

\_EBOOK

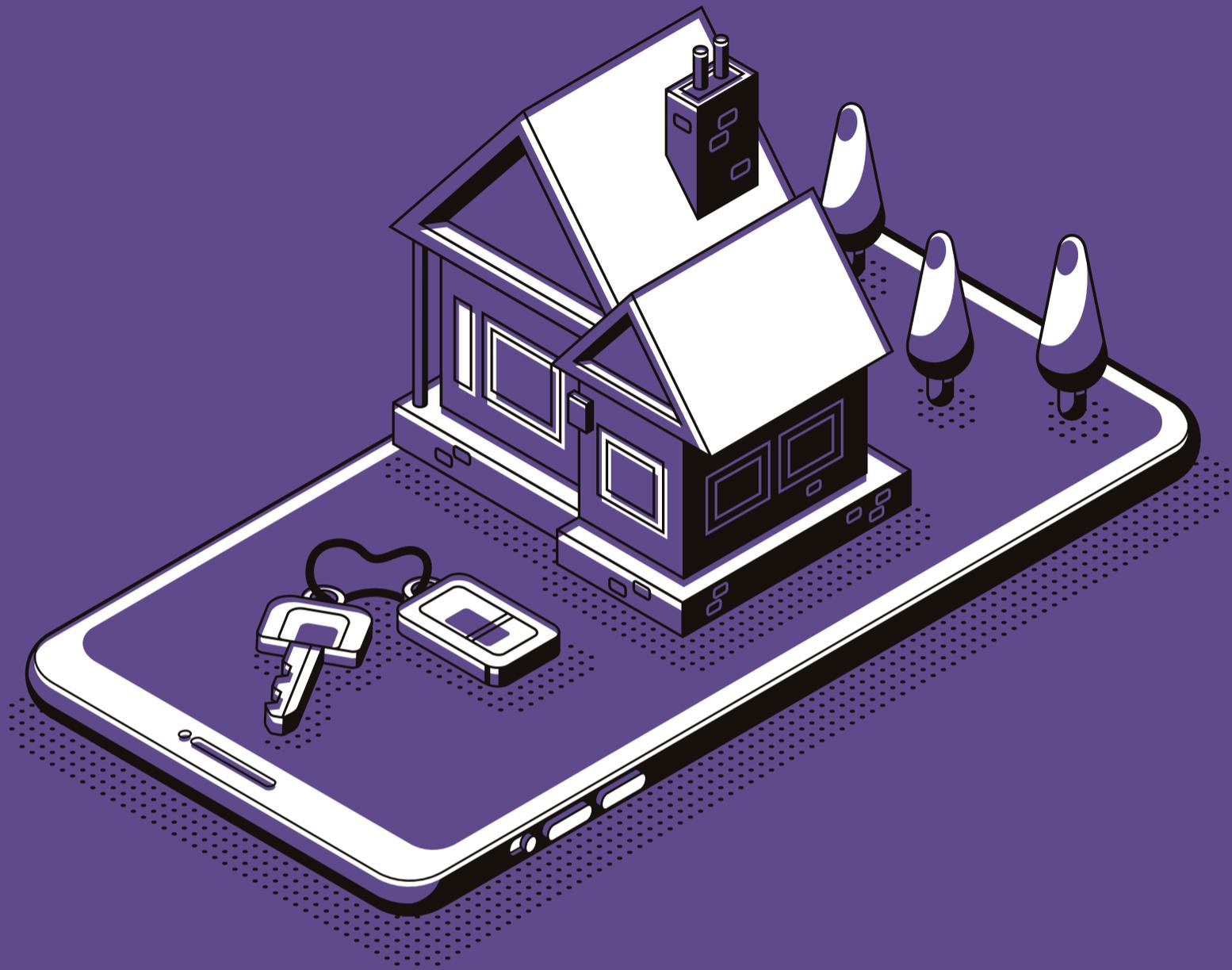


CÓMO TENER

# Prospectos Perfilados

CON LEAD SCORING





## INTRODUCCIÓN

A lo largo de nuestra experiencia dedicada a brindar servicios de Marketing Digital a **más de 270** desarrollos inmobiliarios en todo México, hemos identificado un patrón importante en cuanto a las problemáticas de nuestros clientes. En este ebook tocaremos las más comunes para encontrar la solución a cada una de ellas.

DESARROLLO DEL TEMA

¿Has notado que tu equipo de ventas no da seguimiento a los prospectos generados a través de tu estrategia digital? O que comúnmente te dicen que llegan un gran número de prospectos pero ninguno de ellos perfila? Hemos detectado que este problema es uno de los más comunes en los equipos de ventas y muchas veces es un tanto difícil darle seguimiento a toda la base de datos.

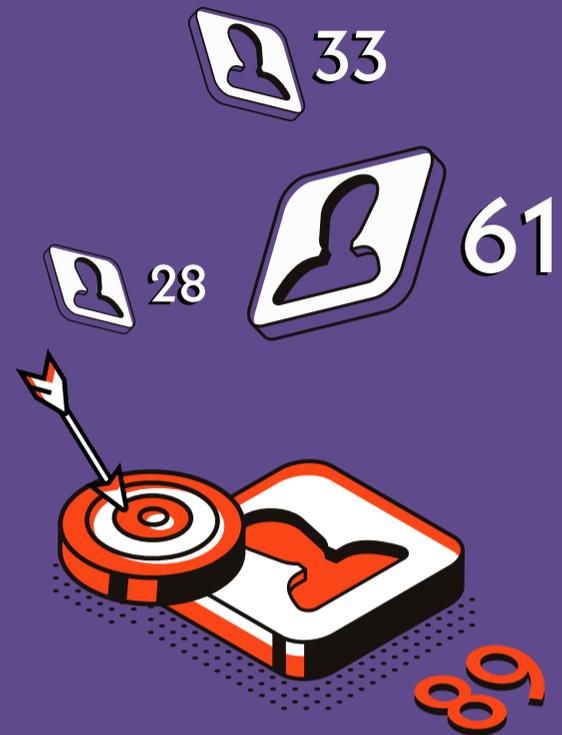
Esto se puede deber a que tus prospectos no están perfilados, es decir, quizás no se encuentren en la mejor etapa en su proceso de compra, por lo que tus esfuerzos no deben enfocarse en todos ellos, sino preferentemente en los que ya están perfilados. Alguna vez has pensado: ¿por qué no mejor perfilar a los prospectos para no tener que llamarlos a todos? Para esto debes utilizar el Lead Scoring, y su uso adecuado seguramente te servirá para tu estrategia de marketing.



