

Manual emprendedores

Módulo 6. Generación y seguimiento de leads.

Lección 1: Gestión de leads (Setter y closer).

1.1. Roles

El Setter se enfoca en la generación de leads y el establecimiento del primer contacto, mientras que el Closer se encarga de cerrar la venta o convertir esos leads en clientes.

Setter (Generador de leads):

- El Setter se centra en la generación de leads, identificando y cualificando prospectos potenciales.
- Su objetivo principal es establecer el primer contacto con los leads, ya sea a través de llamadas telefónicas, correos electrónicos u otras formas de comunicación.
- Debe ser experto en iniciar conversaciones y captar el interés inicial del prospecto, presentando la propuesta de valor de la empresa de manera persuasiva.

Closer (Cerrador de ventas):

- El Closer se encarga de cerrar la venta o convertir los leads en clientes.
- Su enfoque se centra en entender las necesidades y deseos del prospecto, ofreciendo soluciones específicas y persuadiendo al prospecto para que tome una decisión de compra.
- Debe ser experto en técnicas de cierre de ventas, manejo de objeciones y negociación para garantizar la conversión efectiva de los leads en clientes.

Ahora mismo tu serás tu propio setter y closer.

1.2. Tipos de leads

Leads Fríos:

- Son personas o empresas que han mostrado interés mínimo o nulo en los productos o servicios que ofrece tu negocio.
- A menudo son contactos obtenidos a través de campañas de marketing, eventos o bases de datos, pero que aún no han interactuado de manera significativa con tu marca.
- Requieren un esfuerzo adicional de marketing y ventas para convertirlos en clientes potenciales.
- Es importante nutrirlos con contenido relevante y educativo para generar interés y mantener su atención a lo largo del tiempo.

Leads templados:

- Son personas o empresas que han mostrado cierto grado de interés en tus productos o servicios, pero aún no están listos para realizar una compra.
- Pueden haber interactuado con tu marca, descargado contenido o expresado interés en recibir más información.
- Aunque muestran señales de interés, es posible que necesiten más tiempo o información antes de tomar una decisión de compra.
- Requieren un seguimiento constante y estratégico para educarlos, brindarles información relevante y guiarlos a través del proceso de compra.

Leads calientes:

- Son personas o empresas que están altamente interesadas en tus productos o servicios y están más cerca de realizar una compra.
- Han demostrado un compromiso significativo con tu marca, pueden haber solicitado una demostración, realizado consultas detalladas o mostrado una intención clara de comprar.
- Están listos para tomar medidas inmediatas y convertirse en clientes.
- Requieren un enfoque de ventas más directo y personalizado para cerrar la venta de manera efectiva.
- Es crucial brindarles un servicio excepcional y responder rápidamente a sus consultas para capitalizar su interés y convertirlos en clientes satisfechos.

Lección 2: Herramientas para cerrar llamadas.

2.1. Introducción a las herramientas de CRM

Las herramientas de CRM (Customer Relationship Management) son sistemas diseñados para administrar y optimizar las relaciones con los clientes a lo largo del ciclo de vida del cliente.

En esta formación utilizaremos la plantilla de CRM que he creado para ti en Excel. Es importante que la adaptes a tus necesidades y cuando necesites piensa en automatizar con algunas de las siguientes herramientas:

HubSpot:

- Es una plataforma de CRM todo en uno que ofrece una amplia gama de herramientas de marketing, ventas y servicio al cliente.
- Permite gestionar contactos, crear automatizaciones de marketing, realizar seguimiento de correos electrónicos y analizar el rendimiento de las campañas.

Salesforce:

- Es una de las herramientas de CRM más populares y ampliamente utilizadas en el mundo empresarial.
- Ofrece capacidades avanzadas de gestión de contactos, automatización de ventas, análisis de datos y personalización de la experiencia del cliente.

Zoho CRM:

- Es una solución de CRM escalable y personalizable que se adapta a las necesidades de diferentes tipos de empresas.
- Proporciona funciones para la gestión de contactos, seguimiento de ventas, automatización de marketing y generación de informes.

Herramientas:

- Entra en la plantilla de excel en este [LINK](#)

2.2. Técnicas de cierre de ventas

Las técnicas de cierre de ventas son estrategias y tácticas utilizadas por los profesionales de ventas para persuadir a los prospectos y cerrar acuerdos de manera efectiva.

Aquí exploraremos algunas de las técnicas más comunes y efectivas para cerrar ventas:

Manejo de objeciones:

- Consiste en abordar y superar las objeciones que puedan surgir durante el proceso de ventas.

- Se basa en escuchar activamente las preocupaciones del prospecto, proporcionar respuestas claras y soluciones alternativas, y enfocarse en los beneficios del producto o servicio.

Creación de urgencia:

- Implica generar un sentido de urgencia en el prospecto para que tome una decisión de compra rápida.
- Se puede lograr ofreciendo promociones o descuentos por tiempo limitado, resaltando la escasez del producto o servicio, o destacando los beneficios de actuar rápidamente.

Oferta de valor añadido:

- Consiste en resaltar los beneficios adicionales o valor añadido que el prospecto recibirá al realizar la compra.
- Esto puede incluir servicios de postventa, garantías extendidas, servicios de atención al cliente excepcionales o regalos adicionales.

2.3 Agendar llamada mediante una plataforma

¿Google calendar o calendly?

