



---

# CONTENIDO

1. Introducción
2. Qué es un lead en marketing?
3. ¿Qué es la captación de leads?
4. ¿Cómo se consiguen los leads?
5. Principales métodos de captación de leads
6. Elementos básicos para generar Leads
7. Consejos para generar más Leads
8. Algunas cifras
9. Funnel de Conversión
10. Herramientas recomendadas
11. Conclusiones

---

# INTRODUCCIÓN

El objetivo final de toda es empresa es vender más. Para lograrlo, es fundamental hacer crecer el número de personas interesadas en nuestro producto/servicio, o lo que es lo mismo, aumentar los leads de nuestra base de datos. A mayor número de leads, mayores serán las posibilidades de conseguir nuevos clientes.

Generar leads es uno de los objetivos principales de los profesionales del marketing. Para conseguir que la maquinaria de generación de leads, y consecuentemente de ingresos, funcione al máximo nivel, es necesario, en primer lugar, conocer muy bien cómo funciona la mecánica de generación de contactos para luego poder aplicar una serie de técnicas que contribuyan a su incremento.

Las cuentas son sencillas: si por cada diez leads, conseguimos un cliente, centrémonos en convertir más para vender más. ¿Y cómo lo conseguimos? Muchas veces pensamos que la manera de aumentar el número de leads pasa por invertir mucho tiempo y dinero. Si bien se trata de una tarea que requiere esfuerzo en análisis, son muchas las tácticas que se pueden abordar sin necesidad de dedicar demasiados recursos y una inversión alta.

Aquí te quiero contar qué acciones puedes implementar para aumentar la cantidad y la calidad de tus Leads. Recuerda que siempre estamos pendientes de tus comentarios y preguntas en mis perfiles de Instagram, LinkedIn, Facebook, Twitter que puedes ver al final de este documento, o en mi sitio web [cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

## Qué es un lead en marketing?

Un lead es una oportunidad de negocio para cualquier empresa. Es decir, es una persona, que de alguna manera ha interactuado con tu web y de la que tienes su información de contacto para conducirla correctamente hacia el proceso de compra y que finalmente llegue a convertirse en cliente.

**Cómo generar más y mejores leads?**

*cesarsanchez.com.co*

---

En otras palabras, un lead en marketing no es más que un registro de un usuario interesado en los productos o servicios que ofreces, o lo que es lo mismo, un potencial cliente.



Los caminos rápidos y la compra de contactos no son buenos consejos para cultivar una base de datos rentable. Repasa las estrategias del webinar o de este e-book y construye relaciones de calidad.

Entender que conseguir leads no pasa simplemente por llenar una hoja de cálculos, comprar bases u obtener listas de manera intrusiva

es tan fundamental como ser conscientes de que la atención y la comunicación con los clientes son actitudes con convicción de servicio. Los clientes no son transacciones ni inversiones sino pilares fundamentales para maximizar el retorno de tus acciones.

## ¿Qué es la captación de leads?

Ya sabemos que es un Lead en el mundo del marketing. Ya sabemos que debemos construir nuestra audiencia de manera orgánica en el mejor de los casos, o por lo menos evitar al máximo comprar listas.

Ahora, cómo los conseguimos? A este proceso le llamamos **Captación de leads**, y se puede explicar cómo todas aquellas acciones o procesos enfocados a conseguir contactos con los que nutrir nuestra base de datos. En un proyecto de Inbound marketing consistiría en la fase Convert o Conversión.

**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

---

## Características básicas de un lead:

El único dato totalmente imprescindible es la dirección **email**.

También es obligatorio que dichos leads hayan aceptado previamente la política de privacidad de la empresa puesto que de otra forma no es legalmente posible hacerles seguimiento y enviarles más comunicaciones.

Como bien dice **Seth Godin**, empresario estadounidense de origen judío y referente del Marketing, la clave está en ofrecer productos y contenidos brillantes a un segmento de potenciales clientes que espera ansiosamente una propuesta memorable.

Esto no implica que debas realizar envíos masivos de anuncios intrusivos que solo cansan la vista y agobian el deseo de compra por parte del potencial consumidor. Precisamente, desde **Living36**, mi agencia digital, promovemos acciones que se encuentran en las antípodas de lo invasivo. El Marketing del Permiso ofrece la posibilidad de que sea el usuario quien acepte recibir nuestros mensajes y Campañas de Email Marketing.

---

*“Piensa en el mercado más pequeño concebible y describe un producto que lo abrume siendo extraordinario.”*

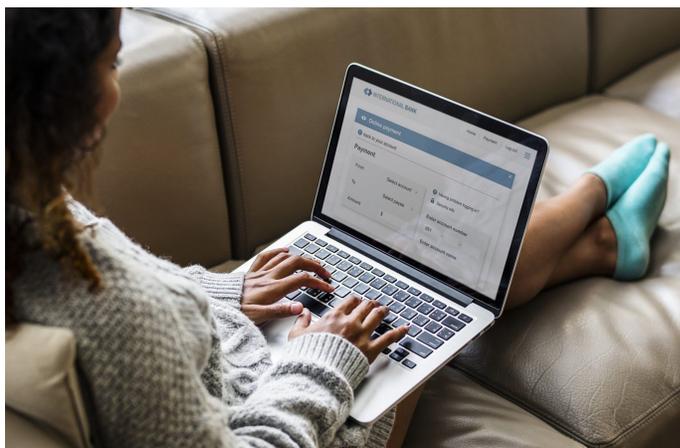
---

Esta revolución sobre el marketing tradicional implica invertir el esquema de negocios y rescindir la estrategia push (basada en empuje, la presión y la insistencia) por la habilidad pull (atracción e información al consumidor para que éste decida), alternando los roles y pidiendo permiso para ofrecer comunicaciones de calidad que demuestren lo valioso que eres.

Ten presente que si caes en la tentación de comprar bases de datos, puede que nunca se interesen por lo que le ofrezcas y jamás lleguen a abrir un Email tuyo. Los resultados de esta acción serán negativos y tus esfuerzos se irán por la borda con un sabor extremadamente amargo.

**Cómo generar más y mejores leads?**

¡Pero no te preocupes! El primer impulso que debes lograr es que tu prospecto decida suscribirse a tu base de datos y esté plenamente interesado en recibir tus novedades y promociones. Así te evitarás el engorroso error de que tu potencial cliente tenga en su casilla de correo algo que no ha aceptado o permitido.



Los leads que generes de manera orgánica, o mejor, que estén voluntariamente expresando interés en tus productos o servicios, permiten ejecutar acciones más avanzadas como lead scoring, que sirve para clasificar los leads y detectar a los más preparados para la compra, y lead nurturing, acción consistente en el envío de cadenas

de emails personalizadas con el fin de acompañar a un usuario durante el ciclo de compra de un producto o servicio.

