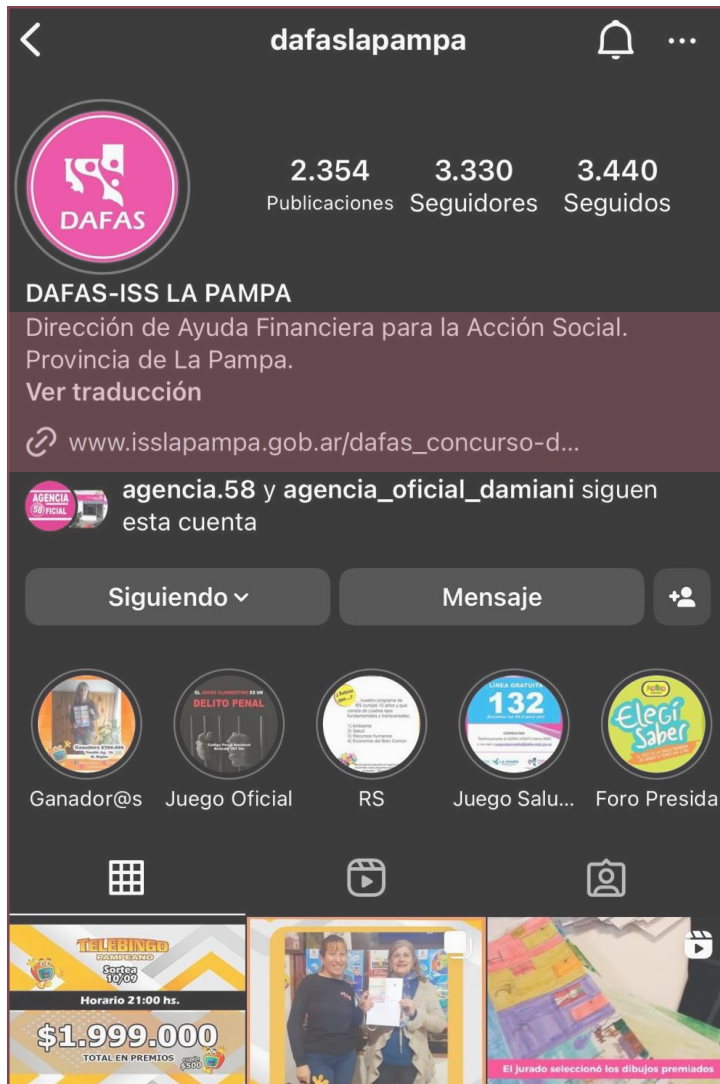
2da parte

Biografia:

- Qué es lo que haces? (detallado)
- Qué van a recibir de nosotros?
- Donde pueden encontrarte? (web o link de geolocalización)

Ejemplo: “Venta oficial de quiniela , juegos de casino y apuestas deportivas!

Visitanos en calle 7 N° 1046, general pico,
La Pampa. www.agencianumero6.com.ar ”



Como optimizar tu cuenta ?

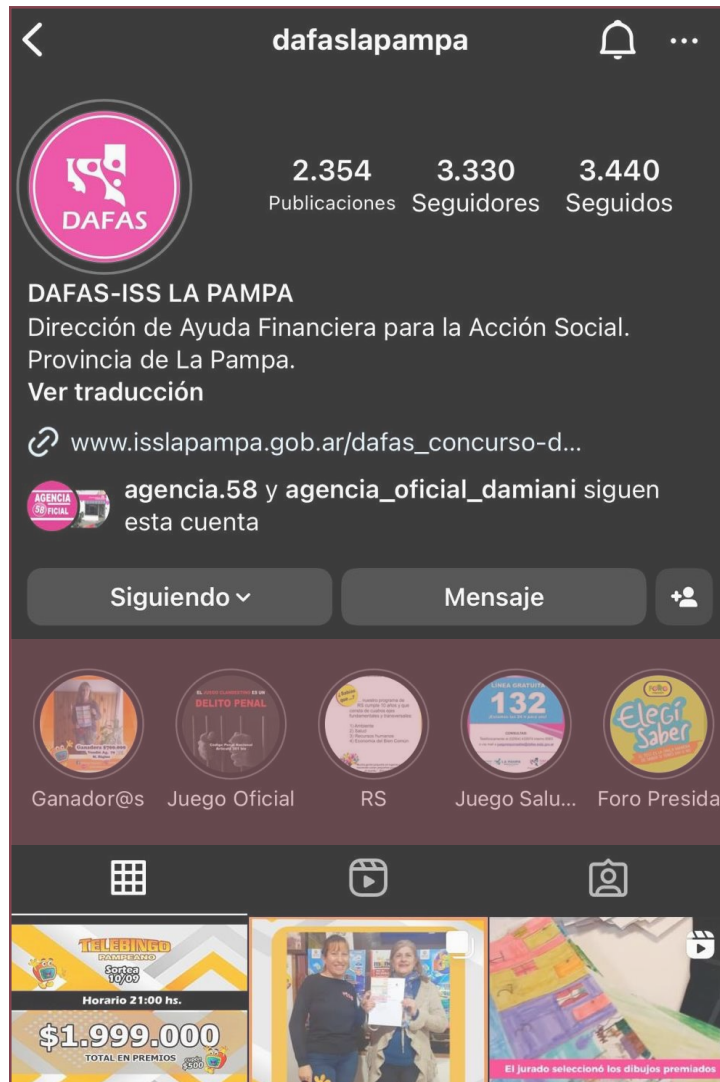
3era parte

Historias destacadas:

- Son historias que permanecen en el feed por mas de 24 horas
- Se crean a partir de historias anteriores
- Seguidores pueden acceder cuando lo deseen.

