



**MARKETING**

Growth is not a strategy, it is a result.

Google  
Partner

# Qué es Growth Hacking y cómo implementarlo en tu negocio



Si te interesa el marketing digital, tal vez ya hayas escuchado hablar sobre Growth Hacking. A primera vista parece complejo – tanto para entenderlo como para aplicarlo. Pero en realidad es mucho **más sencillo** de lo que te imaginas.

Growth Hacking no es más que un **conjunto de estrategias que persiguen el crecimiento de una empresa**. La diferencia con otros métodos está en la implementación.

Para usar el Growth Hacking e impulsar el crecimiento de la empresa, es necesario pensar de manera distinta; buscar alternativas creativas y funcionales, siempre enfocándose en los problemas que serán resueltos; probando formatos y, por supuesto, enfocándose en el resultado – incluso si no es el mejor. La idea es que siempre se puede aprender algo.



## Cómo surgió el Growth Hacking

Todo comenzó en el 2010. En esa época, Sean Ellis, actual CEO de Growth Hackers, comenzó a interesarse por empresas que estaban desarrollándose de manera acelerada y decidió analizar ese crecimiento. Durante el análisis encontró puntos en común entre las empresas.

Sean notó que las empresas **invertieron en diferentes estrategias de divulgación**; muy diferentes de las estrategias del marketing tradicional. Todas las optimizaciones estaban basadas en datos, lo que garantizaba la asertividad en las decisiones. Adicionalmente, los equipos enfocados en growth estaban compuestos por trabajadores con perfiles diversos – desde los más creativos hasta los más analíticos.

Él mismo aplicó ese conocimiento en las empresas por las que pasó, como Dropbox y LogMeIn y el resultado no pudo haber sido mejor. Así, promoviendo el rápido crecimiento de startups y prestando consultoría para que otras empresas también pudieran crecer, Sean Ellis se convirtió en la referencia de Growth Hacking.

En sus palabras, el **Growth Hacking “es el marketing orientado a experimentos”**.

Es decir, es una forma de pensar diferente, de buscar disparadores (hacks) que aún no fueron explorados por los competidores, de pensar en estrategias, monitorearlas, y aprender de los experimentos; hacer que la empresa crezca más rápido.

# Cómo implementar el Growth Hacking en tu negocio

Ahora que ya estás familiarizado con el término, ya sabes qué es el Growth Hacking y para qué sirve, llegó la hora de entender cómo puedes aplicarlo en tu empresa. Para eso es necesario seguir algunos pasos básicos, pero antes necesitas conocer el embudo del Growth Hacking.

Si, el Growth Hacking también tiene un embudo. No es el famoso embudo de ventas, como el de Inbound Marketing, se trata del “embudo del pirata”, creado (y nombrado) por Dave McClure, empresario e inversor ángel de startups. El nombre se debe a las iniciales en inglés que forman la palabra “AARRR”, expresión usada entre los piratas. Interesante, ¿cierto?

- **A**cquisition (adquisición): prácticas para atraer y conquistar al público.
- **A**ctivation (ativación): enfoque en proporcionar una buena primera experiencia al cliente.
- **R**etention (retención): cuando los clientes ya están satisfechos y continuarán usando tu producto/servicio.
- **R**evenue (ingresos): momento en que los clientes están usando servicios pagos de tu empresa – sin ser la versión de prueba o gratuita.
- **R**eferral (recomendación): cuando los clientes recomiendan tu empresa a sus amigos, para que ellos también se conviertan en tus clientes.

Vale la pena resaltar que el **“embudo del pirata”** no tiene una división clara de las etapas. Algunas de estas, incluso, ocurren al mismo tiempo. En el caso del Growth Hacking, lo importante es identificar en cuáles etapas del embudo están los principales problemas y así mejorarlos.