## ¿QUÉ ES LEAD SCORING?

Tiene como objetivo **calificar a los leads de una base de datos:** cuáles están más interesados, mejor perfilados, su interacción con la empresa, y el punto del proceso de compra en el que se encuentran.

Es necesario asignarles una puntuación de 0 a 100, donde 100 es el más perfilado, esto nos ayudará a segmentar los leads y tener una idea aproximada de cuán cerca están de convertirse en clientes.



## ¿QUE ES NECESARIO PARA HACER UN EFECTIVO LEAD SCORING?

Definir una estrategia

- Tener definido en qué vas a basar tu calificación
- Que tengan conocimiento sobre tu empresa
- Llevar una adecuada automatización

Con la puntuación de leads, puedes asignarle valores a cada uno de tus clientes potenciales en base a la información que obtienes de ellos y al comportamiento que tienen cuando navegan dentro de tu sitio web. ¿Por qué nos sirve calificar a nuestros leads? Para poder enviar mensajes más específicos a los perfiles con mayor interés, con los que tendrás la oportunidad de facilitar el trabajo tanto del departamento de marketing, como del departamento comercial, para poder llegar más fácilmente a las metas.

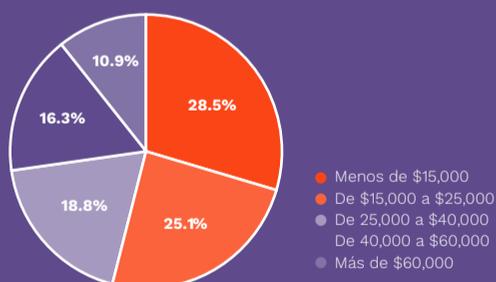
## ¿Tienes una gran base de datos?

Tu equipo comercial debe tener una gran base de datos de clientes potenciales, ya que de no ser así, tus acciones de marketing serán muy dispersas y podrían no conseguir el resultado esperado.

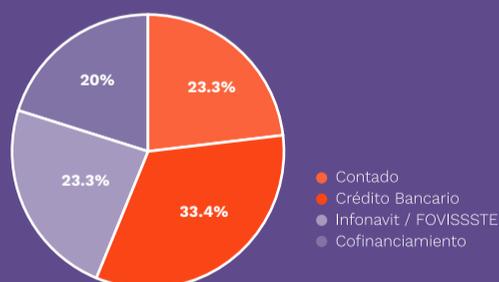
## ¿Tengo suficiente información sobre mis prospectos?

Para poder perfilar a tus prospectos, será necesario optimizar tu estrategia digital, de manera que obtengas toda la información necesaria. Información como su ingreso económico o el tipo de crédito que utilizarán, y los datos de comportamiento en función de cómo un prospecto interactúa con tu sitio web, además del momento adecuado para contactarlos una vez que estén decididos a comprar. Si no tienes esta información, entonces tampoco sería buena idea empezar a calificar tus leads.

Ingresos mensuales



Forma de pago



Tiempo de compra





## ¿Qué criterios serán necesarios para identificar un prospecto perfilado?

Necesitas establecer un sistema de puntuación de leads con tu equipo comercial para definir a un cliente bien calificado. Una vez identificado qué es un buen prospecto, puedes establecer un sistema de puntos y comenzar a asignar valores.

Por lo general es de 0 a 100 y esta puntuación nos ayuda a segmentar los leads y tener una idea aproximada de cuán cerca están de convertirse en clientes.

### BENEFICIOS DE LEAD SCORING

#### **Mejora el proceso y el resultado de ventas**

La puntuación permite que la empresa enfoque sus esfuerzos en aquellos clientes potenciales que ya tienen una alta calificación, y que muestran más interés y así el equipo comercial no tiene que desperdicia recursos en llamar a toda la base de datos.

#### **Mejor control en la base de datos**

La administración de grandes volúmenes de prospectos se vuelve más fácil, ya que los iremos segmentando por aspectos cuantitativos y cualitativos, lo cual es clave para organizar cuáles son los mensajes que se les envían.

## CONCLUSIÓN

El Lead Scoring nos ayuda a tomar decisiones y a gestionar un gran número de prospectos de manera rápida y automatizada, hace segmentaciones, y genera acciones para grupos de contactos en un determinado rango. Luego de leer este eBook, quizás estés pensando que sea tiempo de tomar una decisión y apoyarte en gente experta en la materia. Estaremos encantados de asesorarte para conocer las problemáticas de tu estrategia de marketing, así como brindarte soluciones para lograr tus objetivos. Si deseas conocer más a fondo este tema y cómo llevarlo a la práctica, agenda una **DEMO** de nuestros servicios sin costo alguno, para que entiendas cómo podría servirte para obtener más prospectos, más interesados, y mejor calificados, de manera que puedas acelerar tu proceso de venta.

**AGENDAR DEMO**