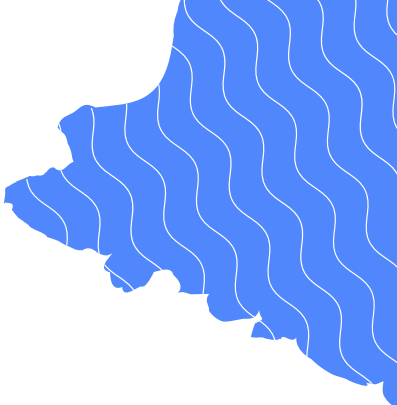




GUÍA DE MANEJO DE LEADS



MIRIAM GRANNUM



¿CUÁNTOS LEADS CREES QUE HAS PERDIDO EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

Antes de mejorar, necesitas entender dónde estás fallando.

CHECKLIST:

	Tardo en responder
	No tengo un proceso claro
	No hago seguimiento
	No uso CRM
	Pierdo leads sin saber por qué



NO TODOS LOS LEADS SON IGUALES.

Tratar a todos igual = perder dinero.

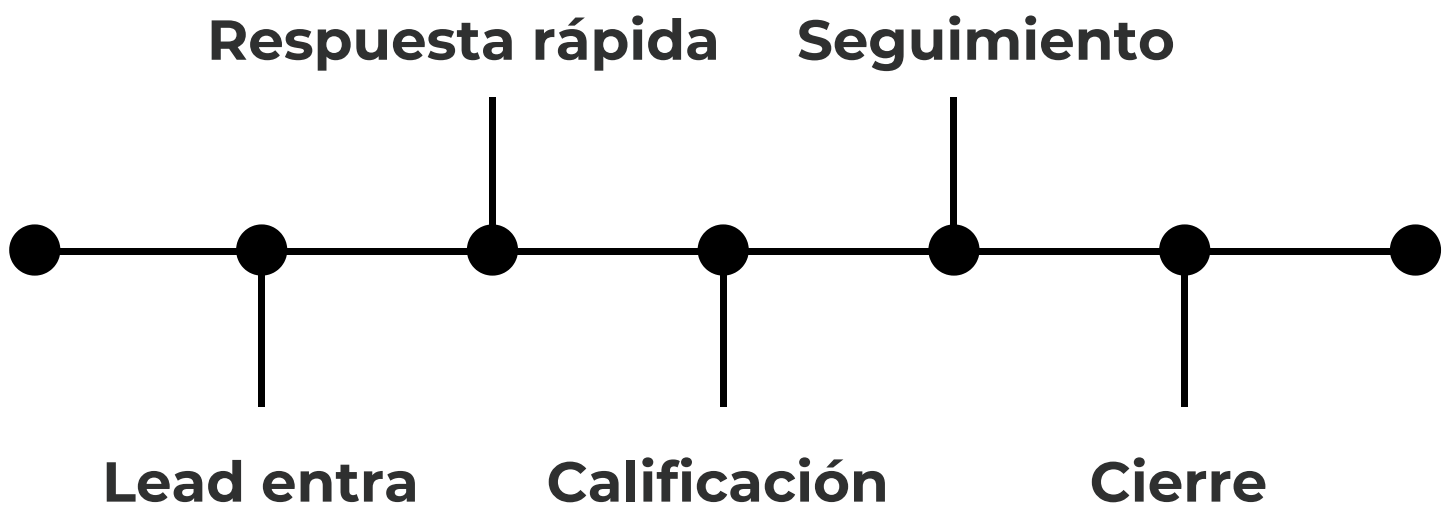
EXISTEN 3 TIPOS DE LEADS:

Calientes

Tibios

Fríos

ESTE ES EL PROCESO QUE DEBERÍAS SEGUIR:



PASO 1:

RECEPCIÓN DEL LEAD

CANALES

WhatsApp

Llamada

Formulario

Mensaje directo

BUENAS PRÁCTICAS

- Responder en menos de 5 minutos (en la medida de lo posible)
- Identificar origen del lead
- Registrar el lead en el CRM (drive, excel, etc.)



Un lead no registrado es un lead perdido

PASO 2:

APERTURA DE CONVERSACIÓN

Objetivo:

Generar confianza y entender la necesidad.

Ejemplo de mensaje:

Hola, [Nombre]
Gracias por escribirnos por nuestro anuncio.
Para ayudarte mejor, cuéntame un poco
sobre lo que estás buscando.