# Aprende el paso a paso para implementar el método:

## 1. Generar ideas

Esta es una etapa muy importante dentro del Growth Hacking. Para tener ideas, tu y tu equipo pueden realizar búsquedas de benchmarking; investigaciones con los propios clientes, buscar por innovaciones que empresas nacionales e internacionales están implementando, asistir a conferencias, páneles y mucho más. Los libros, películas, canciones, documentales, exposiciones de arte, y **todo lo que pueda agudizar tu mente es bienvenido.**





## 2. Selección de ideas

Con las ideas documentadas, llegó la hora de seleccionar las que pueden ser **implementadas de acuerdo con los problemas** que van a ser solucionados. Ten en cuenta las prioridades de tu empresa y, si es posible, da preferencia a las ideas que se pueden realizar de forma simple y que tienen más posibilidades de traer retorno.



### 3. Modelar los experimentos

En esta fase verás cómo la idea se transforma en una hipótesis. Debes pensar en lo que quieres solucionar, cuál hack vas a usar para solucionar el problema, cómo vas a implementarlo – cuáles serán las variaciones de esa idea, qué necesitas modificar...

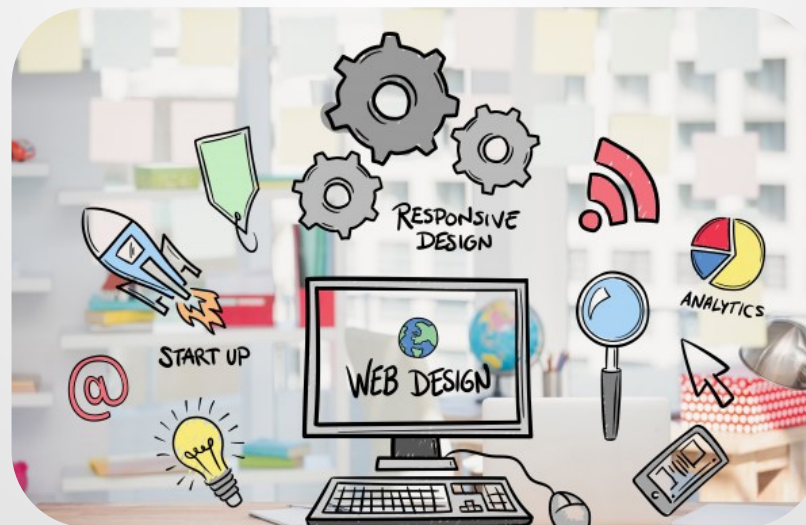
¿Habrá diferentes versiones para prueba? ¿Si se realiza de tal manera se resuelve el problema X? ¿Y si se hace de otra forma se resolverá el problema X y Y? ¿Será? ¿Cómo vas a comprobar el resultado? ¿Cuál es el porcentaje esperado? ¿Cuáles métricas vas a usar? Cuestionar la idea es esencial.



## 4. Experimentos

¡Llegó la hora de probar la idea!

Asegúrate de que todo esté de acuerdo con lo planeado. Desde las herramientas que serán utilizadas hasta las personas que serán responsables de la implementación y el monitoreo. Comprueba que las mediciones se están realizando y mantén el experimento. No interrumpas la prueba – a menos que la tasa de conversión empeore.



## 5. Análisis de resultados

Después del experimento, llega el análisis. Verifica los resultados y no te preocupes si no fueron “excelentes”. **El Growth Hacking estimula el aprendizaje**, y aunque la idea no haya surtido el efecto que esperabas, siempre puedes aprender de la experiencia y pensar en nuevas implementaciones.

No te limites con saber si el resultado fue alcanzado o no. Procura entender por qué funcionó, por qué no funcionó, qué se podría cambiar y así sucesivamente. Anota todas las percepciones para que puedas implementarlas en otras experiencias.







**PBX: (+57) 651 5114**  
**Cel: (+57) 321 6319137**

**Cali - Colombia**  
**Calle 26N # 5AN - 50**

**[www.gmarketing.com](http://www.gmarketing.com)**  
**[comercial@gmarketing.co](mailto:comercial@gmarketing.co)**

 **Google**  
AdWords +  **facebook**  
Ads + **CRM = VENTAS**

---

EXPERTOS EN HERRAMIENTAS DIGITALES