

Como Ser Growth Hacker? A medida que este nuevo mundo de growth hacking cobra importancia, y los trabajos comienzan a abrirse, las personas que se dejan seducir por la posibilidad se preguntarán si tienen lo que se necesita para ser un growth hacker.

Al igual que con cualquier carrera, ciertos tipos de individuos florecerán más que otros, pero antes de entrar en eso, vamos a desacreditar algunos mitos.

Como Ser Growth Hacker?

Tienes que ser un Programador para ser un Growth Hacker

Gagan Biyani, el cofundador de Udemy y un growth hacker, dijo, "muchas de las descripciones de growth hacker en la [web](#) son innecesariamente restrictivas. No creo que los growth hacker deban ser ingenieros formales cuando muchos de los growth hacker más respetados no codifican regularmente".

Es comprensible por qué a veces se comete este error dada la dependencia del código para lograr muchos objetivos de growth hacking, pero simplemente no es cierto que un growth hacker necesite ser un [programador](#). Un growth hacker generalmente necesita un programador en su equipo, pero no tiene que ser el programador. Considere el siguiente ejemplo, que es un compuesto de situaciones reales:

Un growth hacker en una pequeña empresa tiene un equipo de tres personas: él mismo, [un desarrollador front-end y un desarrollador de back-end](#). El equipo acaba de ser ensamblado y no se ha producido ninguna actividad de growth hacking. Los dos desarrolladores nunca han pensado realmente en el crecimiento. Saben que es importante y están entusiasmados con el aprendizaje, pero hasta ahora nunca han estado en un equipo de crecimiento de ningún tipo. Como Ser Growth Hacker?

Un Equipo Unido

El primer día que están juntos, el growth hacker habla con todos sobre análisis basados en eventos y por qué son importantes. El growth hacker luego hace una lista de cada evento que quiere rastrear en el producto (registros, referencias, interacciones, etc.), y luego les muestra [KISSmetrics](#), su herramienta de elección.

Él les dice a los [desarrolladores](#) dónde encontrar la documentación que les ayudará a rastrear eventos en su producto, y luego los deja para implementar el código.

Algunas semanas pasan, y el growth hacker llama a todos juntos. Él usa los datos que han estado llegando para construir un embudo dentro de KISSmetrics. Él les enseña qué hace un buen embudo, y él establece algunos objetivos para cada paso del proceso de conversión. Como Ser Growth Hacker?

El equipo decide centrarse en el visitante único para registrar la tasa de conversión. La hipótesis del growth hacker es que la gente está rebotando en lugar de registrarse porque la redacción no es lo suficientemente clara o lo suficientemente potente, por lo que crea una copia nueva, y el desarrollador front-end la hace lucir hermosa en el sitio. La tasa de conversión aumenta en un 7% para esa parte del embudo, en la cohorte del mes más reciente.

Este equipo, como un todo, ahora es responsable del growth hacker, pero hágase esta pregunta. ¿Qué persona, de los tres, fue el combustible que hizo que el crecimiento fuera una posibilidad real?

Los ingenieros por sí solos no habrían aumentado las conversiones en un 7%. Por supuesto, algunos programadores podrían hacer todo en esta historia, pero ese no es el punto. Este es un experimento mental para demostrar que un growth hacker no tiene que ser un programador necesariamente. Como Ser Growth Hacker?

Marketers Tradicionales No Pueden Ser Growth Hackers

El growth hacking se ha convertido en una especie de religión, en una mala forma, y los [marketers](#) son vistos como el oponente, en lugar de ser un aliado muy cercano. En todo caso, un growth hacker es un comercializador que ha restringido sus actividades al crecimiento solo. Sí, este enfoque ha creado una subcultura que se parece cada vez menos a la comercialización a medida que pasa el tiempo, pero sus raíces no son diametralmente opuestas. Como Ser Growth Hacker?

Considere la historia de arriba sobre el growth hacking y los dos ingenieros. Los especialistas en [marketing tradicional](#) suelen tener redacción dentro de sus habilidades. Entonces tienen una ventaja sobre alguien sin ningún entrenamiento. En el ejemplo anterior, si un profesional de marketing tomó sus habilidades de redacción, luego redujo su enfoque al crecimiento solo, e implementó análisis basados en eventos para ejecutar análisis de embudo para diferentes cohortes para rastrear las mejoras debidas a la redacción, entonces sería un growth hacker.

