

MARKETING SIMPLE

Donald Miller con J.J. Peterson

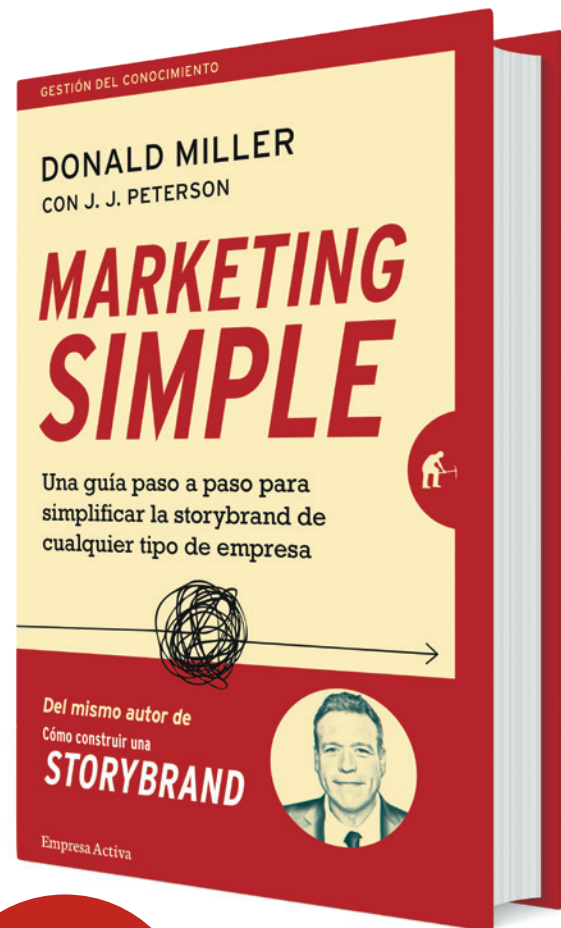
Tras el éxito de *Cómo construir una storybrand*, Donald Miller junto a J.J. Peterson, presentan una guía práctica y fácil para desarrollar una estrategia de marketing digital de forma simple y efectiva.

El marketing debería ser fácil y debería funcionar. La mayoría de los planes de marketing no fallan en la intención o la filosofía de la comunicación, fallan en la ejecución. La gente simplemente no logra hacerlo.

El mejor y más sencillo plan de marketing, tanto para una pequeña empresa como para una gran compañía, comienza con un embudo de ventas (sales funnel). El embudo de ventas es una forma de captar y convertir clientes potenciales y es el cimiento básico de un buen plan de marketing digital. No importa lo que se venda; si se utilizan palabras para vender los productos, el embudo de ventas funcionará. Este libro nos enseñará a crear uno. Para ello, cada capítulo ofrece consejos y estrategias para crearlo correctamente. Una vez creado, la campaña publicitaria lo respaldará.

A lo largo de sus páginas el lector encontrará múltiples consejos y ejemplos que le permitirán desarrollar su propia estrategia digital para vender a través de Internet y desarrollar una base de clientes efectiva.

Además., en MarketingMadeSimple.com se puede descargar una plantilla gratuita en papel con dos ejemplos de esquemas cumplimentados, que, junto con el libro, nos ayudarán a comprender y afianzar los conceptos.



Colección:
Gestión del conocimiento

P.V.P.: 16€
224 páginas

Lanzamiento:
febrero de 2021

Donald Miller

Es fundador del *Mentoring Project* que ha ayudado a más de 3000 empresas a clarificar sus mensajes para ayudar a crecer su negocio. Es el CEO de *Storybrand* y ha escrito varios libros que han estado en la lista de los más vendidos del *Wall Street Journal*, incluido *Cómo construir una Storybrand*. Es considerado uno de los conferenciantes más entretenidos e informativos del mundo. Vive en Nashville, Tennessee.

J.J. Peterson

Es director de formación y facilitación en *Storybrand*. Tiene un doctorado en comunicación y asesora a todo tipo de organizaciones en sus campañas de marketing y relaciones públicas.

“ Hemos estado trabajando con un cliente en una segunda ronda de promoción, y me han pedido que la pospusiéramos porque no dan abasto con la cantidad de clientes que han conseguido con la primera. Han tenido más interesados este año que en los treinta años previos. ”

Amy Burgess, Consultora de marketing