PASO 3:

CLASIFICACIÓN DEL LEAD

PREGUNTAS CLAVE

¿Qué necesita?	¿Para cuándo?
¿Presupuesto aproximado?	¿Nivel de urgencia?

CLASIFICACIÓN



CALIENTE



TIBIO



FRÍO

PASO 4:

TIPIFICACIÓN EN EL CRM

CRM: base de datos, drive, excel, etc.

ESTADOS RECOMENDADOS

Nuevo

En seguimiento

Contactado

En negociación

Calificado

Cerrado - ganado

Cerrado - perdido



Todo lead debe tener estado y responsable.

PASO 5:

ELECCIÓN DEL CANAL

Leads fríos → WhatsApp

Leads tibios → WhatsApp + Llamada

Leads calientes → Llamada o Videollamada

PASO 6:

PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

REGLA

Primero entender → luego proponer → después cotizar.

EJEMPLO

Según lo que me comentas,
esta opción es ideal porque...

PASO 7:

MANEJO DE OBJECIONES

EJEMPLO

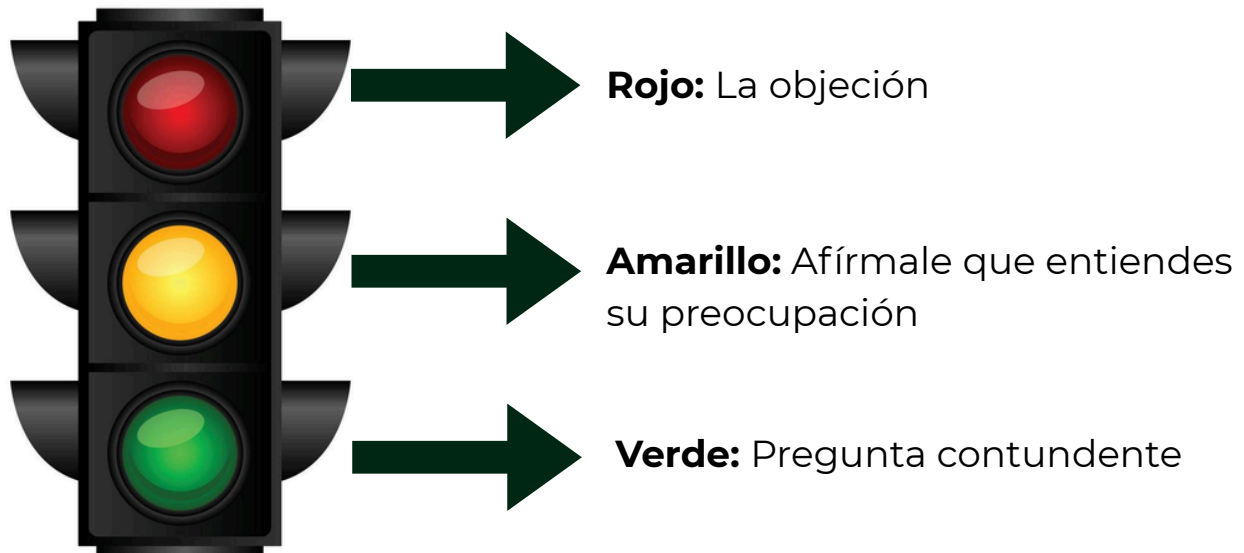
Entiendo
¿Qué es lo que te gustaría
aclarar antes de decidir?

¿Qué te impide tomar la
decisión hoy?