De Marketer a Growth Hacker

El comercializador tradicional es el mejor preparado para convertirse en un growth hacker (en comparación con la población general), si lo desean, si tienen una mente analítica y técnica sólida.

De hecho, Sean Ellis, el padrino del growth hacking, se autodenominó el primer vendedor en Dropbox. Marketer fue el título con el que más se asoció cuando no había otra etiqueta para su papel. Muchos de los mejores growth hackers de mayor crecimiento que trabajan hoy en día continúan con el título de Director de Marketing o Vicepresidente de Marketing. Cada vez más [compañías](#) eligen tener un líder de crecimiento, un vicepresidente de crecimiento o incluso un growth hacker, pero solían llamarse simplemente especialistas en marketing, así que no nos olvidemos de nuestras raíces. Como Ser Growth Hacker?

Un Growth Hacker No Tiene Ética

Cada vez que reduce su enfoque a un objetivo singular (en este caso, el crecimiento), corre el riesgo de tomar decisiones que no benefician a los demás. Cada growth hacker debe trazar la línea en algún lado, y como cualquier disciplina, tendrá malos actores.

En los últimos meses, Path ha sido acusado de ir demasiado lejos debido a sus prácticas agresivas en torno a la obtención de los contactos telefónicos de sus usuarios, y la forma en que enviaron mensajes a esos contactos.

Muchos piensan que fueron demasiado lejos. Yo tiendo a estar de acuerdo. Sin embargo, no creo que AirBNB fuera demasiado lejos porque en realidad estaban sirviendo a personas

mientras se servían ellos mismos, y Craigslist podría cambiar su sitio en cualquier momento para rechazar las acciones de AirBNB. Los usuarios de Path no pueden deshacer el correo no deseado que salió en su nombre.

Pero aquí está el verdadero punto. La mayoría de los growth hackers ni siquiera tienen que hacerse la pregunta de qué es ético.

Están creando características inofensivas del producto que aumentan las conversiones, y están sacando ese producto al público a través de su conocimiento de los canales de distribución. Es inteligente, no poco ético. Cada growth hacker tiene que decidir si va a ser Jedi o Sith. Como Ser Growth Hacker?

Los Growth Hackers son Extremadamente Analíticos

Ok, ya hablamos lo suficiente sobre lo que no es un growth hacker, así que hablemos de lo que es un growth hacker. Uno de los aspectos centrales de cualquier growth hacker, cualquiera que sea el origen del que provengan, es su amor, dependencia y comprensión de los análisis.

El análisis es la sangre que fluye por las venas de un growth hacker. Casi todo lo que hacen tiene un elemento de análisis, ya sea en primer plano o en segundo plano. Sin análisis, un growth hacker se siente desnudo. Estas son algunas de las formas en que los growth hackers usan el análisis:

Crecimiento Honesto

El mundo del marketing ha sido un lugar de sentimientos y emociones durante bastante tiempo. ¿Cuál fue el [ROI](#) de la cartelera en Times Square? Quién sabe, pero se ve genial, ¿verdad? Los tiempos han cambiado. Ahora no importa cuán carismático sea usted en una reunión, ni cuán poderosas sean sus ideas, ni cuántas ovejas de la alta gerencia hayan firmado en la campaña. El análisis descubrirá su genialidad o su superficialidad.

Dan McKinley, un ingeniero principal de Etsy, cuenta una gran historia sobre su infinito fiasco de espiral que resume bien este punto. Después de pasar cinco meses creando un scroll infinito para los productos de Etsy, lanzaron la nueva característica. Por supuesto, ellos celebraron primero. Chocaron los cinco. Lo normal. Luego llegaron los números y la gente compraba menos cosas a través de la búsqueda. ¿Qué? No hace falta decir que se deshicieron del scroll infinito.

De esta anécdota se derivan muchas conclusiones, pero para nuestro propósito nos centraremos en los análisis. Si no hubieran dependido de la analítica, es posible que no se hayan dado cuenta de su error. Los análisis mantienen honestos a los growth hackers. Como Ser Growth Hacker?