Qué subimos en historias destacadas?

- Gran oportunidad para presentar tu Agencia.
- Comunicar los diferentes productos disponibles
- Mostrar cómo jugar. (instructivo)
- Comunicar novedades
- Casos de éxito.
- Mantener el foco dentro de las 5 primeras.



Como optimizar tu cuenta ?

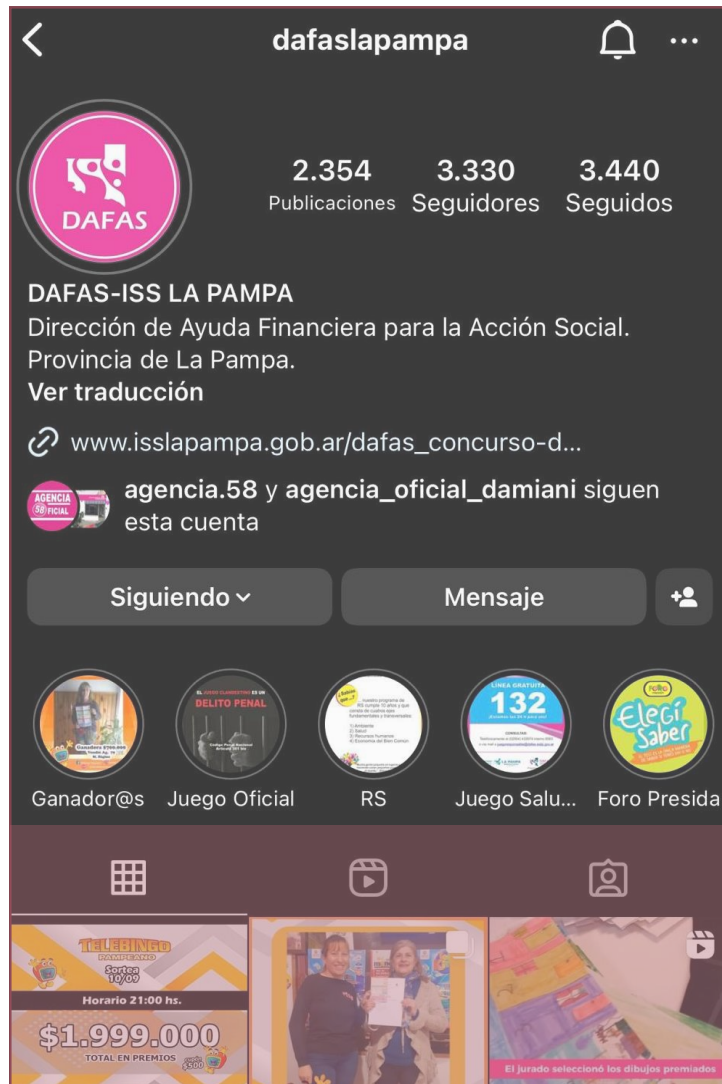
4ta parte

Feed:

- Es la cuadrícula que organiza en orden cronológico el contenido que vamos generando en la red social. Seguidores pueden acceder cuando lo deseen.
- Elementos primordiales de la red social para captar nuevos seguidores.
- Sección estratégica para generar una buena primera impresión.

Tips a tener en cuenta

- Fotos cuadradas
- Videos (hasta 60 min o 3.6 GB de peso)
- Utilizar de portada un fotograma del video.



De qué manera puedo subir el contenido?

Historia: son fotos y videos en formato vertical que desaparecen después de 24 horas.

Reel: son videos verticales que pueden durar hasta 90 segundos. Contienen muchas herramientas de edición.

Carrusel: es un formato de publicación donde se pueden compartir hasta 10 imágenes al mismo tiempo. Permite agregar texto, emojis, ubicación, hashtags y etiquetas.

Transmisión en vivo: es una función que permite transmitir un video en tiempo real para tus seguidores de Instagram. Los videos en vivo aparecen junto a las Historias.

Uso de Hashtags: puede ser una palabra o una frase compuesta de letras, números, y/o emojis, que se escriben juntos (sin espacios) y comienzan con #, al hacer clic en un hashtag, podrás navegar por las publicaciones que han sido etiquetadas con éste.

RECOMENDACION

Canal de youtube:  YouTube^{AR}
Cyberclick • Marketing Digital



Cyberclick • Marketing Digital ✓
280 K suscriptores

Pagina web



<https://business.instagram.com/>

Diferencias entre historias y reels?

