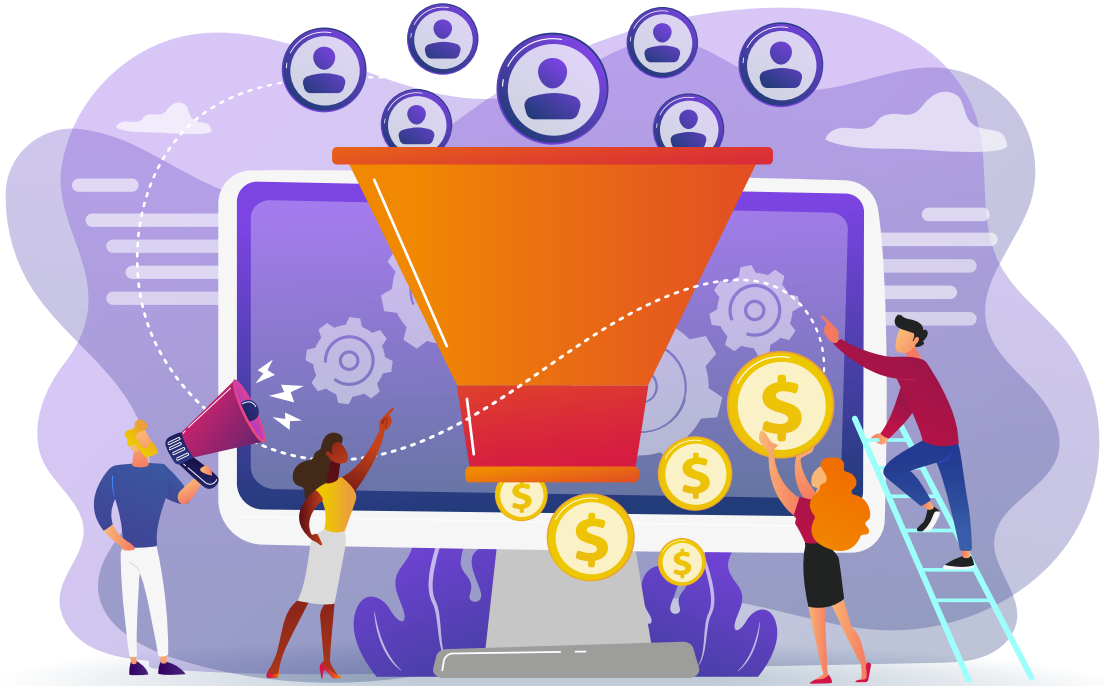


7 infalibles pasos para hacer de tus prospectos un aliado de por vida





Contenido

5

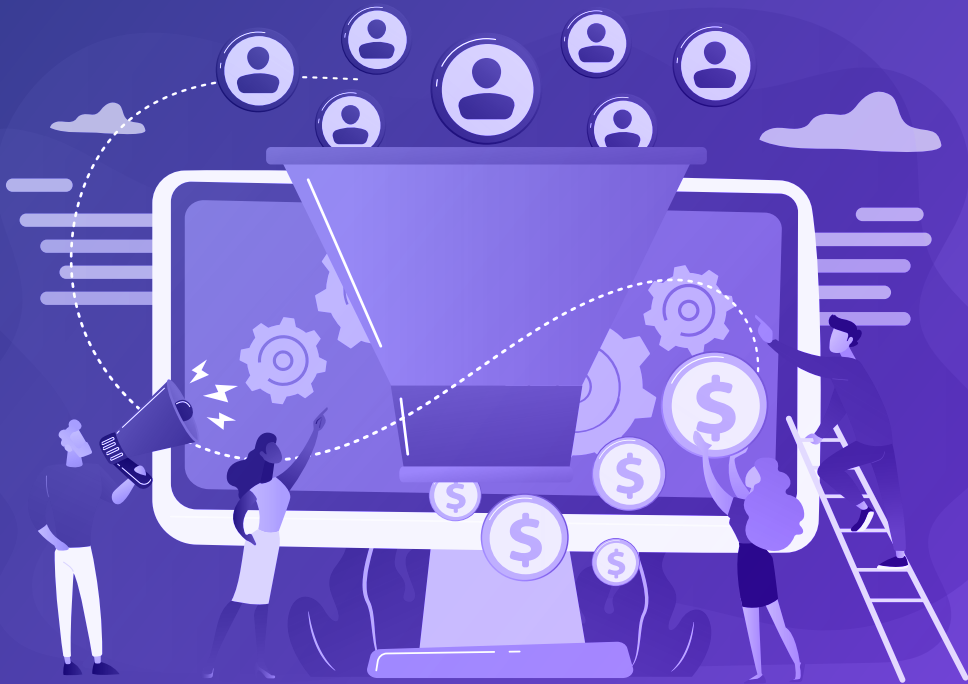
¿Por qué debe interesarte dar un seguimiento oportuno?