La Analítica Cambia el Enfoque de los Growth Hackers

Cuando tiene sistemas que están rastreando su producto y actividades, los números tienen una forma de cambiar su enfoque de formas imprevistas. Es posible que nunca haya soñado con gastar más recursos en su ciclo de referencia. Pudo haber sido una característica desechada que puso en el producto solo para ver qué pasaría.

Luego, después de profundizar en los datos, se da cuenta de que más del 20% de todos los registros nuevos provienen de este ciclo, y su valor de vida útil es más alto que el de un usuario promedio.

Sabes que puedes hacer que el ciclo sea mucho más eficiente, por lo que cambias el enfoque de tu equipo durante las próximas dos semanas para enfocarte en esta característica. Los análisis pueden ayudar a clasificar su lista de cosas por hacer de manera interesante.

La Analítica hace que el Éxito sea Repetible

Cuando no se toma en serio el análisis, no puede repetir éxitos pasados de manera eficiente. Si todo lo que sabe es que la compañía ganó más dinero en el Trimestre 4 que en el Trimestre 3, entonces no sabe nada.

¿Por qué fue el 4 mejor? ¿Hubo más usuarios que se registraron para su producto o acaban de convertir un mayor número de aquellos que se inscribieron? ¿Hubo alguna característica particular que comenzó a usarse debido a un rediseño reciente? ¿Finalmente la [campaña de AdWords](#) comenzó a tener un ROI positivo porque un competidor que aumentó el costo por clic dejó de publicar anuncios de Google? Si sabes lo que está conduciendo a tu éxito, entonces puedes repetir lo que está funcionando (y detener lo que no funciona).

La Analítica Predice el Futuro para los Growth Hackers

Las empresas hacen apuestas sobre el futuro todos los días. Adivinan lo que hará la competencia. Lo que el mercado querrá. Adivinan formas de patinar hacia donde va el disco, en lugar de dónde ha estado.

Supongo. Permítanme ser claro, el futuro siempre será una suposición, hasta cierto punto, pero el razonamiento inductivo basado en el análisis nos permite tomar decisiones informadas sobre el mañana, sobre la base de los datos de ayer.

¿Saldrá el sol mañana? Técnicamente, no hay una forma deductiva de saber, pero inductivamente podemos razonar que sí, ya que siempre lo ha hecho. Cuando mira sus cuadros y claramente hay una línea que se mueve en una dirección particular, no hay garantía de que mantenga el rumbo, pero si otros factores siguen siendo los mismos, probablemente lo haga. Esta no es una ciencia exacta, pero es mejor que adivinar.

Aquí es también donde la correlación y la causalidad se convierten en conceptos importantes. Si su análisis muestra que A y B siguen un curso similar, esta información podría usarse para cambiar la trayectoria de esas estadísticas. Podría ejecutar experimentos para ver si A y B son solo corolarios de los otros, o si uno de ellos realmente causa el otro. Cuando un growth hacker descubre la causalidad, un proceso fuertemente ayudado por el análisis, tienen un arma muy poderosa a su disposición. Como Ser Growth Hacker?

Los Growth Hackers Tienen Forma de T

Cuando se trata de las habilidades que posee un growth hacker, deben tener la forma de una letra T. Esto es lo que quiero decir.

La parte horizontal plana en la parte superior de la T representa todas las diversas habilidades y disciplinas con las que un growth hacker necesita estar familiarizado. Necesita

saber al menos algo sobre muchas cosas diferentes. Necesitas saber un poco sobre psicología. Necesitas saber un poco sobre los bucles virales. Necesita saber un poco sobre las campañas de correo electrónico por goteo. Necesitas saber un poco sobre ... bueno, ya entiendes la imagen. No debería haber nada mencionado en este libro sobre el que no puedas mantener una conversación.

Pero eso no es suficiente. También necesita tener algunas habilidades que crean la línea vertical de la T. Estas son las habilidades donde domina. Usted es el experto en estas áreas. Tú vas profundo Tal vez usted sepa todo sobre la incorporación y el 85% de las personas que se registren para su producto llegue al MXX (debe tener experiencia) que mantiene la reducción.