ATRIBUTO	HISTORIA	REEL
Duración	15 segundos	Hasta 30 segundos
Formato	Video/Imagenes	Solo videos
Texto descriptivo	No permitido	Permitido
Vida útil	24 hs	Permanecen almacenados
Edición	Funciones básicas	Funciones adicionales

Cuando utilizarlos?

Reel:

- Aumentar el reconocimiento de una marca por parte de los consumidores.
- Crecimiento de seguidores

PUBLICACIÓN HISTORIA REEL VIVO

Historia:

- Afianzar el vínculo con tus seguidores.
- Contenido promocional (mas efectivo)

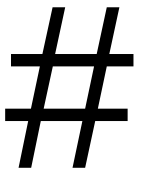
PUBLICACIÓN HISTORIA REEL VIVO

Carrusel:

- Llamar la atención de tus seguidores con una serie de imágenes con contenido valioso para ellos.
- Cuenta una historia, cada imagen es parte de una trama.

Hashtag: son ideales para descubrir contenido y cuentas nuevas a seguir.

- Cuando querramos atraer seguidores locales a sus publicaciones usaremos hashtags específicos de localización #generalpico
- Cuando querramos atraer seguidores con intereses similares a lo que nosotros ofrecemos, utilizaremos hashtags específicos #apuestasonline



Transmisión en vivo, Instagram Live

Cuando podemos utilizarlo?

- Entrevistas.
- Charla informal entre miembros de la agencia y el público
- **Tutoriales** (explicar el modo de jugar)
- Mostrar la agencia, nuevos productos, etc.

Beneficios

Aumento de la visibilidad de la marca:

- Cuando una transmisión en vivo está ocurriendo, Instagram destaca el evento, dejándolo en primer lugar en la barra superior de la aplicación
- permiten comentarios e interacciones por parte de la audiencia, el compromiso de la audiencia con este tipo de contenidos realmente alcanza niveles más altos.

Generación de prospectos acelerada:

- Además de aparecer al inicio de la lista de Historias, Instagram también notifica a tus seguidores cuando comienzas una transmisión en vivo. :



Algoritmo de instagram

Qué es?

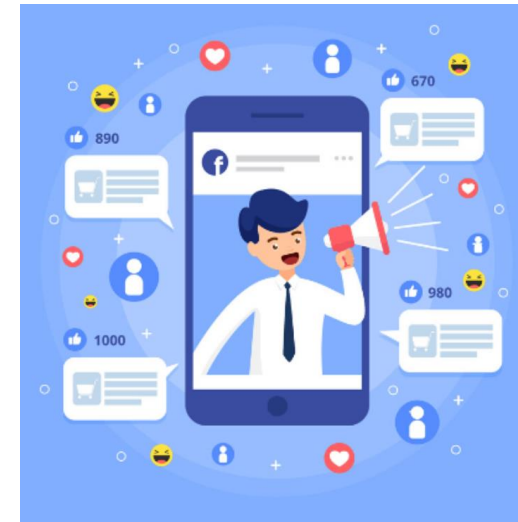
- es un conjunto de reglas que clasifican el contenido en la plataforma.
- Decide qué contenido aparece, y en qué orden, en toda la aplicación

Qué debemos hacer para activarlo?

- Crear contenido relevante para nuestra audiencia
- Conocer los tiempos de mayor trafico de su audiencia. (estadísticas instagram professional)
- Utilizar hashtags adecuados (especificos y ubicacion)
- Publicar carruseles en tu feed.
- Publicar reels
- Interactuar con tu publico (encuestas, preguntas , mensajes, etc).
- Ser constante

Community manager (o gestor de redes sociales)

- Es el responsable de gestionar la actividad de una persona o empresa en las redes sociales.



- Es intermediario entre el público y las marcas para fomentar la interacción, ofrece contenidos de valor a los usuarios y potencia el alcance de la organización.

Alianzas Estratégicas

Puestos fijos pueden lograr:

- Cobertura de mayor territorio
- Desarrollar oportunidades de venta

Agencias deben:

- Capacitar al personal con los distintos productos.
- Programa de beneficios.

Se les ocurre otro tipo de aliado estrategico?

Alianzas con influencers??



Eventos Locales

Participar de manera activa para ganar visibilidad:

- ☐ Deportivos
- ☐ Sociales
- ☐ Comerciales



Marketing de boca a boca

Vinculado directamente a Experiencia de compra

Son las diferentes percepciones que el cliente recibe mientras atraviesa por el proceso de compra.



- Interacción con el personal del negocio(cordialidad, confianza).
- Observación y percepción del ambiente (estado general, infraestructura, orden , limpieza, etc).
- Disponibilidad y presentación de los productos.
- Dinámica de una tienda (tiempos de espera, tiempo que se destina a cada cliente).





!!! MUCHAS GRACIAS !!!

Contacto:

Email: paulo.romero@crowe.com.ar,

fernando.suarez@crowe.com.ar

Tel (solo whatsapp): 2302-484730