¿Qué es un prospecto en marketing?

¿Por qué es importante dar un seguimiento oportuno a tus prospectos?

7

7 pasos para lograr un seguimiento exitoso



¿Por qué debe interesarte dar un seguimiento oportuno?

Tus prospectos no son solo clientes potenciales, son embajadores de marca en potencia. Piensa en cada uno de ellos al momento de diseñar tu estrategia de seguimiento. A través de nuestra guía, podrás reconocer conceptos básicos y entender la importancia de tus leads.

Además, presta atención a los 7 pasos para lograr un seguimiento exitoso y nutre a tu equipo de ventas y marketing con esta información. ¡Empecemos!

¿Qué es un prospecto en marketing?

Piensa en todos los visitantes de tu página web, en todas aquellas personas que interactuaron con algún contenido de tu marca. Ahora piensa en el momento en el que ingresas la información de contacto a tu base de datos: en ese instante todos ellos se convierten en prospectos. En otras palabras, un prospecto es un cliente potencial.

Y... ¿qué es el seguimiento de prospectos?

Es el arte de crear una interacción oportuna y valiosa con tus prospectos. Y debes dar el mejor esfuerzo para acercarte a ellos de manera significativa. Así, empezarás la añorada fidelización entre un usuario y tu marca.

¿Por qué es importante dar un seguimiento oportuno a tus prospectos?

Lo primero que debes tener en cuenta es que tus prospectos no son solo tuyos, son también los clientes potenciales de otras empresas. Y, si quieres que tu marca siga posicionándose como la mejor solución a sus problemas, empieza a prestar atención a tu proceso de seguimiento de leads.

Conoce tres razones de peso para hacerlo:

- **Recopilar información valiosa**

Más que recolectar datos valiosos sobre tu audiencia, aprovecha esa información para entender sus necesidades (incluso cuando no esté consciente de ellas) y decidir cómo puedes ayudarla. ¡Haz de tu marca un héroe para sus consumidores!

- **Permanecer como primera opción**

La idea de destacarte de tu competencia siempre estará presente en toda estrategia de marketing. Mantener tu marca en la mente del consumidor es más factible, a través de un seguimiento oportuno. ¡Guía a tus prospectos hacia la venta y empieza la fidelización!

- **Evaluar en qué prospectos debes concentrarte**

Gracias a la data específica podrás determinar si un prospecto está calificado para pasar a la etapa de venta o si todavía requiere de mayor contenido útil. Así, podrás obtener feedback para definir mejor tu target y actualizar tus buyer personas.



7 pasos para lograr un seguimiento exitoso



Más allá de responder preguntas como esas, identifica las acciones que debes realizar para lograr un acercamiento efectivo.

Compartimos 7 pasos esenciales para lograr un seguimiento exitoso. Y, así, estar un paso más cerca a convertirte en un amigo de tu cliente potencial.

1. ¿Por qué es importante dar un seguimiento oportuno a tus prospectos?

¿Qué es lo que deseas lograr para cada lista de prospectos que manejes? ¿En qué tiempo quieres lograrlo y cuánto necesitas realmente? ¿Has definido parámetros para establecer qué leads están calificados para adquirir tu producto o servicio?

2. Responder a la brevedad

La inmediatez sí marca la diferencia entre mantener a una persona como prospecto o convertirla en cliente. Las estadísticas dicen:

- Cada minuto que pasa, desde el momento en que un lead genera una consulta hasta que sea contestada, disminuye las oportunidades de entablar una conversación positiva con el usuario.
- El 50% de personas decide comprar al proveedor que responda primero a sus inquietudes.
- Si la respuesta se da en menos de 7 horas, la posibilidad de venta aumenta 7 veces más.

3. Automatizar correos electrónicos

Las respuestas que recibas, por parte de tus prospectos, son la clave para definir qué acciones de

marketing implementarás con ellos. Gracias a un software de automatización, podrás crear workflows (flujos de trabajo) y generar plantillas con el contenido adecuado para ese lead. Así mantendrás consistencia, calidad y rapidez en tu proceso de seguimiento.

Algo importante a resaltar:

No dejes que la automatización mate a la personalización.

Está bien contar con plantillas predeterminadas, de acuerdo a cada situación en la que se encuentre tu prospecto. Sin embargo, recuerda personalizar el mensaje. ¡Haz sentir especial a tus futuros clientes!