La elección entre Calendly y Google Calendar depende de tus necesidades específicas y preferencias. Aquí hay algunas consideraciones que podrían ayudarte a decidir:

Funcionalidades requeridas: Si necesitas una herramienta más avanzada con opciones de personalización y automatización, Calendly podría ser la mejor opción. Por otro lado, si buscas una solución simple y fácil de usar para la gestión básica de calendario, Google Calendar podría ser suficiente.

Integraciones: Si ya utilizas otras herramientas de Google, como Gmail o Google Meet, Google Calendar puede ser más conveniente debido a su integración nativa con el ecosistema de Google. Sin embargo, si necesitas integraciones más amplias con herramientas de terceros, Calendly podría ofrecer más opciones.

Precio: Ambas plataformas ofrecen versiones gratuitas con funcionalidades limitadas, pero si necesitas características avanzadas, es posible que debas considerar los planes de pago. Evalúa cuáles son las características que realmente necesitas y si están disponibles en las versiones gratuitas o de pago de cada herramienta.

Te recomiendo que cuando empieces lo hagas de forma manual.

TAREA 9. ACCIÓN. Prepara tu calendario. Crea una cuenta en Calendly o entra en tu Google calendar con el Google mail que creaste en el primer módulo.

Lección 3: Scripts.

3.1. Creación de Scripts efectivos

En esta lección, nos sumergiremos en la creación y utilización de scripts para las interacciones con leads y clientes. Aprenderemos a desarrollar scripts efectivos que guíen las conversaciones de manera estructurada y ayuden a abordar las objeciones comunes de manera persuasiva.

Todo se debe personalizar por lo tanto el emprendedor tiene que coger los prompts que hemos aprendido hasta el momento y utilizarlos para aumentar el índice de inicio de conversación, agendar llamada y cerrar la venta. O si el cierre se hace desde una página de venta observar en que momento del funnel se encuentra el cliente antes de mandarsela.

Link de acceso a mis scripts. Recomendar que aquí me pregunten si ven que no les funcionan sus scripts.

TAREA 10. ACCIÓN. PROPMT . Crea algunos scripts para practicar. Diseña tu pizarra.

Además, a parte de este PROMPT, te dejo plantillas descargables de guiones ejemplo de conversaciones que están funcionando. DESCARGA AQUÍ

[https://docs.google.com/document/d/1LgjYWgBf-5x386KOxliP2exo6PLN4fZf/edit?usp=share link&oid=110943503001994371308&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/document/d/1LgjYWgBf-5x386KOxliP2exo6PLN4fZf/edit?usp=share_link&oid=110943503001994371308&rtpof=true&sd=true)



Nivel de Lead: Frío

Objetivo: Iniciar una conversación con el prospecto, establecer una relación y despertar su interés en tu empresa/producto.

Pasos:

1. Saludo e introducción: Saluda al prospecto y preséntate brevemente.

Ejemplo: "Hola [Nombre del Prospecto], espero que estés teniendo un buen día. Soy [Tu Nombre] de [Nombre de tu Empresa]."

2. Investigación previa: Menciona algo relevante que hayas descubierto sobre la empresa o el prospecto para demostrar interés.

Ejemplo: "Estaba revisando tu empresa/perfil y me llamó la atención [algo relevante que hayas encontrado]."

3. Preguntas abiertas: Formula preguntas abiertas para conocer mejor las necesidades del prospecto y dirigir la conversación.

Ejemplo: "¿Qué desafíos o metas estás enfrentando actualmente en tu [sector/área de interés]? ¿Cómo crees que podríamos ser de ayuda?"

4. Oferta de valor: Proporciona una oferta de valor breve y personalizada que pueda interesar al prospecto.

Ejemplo: "Además, pensé que podría interesarte [una oferta personalizada/beneficio específico que tu empresa pueda proporcionar] que creo que podría ser de interés para ti."

5. Respuestas adaptativas: Prepara respuestas adaptativas según la posible respuesta del prospecto para continuar la conversación de manera fluida.

- Ejemplo de respuesta ante interés: "¡Eso suena interesante! Estoy seguro de que podemos encontrar algunas formas interesantes de trabajar juntos."

- Ejemplo de respuesta ante dudas: "Entiendo tus inquietudes. ¿Te gustaría que profundicemos más sobre cómo podríamos abordar esos desafíos juntos?"

- Ejemplo de respuesta ante falta de interés: "Entiendo que puedas estar ocupado/a. ¿Te importaría si te contacto más adelante para ver si hay alguna oportunidad de colaboración que te interese?"

6. Invitación a continuar la conversación: Finaliza con una invitación para seguir la conversación y mantener abiertas las líneas de comunicación.

Ejemplo: "¿Te viene bien hablar mañana por la mañana para profundizar en esto? Estoy seguro de que podemos encontrar algunas formas interesantes de trabajar juntos."

Herramientas:

- Utiliza **Canva** o **Google Drive** para estructurar tus carpetas y mantener un orden de los documentos. Crea una carpeta única para tus scripts. Guarda también tú CRM.
- Emplea **ChatGPT** para refinar y perfeccionar los guiones. Te dejo un documento con el segundo PROMPT que puedes utilizar.

Notas

- Utilice este espacio para enlaces a referencias o recordatorios quieras tener en cuenta.