Esto puede compensar muchos errores. Si puede tomar cualquier parte del embudo y hacerlo drásticamente más eficiente, entonces tiene algo para comenzar a desarrollar su crecimiento. Necesitas algunas cosas para las que eres increíble e incluso tienes la oportunidad de escalar.

Siempre Más y Mejor

Sin embargo, esto es lo que separa a los profesionales de todos los demás. Los profesionales no están contentos con una forma de T. Quieren una forma de V. A medida que comienzan a dominar más y más disciplinas, no tienen una o dos líneas verticales que representan conocimiento profundo, sino más bien 10 o 20. Esto crea una V.

El growth hacking parece misterioso, pero realmente no lo es. Un growth hacker es menos como un ilusionista y más como un maratón man.

No hay humo y espejos aquí, sino más bien mucho trabajo duro para dominar las habilidades que pertenecen al crecimiento. Si quieres terminar un maratón, entonces debes entrenar con meses de anticipación.

Más que eso, debes entrenar de la manera correcta. Del mismo modo, si desea hacer crecer un producto, debe convertirse en una forma de T, luego en forma de V, y quién sabe, tal vez con una forma de U, y esto llevará meses de entrenamiento. No hay atajos para correr un maratón o hacer crecer un producto. Como Ser Growth Hacker?

Los Growth Hackers son Muy Apreciados

Los growth hackers pasan tanto tiempo hablando de análisis (verdad número 1) que es fácil olvidar que también son muy diestros. Los análisis son muy importantes, pero también lo son la curiosidad, la creatividad y una afición general por la evidencia anecdótica y los hechos cualitativos.

Si tuviera que seleccionar entre análisis y anécdotas, elegiría análisis. Afortunadamente, no tengo que hacer esa elección, y no hay necesidad de una dicotomía falsa. Los productos son máquinas que, por lo general, vuelan cuando tienes la mezcla correcta de fantasía y ciencia. No erréis en ninguna dirección. Como Ser Growth Hacker?

La Curiosidad Mató al Gato Pero...

La falta de curiosidad matará su producto. Los growth hackers tienen una necesidad urgente de pensar nuevas ideas y probar cosas nuevas.

Si desea seguir un manual que describe cada procedimiento para su trabajo, conviértase en un administrador intermedio. Quieres seguir órdenes, únete al ejército. Si quieres cultivar un producto, sé curioso.

Tal vez nunca se ha intentado algo hasta ahora porque es una idea tonta, pero tal vez nunca se ha intentado porque nadie ha sido lo suficientemente curioso como para saber si funcionaría. Aquí hay algunos ejemplos de curiosidad...

Curiosidad

- ¿Qué pasaría si hiciéramos la invitación a todo nuestro producto solo, y no solo para el período beta?
- ¿Si hiciéramos que nuestros usuarios hicieran algo cada semana para evitar que su cuenta se desactive para siempre?
- ¿Qué pasa si dejamos que nuestro cliente elija su propio precio, incluido el gratis?
- ¿Si regalamos una actualización de nuestro producto a cualquier persona que pague para que le entreguen comida china en nuestra oficina durante el horario de almuerzo? Y tuiteamos sobre eso cada vez que sucedió.
- ¿Qué pasaría si hiciéramos que toda nuestra página web fuera un homenaje a los héroes de nuestra industria el 1 de cada mes, y lo hicimos fácil de compartir con amigos?
- ¿Si revisamos y reescribimos todos los mensajes de error de redacción en nuestro sitio usando citas famosas de películas clásicas de culto?
- ¿Qué sucede si las solicitudes de asistencia al cliente desencadenan una campaña de correo electrónico por goteo de vídeos divertidos de YouTube relacionados con su problema?

¿Son estas ideas estúpidas? Muchos de ellos probablemente lo sean, pero al menos soy lo suficientemente valiente como para escribirlos en un libro que leerán miles de personas.

¿Por qué tienes miedo de escribir ideas tontas en un archivo de texto que nadie verá? La curiosidad es una función de superar el miedo. Miedo a estar equivocado. Miedo a tener razón Miedo a ser diferente Si no tienes las agallas para pensar ideas realmente malas, nunca tendrás la oportunidad de ejecutar brillantes. Como Ser Growth Hacker?