4. Ser perseverante

El lema “persevera y triunfarás” aplica perfectamente cuando implementes tu estrategia de seguimiento. Recuerda que es un proceso y, como tal, hay ciertas etapas que deben suceder primero. La confianza es un intangible que se va reforzando en el tiempo. ¡No pierdas el entusiasmo!

5. Inspirar a tus clientes potenciales

Antes que prospectos, somos humanos. Por más obvia que parezca esa afirmación, te sorprendería saber cuántas empresas la olvidan al crear sus estrategias. Trabaja por ofrecer valor a tus usuarios, leads y clientes. Encuentra la forma de inspirarlos a ver soluciones donde antes notaban únicamente problemas.

6. Mantener tus promesas para crear valor

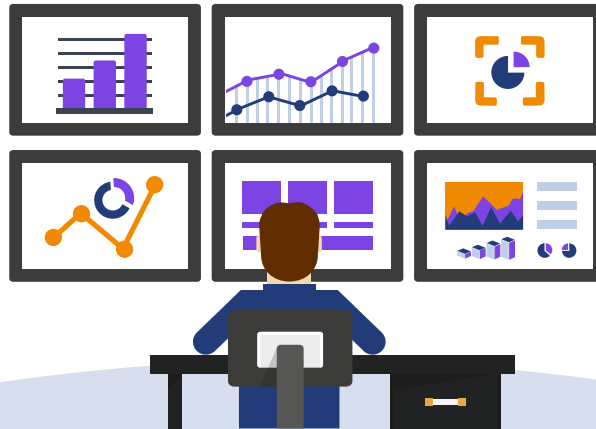
Sea cual sea la oferta de valor prometida a tu prospecto, cumplesla. Recuerda que la confianza es difícil de ganar pero muy fácil de perder. Atento a las fechas establecidas, a los entregables y a la calidad de los contenidos que envíes.



7. Medir para mejorar

Llegamos a la parte más analítica del proceso de ventas: la medición de nuestro rendimiento. ¿Estás vendiendo los productos que deseas vender? ¿Has definido una meta de ventas? ¿Se cumplió la meta mensual?

Analizar, medir y seguir: sigue estos tres procesos constantes e identifica las acciones que están funcionando. Diferencia aquellos objetivos que se pueden modificar para hacerlos más medibles y tangibilizar tus resultados.



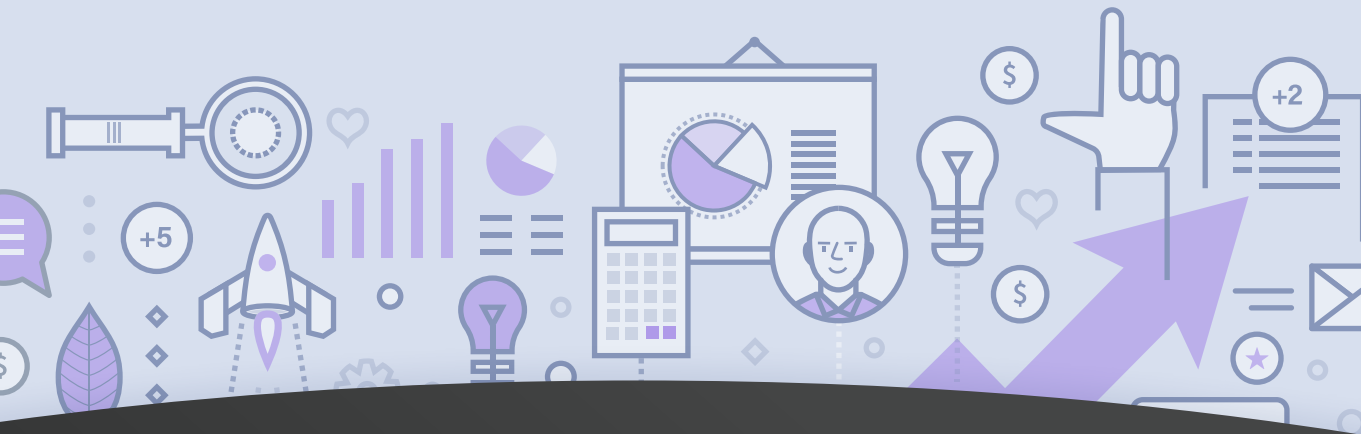
¿Ya te dieron ganas de ir tras tus prospectos?

Recuerda las recomendaciones y establece los parámetros necesarios para dar un seguimiento oportuno y efectivo a tus clientes potenciales. ¡Depende de ti crear experiencias realmente valiosas entre tus prospectos y tu marca!

Regresa a nuestro Brainstorming Blog y sigue explorando los temas que te interesan.



Brainstorming



CONTÁCTANOS



+51 993 070 396

ventas@brainstorming.la