## ¿Cómo se consiguen los leads?

Quiero que tengas claro que debes construir un proceso de captación de leads enfocado en generar visitantes de calidad. Miremos el siguiente esquema:



Problema / Necesidad



Anuncio / Campaña



Tráfico de calidad



Landing Page



CRM



Gestión comercial



Cierre

Y aquí quiero resaltar que todo el proceso inicia por la identificación clara y específica de las necesidades y problemas de tus buyer persona. Si tus mensajes no son claros, o no hablan en función de esos elementos, no podrás generar tráfico de calidad. Tu

**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

---

comunicación sería muy genérica, y muy amplia para tu audiencia, de tal manera que tendrás muchos visitantes que no cumplan con el perfil que buscas.

---

*“Todo tu proceso de generación de Leads, empieza y depende principalmente del entendimiento claro y super específico de las necesidades de tus clientes. Así lograrás generar tráfico de calidad, tasas más altas de conversión y un mayor volumen de cierres.”*

---

Para conseguir leads necesitamos que los usuarios visiten nuestra web o blog o tengan algún tipo de interacción con la marca, por ejemplo que nos dejen su email al visitar un vídeo interactivo o un anuncio de Google Ads o Facebook Ads. De esta manera, su email quedará guardado en la base de datos de la empresa y pasará a ser un nuevo registro sobre el que poder poner en marcha acciones de marketing digital.

Para conseguir leads se pueden poner en marcha varias acciones en los distintos canales digitales de la empresa e incluso utilizar el canal offline.

□ **U**n lead puede ser un Email, un número de teléfono o un cliente entrando por la puerta de tu negocio. Representa el potencial cliente con el que es fundamental mantener una cuidadosa relación desde que se lo conoce hasta que concreta la compra. En ese tiempo es vital que lo mantengas lo suficientemente interesado como para que se convierta en un cliente.

Recuerda que en el Marketing Digital sin leads no hay ventas y por ello debes alimentarlo hasta transformarlo en consumidor. Sé dinámico en esta pirámide invertida sobre cómo manejar el activo del embudo: si de 1000 visitas en tu sitio logras concretar 10 ventas no pierdas la astucia y esfuérate por retribuir a tus 990 leads.

Convertir a un completo extraño en un lead y luego en un prescriptor o cliente implica de tu parte un largo camino de fidelización en donde la información que puedas recabar

**Cómo generar más y mejores leads?**

---

sobre sus gustos, preferencias y necesidades será angular para lograr acercamiento, captarlo y transformarlo. Así, el contacto por parte de tu equipo de venta será efectivo porque entenderá sus necesidades, sabrá cómo ser cortés y gratificarlo.

En los siguientes apartados del artículo vamos a ver algunos de los métodos más efectivos a la hora de generar leads.

# Principales métodos de captación de leads

## Descarga de contenidos descargables

Dentro de una estrategia de Inbound Marketing, uno de los principales canales de consecución de leads es a través de contenidos descargables: ebooks, guías, plantillas, checklists, comparativas... vinculados a los contenidos de un Sitio web preferiblemente con un Blog.



La estrategia para captar leads mediante este canal es la siguiente:

→ **En primer lugar**, un usuario entra en nuestro blog (que previamente se ha posicionado en los buscadores mediante las técnicas adecuadas de posicionamiento orgánico) atraído por contenidos que encajan con sus intereses y/o necesidades.

**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

---

→ **Una vez en nuestro blog**, se invita al usuario a dejar sus datos para poder descargarse o acceder a contenidos gratuitos de mayor calidad: ebooks, infografías, webinars, etc. Se trata de contenidos complementarios a los artículos o posts que puede encontrar en el blog, de un nivel más avanzado y de mayor calidad. Cuando el usuario deja sus datos, pasa a ser un lead de la base de datos de la empresa.

## Suscripción a unos contenidos por email

Un newsletter es un boletín electrónico que se distribuye por email, casi siempre insertado en el mismo cuerpo y con las siguientes características básicas:

- Periodicidad variable: semanal, mensual, trimestral...
- Suelen recopilar diferentes artículos de una empresa, marca o sector.
- También puede incluir una selección de los mejores artículos del blog.
- Los tipos de contenidos predominantes son informativos.

Se pueden conseguir leads con una newsletter de dos maneras distintas:

□ **U**n Newsletter puede usarse como un tipo de contenido de calidad en sí mismo, al que el usuario solamente puede acceder suscribiéndose, por lo que al menos nos tendrá que dejar su dirección de email.

□ **T**ambién se pueden difundir y linkear landing pages en la newsletter en las que el usuario tenga que dar sus datos para descargarse algún contenido o información.

Un boletín o newsletter bien diseñado y con contenidos interesantes puede ser un canal muy eficaz para la captación de leads por su capacidad de trabajar en tres frentes distintos:

1. **Atracción previa de tráfico**, ya sea en nuestro web, blog o posicionada en las redes sociales.
2. **Mejora de la conversión** en forma de suscripciones o dirigiendo a los usuarios a un landing page con otros contenidos descargables.

**Cómo generar más y mejores leads?**

- 
3. **También se puede usar para seguir manteniendo contacto** con los usuarios, ayudando a su seguimiento y maduración. Esta forma de captar leads es idéntica a la estrategia con contenidos descargables, pero en este caso se utilizan como gancho determinadas ventajas para los usuarios que nos dejen sus datos en un formulario como:
- Cupones o vales de descuentos.
  - Oferta especiales y personalizadas.
  - Códigos promocionales para obtener descuentos en compras online.
  - Descuentos directos en las compras de productos o servicio.

## Concursos en la página web o redes sociales

Los concursos y sorteos online son también un buen sistema de captación de leads, sirviendo además para conocer mejor tu target, prepararles para la compra y fidelizarlo.



Nada más divertido que utilizar por ejemplo los **Quizzes** como estrategia de suscripción. Un quiz es un juego o concurso online en el cual los jugadores ganan si responder en forma correcta una serie de preguntas. La mecánica de esta estrategia de gamificación hará que la fidelidad conforme un círculo virtuoso empezando con la diversión compartida en el juego.

Otras ventajas de este tipo de estrategias son:

- Los sorteos y concursos son muy sencillos de implantar tanto en webs y blogs como en redes sociales.
- Ofrecen una experiencia muy cercana al cliente.
- Sirven tanto para atraer al usuario por vez primera como para generar leads.