El Trabajo Bien Hecho No Es tu Enemigo

Los lógicos y los matemáticos anhelan un mundo binario. Todo sería sí o no Los datos estarían claros. El plan sería obvio. Pero, por desgracia, vivimos en un mundo gris, donde "tipo de" y "tal vez" son las respuestas a muchas preguntas. El growth hacker nunca debe olvidar esto.

Los datos pueden mostrar una caída en las conversiones de la segunda a la tercera pantalla en el flujo de pago. Puede mirar los números durante horas y aún así perderse. O puede ir a Starbucks y pedirle a un desconocido que pague con su tarjeta de crédito. Apuesto a que aprenderías algo.

Claro, una persona no tiene un tamaño de muestra lo suficientemente grande como para tomar decisiones estadísticamente relevantes. Pero no todos los problemas necesitan montañas de datos. Después de ver a Jenny de Starbucks tratando de verificar que se da cuenta, no se dio una descripción de lo que "CVV" significa y de que no tenía idea de qué

poner en ese campo. ¿Cuántos datos necesita para poner un mensaje útil en el sitio que corrige esto? A veces una anécdota es suficiente. Como Ser Growth Hacker?

Los Growth Hackers son Obsesivos

¿De verdad tienes lo que se necesita para pensar en crecimiento todo el tiempo? Claro, es divertido durante una semana. Pero ¿será divertido en 6 meses? ¿Tiene la capacidad de concentrarse en un objetivo limitado excluyendo todo lo demás en el futuro previsible? Aquí es por qué es importante ser obsesivo:

Es la Táctica 213 la que Probablemente Funcionara. No la 7.

Si el growth hacking solo era cuestión de probar cinco o diez cosas y luego ver el registro de los usuarios y el dinero, entonces no habría necesidad de un libro como este. La verdad es que el growth hacking solo parece simple una vez que descubres las cosas que funcionan para tu producto. Hasta entonces, debes probar cientos de callejones sin salida. Como Ser Growth Hacker?

Con la Información Suficiente Puedes Matar a Tu Competencia

A veces se supone que todo lo que necesita es un gran avance para ganar. Un gran crecimiento increíble para hackear su mercado. Sí creo que puedes matar a tu competencia. Pero generalmente ocurre a causa de un millón de micro laceraciones, no una enorme. Pequeños éxitos compuestos a lo largo del tiempo. Si puede mantener el rumbo y mejorar sus números día tras día. Luego de un año observará y se dará cuenta de que realmente movió la aguja de maneras bastante notables. Pero puede no haber un momento decisivo. "Cada vez que lanzo un VC, una de las preguntas más comunes que recibo es esta:"
¿Cuándo realmente despegó Bleacher Report? "La respuesta es nunca. A partir de hoy, Bleacher Report es uno de los 50 sitios web más grandes en los Estados Unidos... Pero lo que es aún más fantástico es la tabla de cómo llegamos allí. Ahora, desafío a cualquier lector a que saque un bolígrafo y coloque una "X" sobre el punto en el que el informe logró la velocidad de escape. Lo que puede encontrar es que no se puede hacer. Nunca hubo un momento en el que "despegamos como un cohete". Como Ser Growth Hacker?

Conclusión

No es necesario ser un programador para ser un growth hacker.

Los marketers tradicionales pueden convertirse en growth hackers. Si reducen su enfoque y profundizan su conjunto de habilidades.

La mayoría de los growth hackers no son antiéticos.

Los growth hackers dependen en gran medida de los análisis.

Los growth hackers son competentes en una serie de disciplinas. Pero deben destacar en algunas de ellas para hacer su trabajo con eficacia.

A pesar de su dependencia de la analítica, los growth hackers también tienen razón. Ya que utilizan la creatividad, la curiosidad y la investigación cualitativa a veces.

Los growth hackers son obsesivos con el crecimiento. Esto les permite persistir hasta que descubran las tácticas que funcionarán. Y les permite acumular éxitos menores a medida que impulsan lentamente su producto hacia el éxito.

Puedes descargar esta guía en PDF desde aquí.

Si necesitas ayuda. Y quieres impulsar tu startup, negocio - empresa al Éxito. [Contacta](#) con nosotros... Como Ser Growth Hacker?