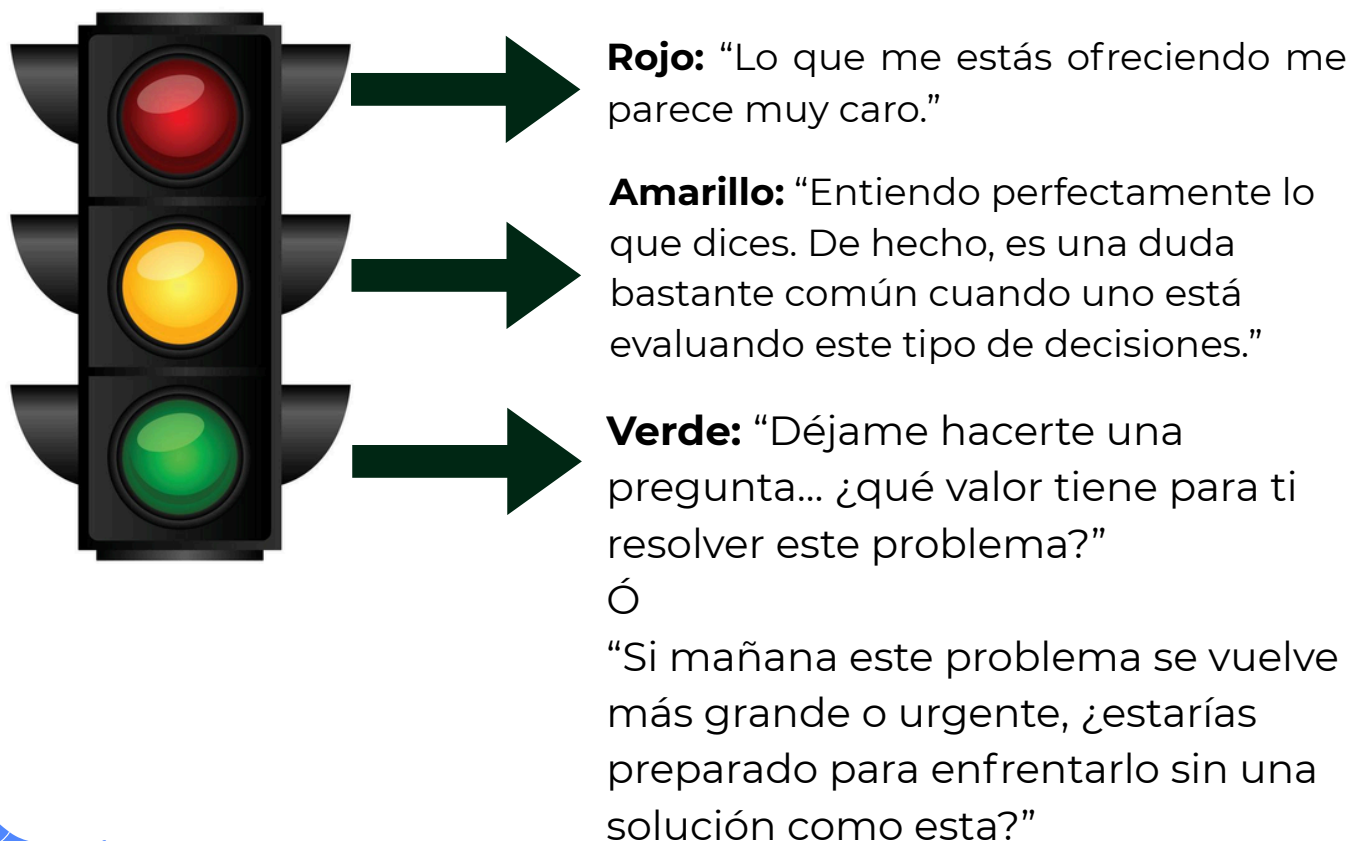
PASO 7:

MANEJO DE OBJECIONES

EL SEMÁFORO DE OBJECIONES



EJEMPLO



PASO 8: SEGUIMIENTO

SECUENCIA SUGERIDA



PASO 9: NUTRICIÓN DE LEADS (los que no te compran)

No todos los seguimiento tienen que ser de ventas, varios deben ser de nutrición. Cómo nutrir a un lead:

Contenido Educativo

Casos Reales

Testimonios

Recordatorios de Valor

PASO 10: MÉTRICAS CLAVE



Tiempo de respuesta



Tasa de cierre



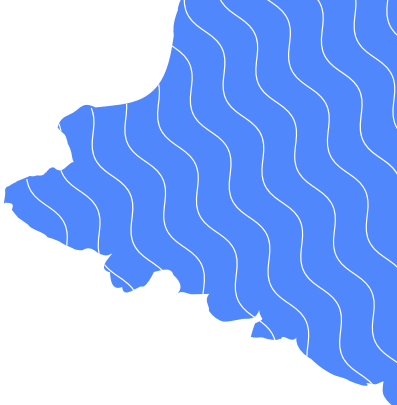
Leads calificados



Motivos de no cierre



Valor de venta



**NO LE TENGAS MIEDO A
DAR SEGUIMIENTO.**

**A veces, una venta no se
cierra en el primer intento...
ni en el segundo.**

Y RECUERDA:

“

CADA **“NO”** TE
ACERCA MÁS A
UN **“SÍ”**

”