**Cómo generar más y mejores leads?**

---

## Algunas ideas

**Concursos de hashtags.** Consisten en animar a los usuarios a tuitear o subir publicaciones a las principales redes sociales con contenidos generados por ellos mismos que tengan algún tipo de relación con nuestra empresa o marca. Los tuits mejores pueden ser premiados de algún modo, pero para optar a esta recompensa deben dejarnos sus datos en un formulario y convertirse en leads.

**Concursos de fotos.** Ideales para dinamizar tu comunidad de usuarios, especialmente en Instagram. Una opción es animar a los usuarios a subir fotos relacionadas, directa o indirectamente, con nuestra marca y que el resto elija un ganador. Puede ser un concurso limitado a las personas que sean leads de nuestra empresa, para así asegurarnos que nos dejen sus datos.

**Campañas con influencers.** También se puede combinar el típico sorteo con la participación de algún influencer con unos valores o imagen que se puede relacionar con nuestra marca. El influencer puede ser la persona encargada de dar el premio o la recompensa, siendo también indispensable que las personas que deseen participar nos dejen su datos en un formulario.

## Vídeos

Otra forma de captar leads es a través de vídeos de plataformas como YouTube, LinkedIn, Instagram, Facebook o en la propia web o blog. Como ocurre con los newsletters, los vídeos pueden utilizarse como contenido de calidad o premium, al que el usuario puede acceder mediante suscripción y de esta forma conseguir un lead directamente.

**Cómo generar más y mejores leads?**



Otra forma de captar leads es incrustando un link a una landing page en el propio vídeo que conduzca a un formulario donde el usuario nos deje sus datos a cambio de otros contenidos u ofertas comerciales.

**¿Dónde se pueden añadir los links a la landing page?** Existen diversas opciones:

- **En la pantalla final de YouTube.** Es la pantalla que se visualiza en el momento que el usuario ha terminado de ver el vídeo y consiste en un menú donde este puede escoger qué acciones realizar a continuación, siendo una de ella el clicar a un enlace de tu web.
- **En la descripción de los vídeos.** Tanto en YouTube como en otras plataformas de vídeos online como Vimeo o DailyMotion permiten añadir una descripción en cada uno de los vídeos que podemos aprovechar para añadir el link.
- **Mediante el botón “i” de YouTube.** A estos botones se les conoce como tarjetas de YouTube y permiten añadir textos y un menú con links gráficos.
- **Links en el propio vídeo.** También se puede añadir textos con links dentro del video, de esta forma el usuario puede hacer clic sobre el mismo mientras lo está visualizando.
- **Formularios incrustados en el vídeo.** En vez de un link que lleve a una landing page existe también la posibilidad de colocar un formulario directamente en el vídeo para que el usuario pueda poner sus datos.

## Campañas en Facebook Ads

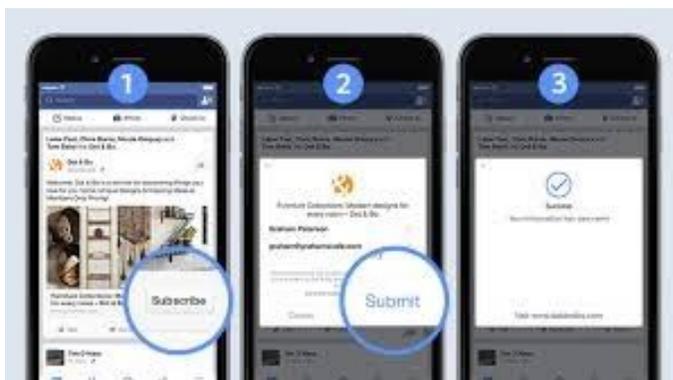
Facebook cuenta con una plataforma publicitaria, Facebook Ads, muy interesante por su facilidad de uso y eficacia a la hora de rentabilizar nuestras campañas, en gran parte por sus grandes posibilidades de segmentación de nuestra audiencia.

**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

Podemos colocar nuestros anuncios tanto en la sección de noticias como en la parte derecha de la pantalla, dirigiéndonos exclusivamente al tipo de público que más nos interesa.

Recordemos que Facebook Lead Ads permite captar leads sin salir de la red social.



Con el objeto de optimizar la captación de leads, la plataforma de Zuckerberg ha puesto en marcha Facebook Lead Ads, un nuevo formato que permite la generación o captación directa de leads sin ni siquiera tener que salir de la red social para clicar en una landing page.

***Veamos cómo funciona este sistema:***

1. Lo primero que tienes que hacer es crear una campaña de anuncios Lead Ads para que lo puedan ver tu público objetivo de Facebook.
2. Cuando el usuario clica sobre el anuncio, se le abre directamente un formulario para que introduzca sus datos.
3. Una vez ha rellenado el formulario, el usuario es redirigido directamente a una página de descarga, agradecimiento, etc.
4. También se puede generar un correo automático con el contenido prometido a través de la herramienta adicional **ConnectLeads**.

## **Colaboraciones con otras empresas**

En ocasiones, las empresas recurren a colaborar entre ellas para conseguir un mayor número de leads. Estas son las principales estrategias de colaboración:

- **Intercambios de bases de datos** compartiendo contenidos descargables en sus emails para los leads. De este modo, las personas que se los descarguen pasan a ser leads de la empresa.
- **Elaborar ebooks co-branded**. Son ebooks que se redactan entre dos o más empresas y de esta forma pueden compartir los contactos de sus

**Cómo generar más y mejores leads?**

---

bases de datos, ya que los usuarios aceptan la misma política de uso publicitarios de sus datos.

## Acciones offline

Aunque la captación de datos se suele asociar con acciones online, también se pueden poner en marcha acciones fuera del ámbito digital (acciones offline) con este fin. Estas son las principales:



- **Publicidad directa por correo tradicional.** Para que sea efectiva para la generación de leads, esta publicidad debe estar muy segmentada y personalizada. Para conseguir leads tenemos que intentar convencer al usuario que nos envíe sus datos en un formulario en papel (para reenviar gratuitamente por correo postal) o bien online a cambio de algún regalo, oferta, promoción especial, demostración gratuita, etc.
- **Televisión, radio y prensa escrita.** Es necesario elegir muy bien el horario de emisión de esta publicidad (eligiendo la franja horaria más económica) y buscar un nicho de audiencia muy concreto. Debemos facilitar e incentivar que los usuarios nos dejen sus datos de algún modo: llamándonos por teléfono o a través de una web a cambio, obviamente, de algún tipo de ventaja.

