

Las 5 formas de utilizar las colaboraciones de marketing

08 Jun 2024 · 6 min de lectura

Las colaboraciones son una de las formas más efectivas de impulsar las actividades de marketing. Aquí las 5 formas de utilizar las colaboraciones de marketing.

Estas son las 5 colaboraciones que son una de las formas más efectivas de impulsar sus actividades de marketing desde otro espectro visto por expertos que buscan un [SMART](#) efectivo. La mayoría de las empresas y startups lo saben e invierten importantes recursos en actividades de colaboración. Cuando escuchan por primera vez sobre colaboraciones, muchas personas piensan inmediatamente en campañas de marketing de influencers . Piensan en celebridades que comparten productos en Instagram y atletas que respaldan marcas deportivas. Aunque el marketing de influencers es una forma líder de colaboración, existen más formas de colaboración que pueden disparar tus actividades de marketing. En este artículo, analizaremos cinco formas de utilizar la colaboración de forma eficaz:

1. Seminarios web coorganizados

Muchas empresas organizan seminarios web . El problema es que la mayoría de las empresas no saben cómo hacerlo correctamente. Por lo general, comienzan con algunos puntos de conversación generales de la industria y luego saltan a decir lo excelente que es su empresa y por qué debería utilizar sus productos. Lo que deberían hacer es centrarse completamente en el consumidor, brindar el mayor valor posible y asegurarse de brindar información útil a la audiencia de su seminario web .

Para impulsar eso, puede realizar un seminario web coorganizado, lo que significa que puede hacer que otra persona de la industria organice el seminario web con su equipo de liderazgo; puede ser un cliente, un prospecto o un asesor líder en su industria. La idea aquí es que, al ser coanfitriones del seminario web, podrá llegar a una audiencia más amplia y la distribución del seminario web será más significativa. El seminario web en sí también será más próspero, ya que habrá más ángulos, puntos de vista y conocimientos para compartir, y esto generará una mayor satisfacción de la audiencia, así como confianza y autoridad en la marca.

2. Construyendo un movimiento

Una forma eficaz de generar conciencia sobre algo es iniciar un movimiento y, al agregar socios a ese movimiento, puedes expandirlo y llegar a más personas. Esto crea un fuerte impulso y aumenta los niveles de conocimiento de la marca . Un ejemplo de ello es lo que ha hecho la plataforma de creación y optimización de demos de ventas Walnut con su movimiento #weareprospects, que tenía como objetivo optimizar la experiencia de compra B2B de forma efectiva.

Piense en algo que su industria necesita y encuentre una manera de crear un movimiento efectivo que contribuya a sus clientes, prospectos y marca.

3. Boletines

Plataformas como Substack han revolucionado la industria de las publicaciones. Poder enviar artículos del boletín directamente, por correo electrónico, a sus suscriptores ha abierto las puertas a muchos escritores que desean escribir libremente sin necesidad de aprobación editorial. Substack también se ha convertido en una gran herramienta para evitar los algoritmos de las redes sociales al compartir su contenido directamente con sus seguidores. Muchas empresas han patrocinado boletines informativos para llegar a una audiencia muy específica. Los escritores también han podido

beneficiarse económicamente de la contribución de una marca y de la audiencia de la marca una vez que comparten el artículo en las redes sociales.

4. Colaboración entre marcas y medios

Esta es probablemente una de las formas de colaboración más conocidas que existen. Las marcas están promocionando activamente contenido en publicaciones de medios, canales de televisión, programas de radio, etc. Esto son relaciones públicas, y las relaciones públicas son una excelente herramienta para las marcas y los medios. ¿Porqué es eso? Porque las marcas pueden aprovechar la autoridad y la audiencia de la publicación, mientras que los editores y reporteros están expuestos a historias e ideas de artículos que pueden contribuir a su trabajo. Hoy en día, hay muchos más agentes de relaciones públicas que periodistas; esto significa que los periodistas lo piensan dos veces antes de decidirse a escribir una historia específica y, como reciben muchas propuestas, tienen que ser muy selectivos. Es fundamental comprender esto y poder construir una narrativa adecuada para su marca .

5. Eventos compartidos

Anteriormente en este artículo, hablamos sobre cómo se puede organizar un seminario web coorganizado. Bueno, también puedes hacer algo similar en un espacio físico. Puede ser en forma de una reunión de la industria , una conferencia o una feria. La idea aquí es asociarse con otras empresas de su industria para brindar una gran experiencia a su audiencia. Los eventos compartidos también se amplifican mucho en las redes sociales.

Supongamos que tiene 1000 personas que asisten a su evento compartido y el 20% de ellas comparte algo en sus canales de redes sociales . Esto podría llevar a que millones de seguidores queden expuestos al evento. Esta es una gran herramienta de marketing. Mi consejo adicional aquí es asegurarse realmente de incorporar el aspecto digital de esto. Las redes sociales realmente pueden amplificar tu impacto con esto.

Hay muchas formas de utilizar colaboraciones en sus actividades de marketing. Debe recordar que las colaboraciones le ayudan a lograr un impacto más significativo al aprovechar una red, una audiencia y una experiencia más amplias. Las colaboraciones deben estructurarse y ejecutarse adecuadamente para que todas las partes involucradas estén contentas con el resultado. Esto es muy importante y aumentará la probabilidad de que otras personas y empresas quieran colaborar con usted.

Te dejo algo sobre [marketing](#) para que puedas fortalecer tu [carrera](#) y mejorar tu rol.