### Cómo generar más y mejores leads?

- 
- **Eventos.** Los seminarios, las ferias, los congresos, etc. pueden ser canales muy efectivos de generación de leads, puesto que a estos suelen acudir personas con un gran interés sobre los productos y servicios de nuestra empresa. Es labor del equipo comercial de la empresa o relaciones públicas conseguir que los visitantes nos proporcionen sus datos. Si tu eres uno de los organizadores, haz que los sorteos y los stands sean atractivos y brinden algo distintivo a cambio de los datos de los asistentes.
  - **Street Marketing.** Son acciones de marketing de guerrilla, muy originales e impactantes que se realizan en plena calle. Aprovechando la atracción de curiosos para ver estos actos, el equipo de relaciones públicas puede aprovechar para captar leads a cambio de alguna ventaja, como entrar en un sorteo especial.

## Herramientas gratuitas o servicios de prueba.

Nadie se molestaría en registrarse en tu web si realmente no está interesado en probar el servicio que ofreces. No tienes que hacerlo con todos los productos. Por ejemplo, servicios tipo SaaS que puedes probar gratis por un mes y, si no te gusta, simplemente deja que se cancele.

# Elementos básicos para generar Leads

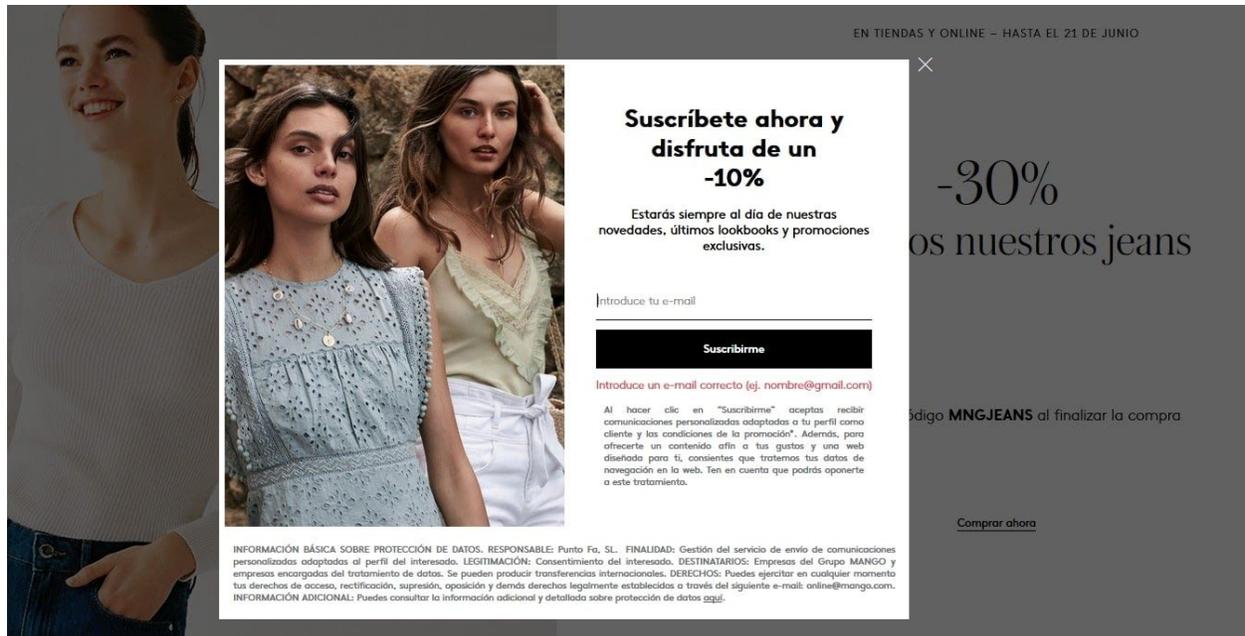
## Una Oferta

Se trata de una pieza de contenido percibida de alto valor para el usuario, por ejemplo: guías, ebooks, manuales, plantillas, checklists, casos de éxito, tests, calculadoras, consultas gratuitas, demostraciones de productos, etc.

Si tienes una tienda online, esta es una buena opción para captar leads. Seguro que no es la primera vez que estás buscando un determinado artículo en Internet, aterrizas en una web y te ofrecen un 10% de descuento si te unes a su newsletter. ¡Aquí las posibilidades de conversión son muy altas!

**Cómo generar más y mejores leads?**

A continuación te dejo un ejemplo de cómo lo hace Mango, seguro que puedes sacar alguna idea para tu web:



EN TIENDAS Y ONLINE - HASTA EL 21 DE JUNIO

**Suscríbete ahora y disfruta de un -10%**

Estarás siempre al día de nuestras novedades, últimos lookbooks y promociones exclusivas.

Introduce tu e-mail

**Suscribirse**

Introduce un e-mail correcto (ej. nombre@gmail.com)

Al hacer clic en "Suscribirse" aceptas recibir comunicaciones personalizadas adaptadas a tu perfil como cliente y las condiciones de la promoción". Además, para ofrecerte un contenido afín a tus gustos y una web diseñada para ti, consentes que tratemos tus datos de navegación en la web. Ten en cuenta que podrás oponerte a este tratamiento.

INFORMACIÓN BÁSICA SOBRE PROTECCIÓN DE DATOS. RESPONSABLE: Punto Fa, S.L. FINALIDAD: Gestión del servicio de envío de comunicaciones personalizadas adaptadas al perfil del interesado. LEGITIMACIÓN: Consentimiento del interesado. DESTINATARIOS: Empresas del Grupo MANGO y empresas encargadas del tratamiento de datos. Se pueden producir transferencias internacionales. DERECHOS: Puedes ejercitar en cualquier momento tus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición y demás derechos legalmente establecidos a través del siguiente e-mail: [online@mango.com](mailto:online@mango.com). INFORMACIÓN ADICIONAL: Puedes consultar la información adicional y detallada sobre protección de datos [aquí](#).

30%  
os nuestros jeans

Edigo MNGJEANS al finalizar la compra

[Comprar ahora](#)

## CTA (Call to action o llamada a la acción)

Un CTA o llamada a la acción (CTA, por sus siglas en inglés): es un texto, imagen o botón que enlaza directamente con la landing page o página de aterrizaje en la que los usuarios encontrarán información de la oferta y se la podrán descargar.

¿Te imaginas un formulario de suscripción o de contacto sin una buena llamada a la acción? ¿U ofrecer un ebook sin un botón visible que indique que hay que descargarlo?

Ten en cuenta que un CTA es un botón, pero tienes que trabajar en él para que llame la atención de tus usuarios y hagan clic sobre él. El copy que utilices, el color o donde lo coloques tendrá un impacto u otro en las conversiones de tu página web.

## Landing Page

Si eres de los que aún se preguntan por qué utilizar landing pages y no dirigir el tráfico directamente a una homepage, es importante que sepas que tu sitio web destruye las conversiones. En cambio, las landing o páginas de aterrizaje permiten dirigir al usuario al objetivo que tú quieres lograr.

### Cómo generar más y mejores leads?

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

Una página de aterrizaje, o más conocida como landing page, es una página de tu web a la que llegan tus visitas desde una fuente externa como una promoción que lanzas en tus anuncios, un banner en otra web o desde los propios motores de búsqueda. Es la página web que contiene información sobre una oferta particular y un formulario para descargarla.



Ejemplos de Landing Page exitosas. Shopify, Mixpanel, Wishpond...

Frente a la amplia cantidad de información o ruido que tiene un sitio web, y con el riesgo de perder potenciales clientes en el recorrido, la Landing Page te permite centrar en una página el objetivo específico que tiene tu Estrategia de Generación de Leads.

¿Su principal objetivo? Recopilar registros o, lo que es lo mismo, generar leads.

Pero ¿cómo conseguirlo? Si quieres captar los máximos registros posibles y generar leads en tu web, es importante tener en cuenta algunos consejos:

## Cómo generar más y mejores leads?

cesarsanchez.com.co

- 
- **Permitir al usuario continuar un camino:** Esto implica que al hacer click en la invitación o anuncio de la Campaña, lo reciba una landing correspondiente en términos de contenido y diseño, enfocada en el anuncio y mensaje previo.
  - **El título de la página tiene que ser consistente.** Es decir, si llega a tu web a través de una promoción que ha visto en Facebook o en cualquier otro canal, el título y demás contenido ha de ser consistente con la oferta que has publicado. No rompas las expectativas del usuario.
  - **Mantener la promesa y agregar valor:** Proporciona respuestas a lo que la persona está buscando y evita todo tipo de rebote ofreciendo otras cosas. Bríndale más detalles del producto, beneficios y datos útiles para el uso o consumo.
  - **Crea un formulario de registro simple.** Cuantos menos campos haya, mayor es la posibilidad de conversión.
  - **Lograr una página fácil de entender:** Que el mensaje sea conciso y la estructura del contenido limpio. Estos factores permitirán centrar la atención del cliente en el beneficio de tu propuesta.
  - **Realiza un test A/B.** Prueba a cambiar la disposición de los elementos o el contenido de tus llamadas a la acción, es una forma de comprobar qué funciona mejor y aplicarlo en tu web. Es la mejor manera de rentabilizar una landing page y aumentar el retorno sobre la inversión de tu Campaña. Prueba ofrecer lo mismo pero con distinta estructura, diseño, llamados a la acción y distribución de los elementos. Así sabrás qué contenido se comprende mejor y cual alcanza un mayor volumen de conversión.

## Formulario de registro

Sirve para recoger los datos de un usuario (nombre, dirección postal, email, puesto en la empresa, etc.) a cambio de una oferta descargable.

Si tienes un blog de cocina, un periódico local digital o habitualmente públicas ofertas interesantes en tu agencia de viajes online, una buena opción es añadir un formulario de suscripción para generar leads. Seguro que quien te lee habitualmente, o incluso el que acaba de conocer tu blog y le ha gustado, está interesado en volver a saber de ti.

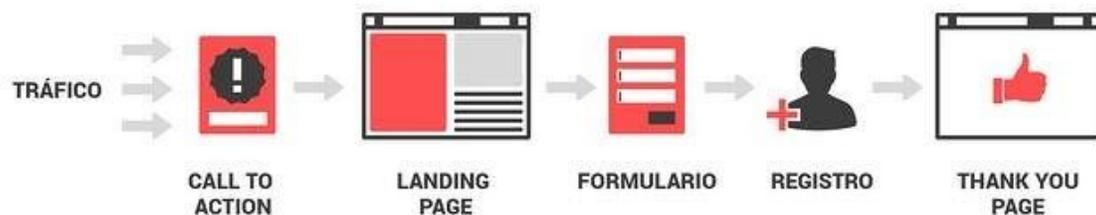
**Cómo generar más y mejores leads?**

---

*“Es importante que se lo pongas sencillo a tus clientes. Nadie te deja los datos así sin más, y mucho menos si pides datos tan comprometidos como el número de CC o su dirección. ¡Eso nunca!”*

---

Trata de crear formularios de suscripción sencillos, incluye como mucho los campos del nombre e email; suficiente como para contactar con tus leads más adelante. Los usuarios somos cada vez más reacios a facilitar nuestra información personal.



## ¿En qué canales podemos generar leads?

### Marketing de Contenidos

El marketing de contenidos consiste en preparar y publicar contenidos de valor que sean de interés para tu público objetivo y que le hagan avanzar en su proceso de compra hasta la adquisición del producto o servicio de la empresa.

**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

Si quieres destacarte y que tus potenciales clientes te busquen por tus comunicaciones exclusivas, enfócate en ser atractivo y ofrecer material de calidad. Este es un buen método para generar leads porque aporta valor añadido.



Fuente: Triario

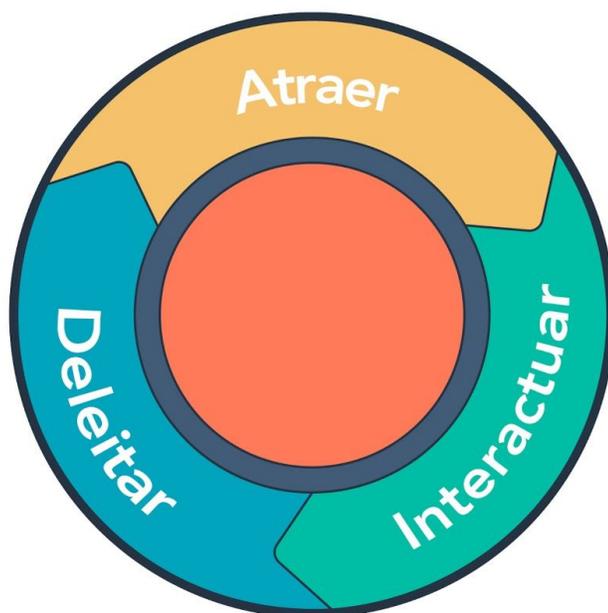
El funcionamiento es el siguiente: a través de los contenidos de un blog y técnicas de atracción de tráfico (SEO, SEM, redes sociales...), se atraen usuarios a la página web de la empresa. Una vez allí, estos usuarios encontrarán ofertas relacionadas con los contenidos y más completas, que podrán descargarse a cambio de dejar algunos de sus datos.

**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

De esta manera, estos visitantes anónimos pasarán a formar parte de la base de datos de la empresa.

Recuerda que debes ser coherente entre lo que ofreces y lo que pides. Nada más desilusionante que completar un extenso formulario y recibir a cambio dos simples hojas con contenido redundante. También es interesante realizar Guest Posting y acciones de partnership ofreciendo material de excelente calidad con beneficios para ambas partes.



### Herramientas para Atraer

- Calling
- Prospectos
- Plantillas de correo electrónico
- Programación de reuniones
- Bots conversacionales

### Herramientas para Interactuar

- Negocios
- Video
- Guías prácticas
- Secuencias de correos electrónicos
- Automatización de ventas

### Herramientas para Deleitar

- Cotizaciones
- Automatización de ventas
- Notificaciones inteligentes
- Bandeja de entrada de conversaciones
- Asignación de conversaciones

Fuente: Hubspot

**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

---

## Publicar en Redes Sociales

Aquí puedes aprovechar y compartir el contenido realizado en el blog u otros medios, y así llegar a una mayor audiencia.

También puedes hacerlo con contenidos descargables para dirigir a los usuarios a las landing pages en las que podrán acceder a ofertas a cambio de sus datos.



En las redes sociales también puedes optar por compartir contenidos más interactivos que te hagan aumentar tu captación de leads, algunas ideas son: tests, calculadoras, encuestas...

Haz que el tiempo invertido en Social Media logre nuevos usuarios y consumidores. No te centres solamente en el Branding y la

atención al cliente a través de las redes sino en generar ventas a través de ellas. Puede que el uso de estas plataformas sociales sea lo que está faltando a tu acción estratégica.

## Captación mediante vídeos

En los últimos tiempos, estamos viendo cómo el vídeo se ha convertido en una de las principales herramientas dentro de una estrategia de marketing digital. De hecho el video es una de las Tendencias que hemos hablado en mi E-book **Las últimas tendencias de marketing digital**, que puedes descargar [aquí](#). Los usuarios son cada vez más adeptos a este formato y lo podemos aprovechar para conseguir contactos.

Una estrategia que puedes plantear es recopilar el material que se trata en el propio vídeo, así como material complementario que pueda interesar al usuario y ofrecérselo al ver el vídeo. De este modo, puede tener toda la información recogida y tú habrás captado un nuevo lead. ¿Qué te parece?

**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

---

## Anuncios de pago

La publicidad de pago es una de las estrategias que mejor ratio de conversión tiene, siempre que segmentes y planifiques bien la campaña. Con la inserción de anuncios en buscadores puedes dirigir la publicidad a tus clientes potenciales que están interesados en obtener información sobre un servicio o producto determinado, facilitando, así, la generación de leads.

La principal plataforma que se emplea en las campañas SEM es Google AdWords o recientemente llamada **Google Ads**. La variedad de tipos de anuncios que ofrece este buscador hace que cualquier empresa encuentre respuesta a sus necesidades publicitarias.



Las posibilidades que nos ofrece Google van más allá de los buscadores, ofreciendo también campañas en fichas de producto, campañas en un ámbito local... Y esto hace que el alcance no solo sea mayor, sino que esté dirigido a tu público objetivo logrando un impacto mayor del que te genera cualquier otra técnica.

Otra opción es apostar por la publicidad en redes sociales (Facebook Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads, Instagram Ads...), canales que también permiten una alta segmentación y con los que podrás aumentar tu volumen de leads.

## Seminarios y capacitaciones online

Los webinars, hangouts o podcasts (contenido en formato audio que se puede compartir en Apple Podcasts, Google podcasts o Spotify), además de estar de moda, son canales para debatir nuevas ideas o noticias de la industria, fidelizar y generar buenas bases de datos. ¡No tengas miedo al micrófono! Con tan solo preparar tu seminario con información relevante puedes hacer de este medio el principal proveedor de suscriptores.

### Cómo generar más y mejores leads?

---

# Claves para generar más Leads

## Estudia a tu audiencia

No nos cansaremos de recordarte lo importante que es conocer a tus potenciales contactos. Si tienes oportunidad de hacer estudios de mercado y conocer mejor cómo son las personas que podrían necesitar tu producto o servicio, no dudes ni un segundo en hacerlo.

---

*“Define los perfiles de tus buyer personas, que les gusta, cuáles son sus intereses y preocupaciones, sus necesidades y sueños.”*

---

Mientras más profundo sea tu nivel de información con respecto a tu público objetivo, mejores oportunidades tendrás de convertir leads.

Conocer las keywords o palabras clave con la que los usuarios buscan información, facilitará tu proceso de generar contenido interesante que se traduzca en leads.

## Crea Contenidos Irresistibles

Debes encargarte de que tus ofertas de contenido sean realmente atractivas, esto pasa por generar valor y satisfacer esas necesidades que te aconsejamos conocer en el punto anterior.

Recuerda que la acción más sencilla que podemos realizar en internet es cerrar una ventana e ignorar una oferta.

Debemos ser lo suficientemente atractivos e inteligentes a la hora de ofertar nuestro contenido, desde escoger un tema interesante hasta crear el CTA efectivo.

**Cómo generar más y mejores leads?**

---

Si ya sabes qué es lo que quieren, tienes la mitad del camino transitado hacia la generación de leads.

Investiga palabras clave y mira cuáles son los encabezados más visitados y compartidos. Es sumamente importante que tus títulos sean poderosos.



Basa tu contenido en datos, información de tus lectores y conversaciones en redes sociales. Incluso mira el tráfico en tu propia página: observa qué contenidos son más populares para tener una idea de los tópicos de mayor interés para tu audiencia.

No escatimes tiempo y esfuerzo en la redacción de tus contenidos. Un contenido de calidad es lo que marcará una verdadera diferencia.

Si el contenido es bueno se traducirá en más leads para tu negocio. Si no lo es, habrás perdido tiempo y recursos.

## **Promociona tu Contenido**

Cuando ya tienes varias ofertas de contenido, sobre diferentes temas de interés y en todo tipo de formatos, es hora de difundirlos y promocionarlos.

Piensa en canales diferentes a los que usas generalmente. Evalúa hacer alianzas de co-marketing con otras empresas complementarias a la tuya.

Esta estrategia te permitirá potenciar el alcance de tus contenidos sacando provecho de la comunidad de otros bloggers con audiencias similares a la tuya.

No te olvides de las redes sociales, representan canales efectivos para la promoción de tus contenidos.

**Cómo generar más y mejores leads?**

*cesarsanchez.com.co*

---

▣ **D**ebes tener presente el lenguaje más adecuado en estas plataformas: sé más cercano, no intentes venderte, sino mostrar tu interés por ayudar o solucionar un problema.

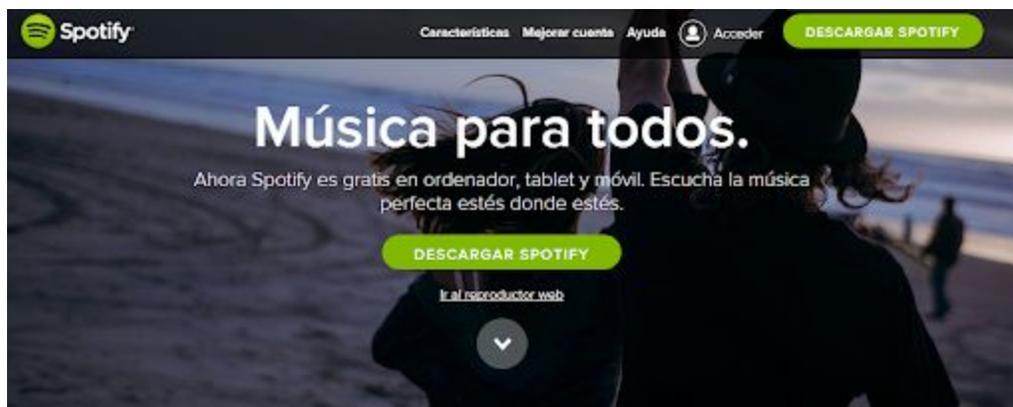
Si tienes la oportunidad de conectar con influenciadores también tendrás una gran posibilidad de aumentar tu alcance.

En social media el contenido interesante y de calidad se comparte rápidamente, no pierdas el chance de llegar a nuevos lectores y posibles leads.

## Crea CTA Poderosos

Como ya debes saber los llamados a la acción son un paso fundamental en la conversión de un lector en un lead.

Tu contenido puede ser muy bueno, tu oferta maravillosa, pero si el CTA no está ubicado en el lugar correcto o no tiene un diseño suficientemente atractivo, no valdrá de nada.



Ubícalo en un lugar fácil de detectar, utiliza verbos que impacten, no te quedes con el desabrido “enviar”. Eso sí, sé siempre conciso y claro, que no haya dudas de lo que el usuario podrá conseguir al hacer click.

Usa colores que hagan contraste con tu página, incluso podrías probar tipografías diferentes que capten la atención de tu lector rápidamente.

- Colocar la llamada a la acción en un lugar muy visible.
- Utilizar colores contrastados para que resalten lo más posible.

### Cómo generar más y mejores leads?

- 
- Enlazar la CTA con una página de aterrizaje personalizada.
  - Prueba distintos formatos de CTA mediante tests A/B para comprobar cuál funciona mejor.

---

*“El éxito de una buena estrategia comercial es la generación de un valor superior para el cliente, que resulte de una combinación entre sus expectativas y las posibilidades de la empresa.” Peter Druker.*

---

## **Que no Escapen de tus Landing Pages**

Una vez que ha funcionado tu llamado a la acción y el lector decide depositar su confianza en tu marca, todavía hay una etapa más que debes superar: tener una landing page eficiente.

La gran ventaja de tener una landing page es que puedes dirigir a un posible lead hasta una página donde tenga información exclusivamente de tu oferta, sin distracciones.

□ **D**ebe ser una página limpia que desde el titular deje bien claro qué está ofertando y cuál es su utilidad. Recuerda que todavía debes convencerlo de llenar un formulario y esta es tu última oportunidad de lograrlo.

Haz una breve descripción de la oferta, ni muy larga ni muy corta, que ofrezca una mirada completa y sintetizada de lo que obtendrá. Destaca los beneficios.

Que sea una página bonita, con buen diseño y una imagen atractiva. Y no olvides dejar el formulario a la vista.

- Diseñar páginas atractivas y con todos sus elementos fácilmente localizables y en la ubicación adecuada.
- Piensa en móvil. El tráfico por estos dispositivos cada vez es más importante. Debes construir una experiencia rápida, fácil y efectiva.

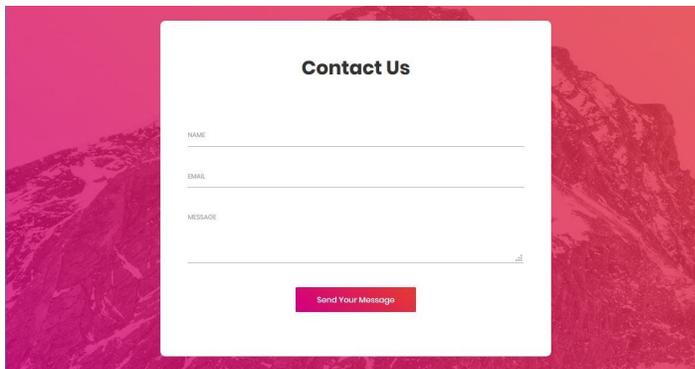
**Cómo generar más y mejores leads?**

- Una vez que el usuario llega a la landing page, eliminar la navegación principal con el objeto de facilitar que se quede y acabe proporcionando sus datos.
- Hacer coincidir el título de la landing page con su CTA correspondiente.
- Enfatizar los beneficios de la oferta.
- Explícale al usuario todos los beneficios que conseguirá si se descarga el contenido de la página o accede a la oferta.

## Diseña Formularios Exitosos

El formulario finalmente es la herramienta o paso que concretará el registro de un nuevo lead para tu empresa. Esto quiere decir que debes hacer el mejor formulario posible.

Aunque no existe una única fórmula de cuántos campos deberías pedir a tus usuarios que completen, te aconsejamos que solo pidas los necesarios.

A contact form titled "Contact Us" is displayed on a white background. It features three input fields: "NAME", "EMAIL", and "MESSAGE". Below the "MESSAGE" field is a red button with the text "Send Your Message". The form is set against a background image of a mountain range.

Recuerda que una vez que tengas los datos de tus leads tendrás nuevas oportunidades de solicitarles más información.

Por ahora te debes asegurar de que te dejen al menos su nombre y correo electrónico para mantener una comunicación más directa con

ellos.

- Pedir solo los datos básicos y necesarios para evitar formularios demasiado largos.
- Animar y facilitar que el usuario rellene el formulario con una buena oferta y un botón llamativo.
- Distribuir el formulario de manera que parezca más corto. Por ejemplo, puedes solicitar dos campos en una misma fila.
- Añadir mensajes que garanticen la privacidad y seguridad del usuario

### Cómo generar más y mejores leads?

---

## Modifica el botón del formulario

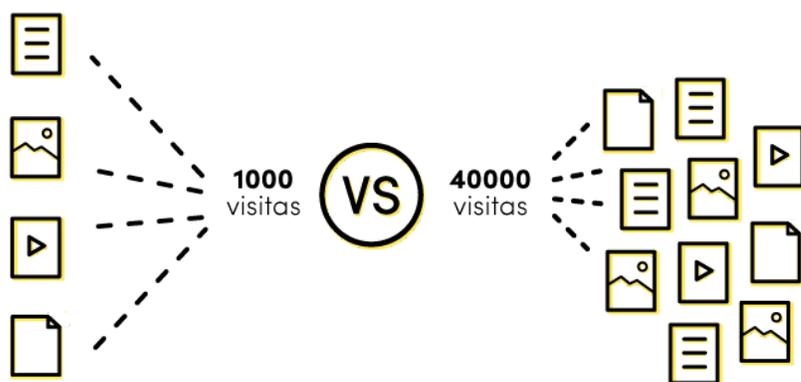
Si estamos en un formulario de descarga de un ebook, ¿por qué utilizar el típico mensaje de “enviar” en el botón del formulario? Aprovecha para crear un texto más atractivo. Nosotros utilizamos “Dámelo”, pero utiliza un lenguaje que resulte familiar a tus usuarios.

Modifica también el estilo del botón para hacerlo más llamativo. Colores, tamaño, tipo de letra... Nosotros aumentamos el tamaño del botón y conseguimos un 57% más de leads.

## Publica más contenido

Si a través de un post estás consiguiendo llevar a tus usuarios a una landing page con una oferta, crea más contenido asociado a ella, de forma que sean más las opciones de convertir usuarios.

En nuestro caso, por cada nuevo post, con diferentes formatos, que creamos asociado a la misma oferta, aumentamos el número de leads en un porcentaje medio del 120%.



**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

## Cambia el título de tus contenidos (constantemente)

¿Recuerdas cómo crear el título perfecto para tu post? Nosotros hemos llegado a obtener un aumento del 350% al cambiar el título de uno de nuestros ebooks. De “Guía de Inbound Marketing” a “Qué es el Inbound Marketing y para qué lo necesitas”.

No tengas miedo a probar. Cambia el título de tus contenidos y mide. ¿Cuál te funciona mejor? ¿Qué seduce más a tu audiencia?

## Crea contenidos para todas las fases del proceso de compra

Tus usuarios son diferentes. Y como tales, sus necesidades no son las mismas. Aprovecha esto para crear contenidos específicos para cada una de las fases por las que pasa el usuario durante el proceso de compra.

A mayor variedad de contenido, mayor será el porcentaje de visitantes que podrás convertir. Y también, más fácil será segmentar los leads según tus buyer personas.



**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

---

## Y lo más importante: Generar leads de calidad

Estarás de acuerdo conmigo en que de nada te vale tener una base de datos enorme, si sabes que la probabilidad de que se conviertan en clientes es prácticamente nula.

Por ejemplo, imagínate que tienes un pequeño negocio de ropa infantil y lanzas un sorteo en Facebook de un iPhone X a cambio de una suscripción en tu web. Podrás recopilar 2.500 direcciones de correo electrónico, pero ¿todas ellas pertenecen a potenciales clientes? ¿Crees que todas esas 2.500 personas están pensando en comprar ropa de bebé? Cualquiera se registraría con el único objetivo de ganar un smartphone, pero muy difícilmente llegarán a convertirse en clientes.

## Últimos consejos

- Limita las ofertas de contenido en tiempo y cantidad. Esto hace más urgente la realización de una acción, motivando a tus usuarios a registrarse en el momento porque puede que mañana hayan perdido esa oportunidad.
- Ofrece valor con formatos de contenido atractivos y que de verdad demuestren ser de gran utilidad: ebooks, webinars, plantillas, etc.
- Trata que tus páginas de aterrizaje estén personalizadas.

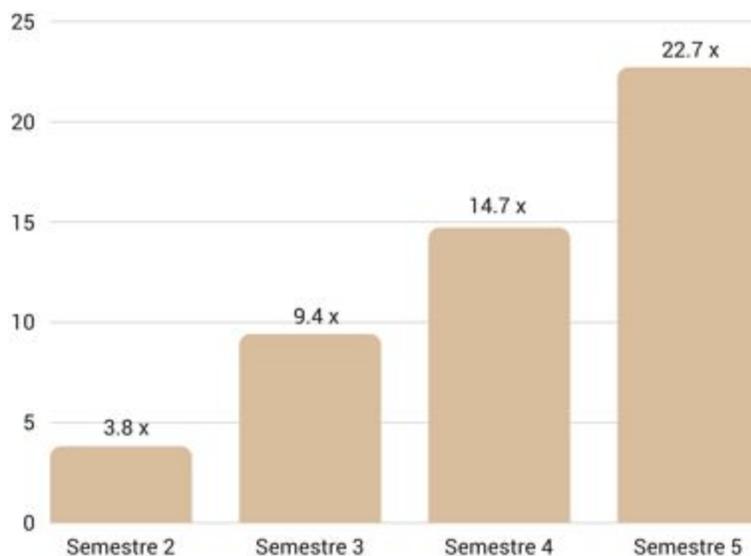
---

## Algunas Cifras

El inbound marketing es una metodología de marketing digital que puede tener, entre otros, todas las técnicas explicadas anteriormente para captar leads.

Tomando como referencia varios estudios anuales de los resultados del inbound marketing en empresas de España y Latinoamérica, analizamos varios resultados que queremos destacar a continuación:

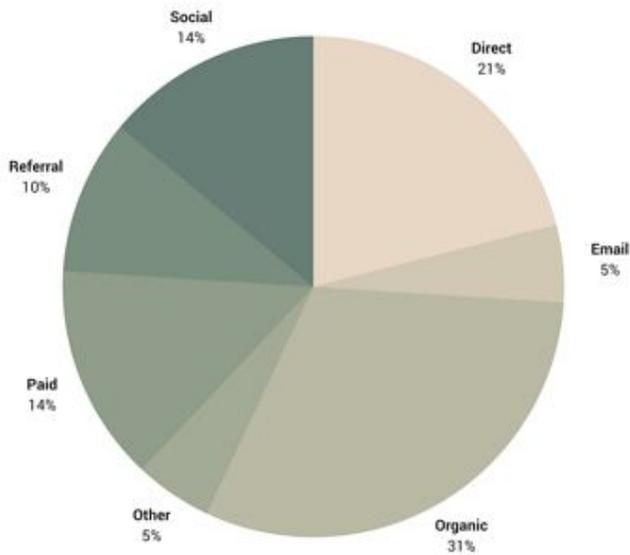
### **Evolución de los leads en un proyecto de inbound marketing:**



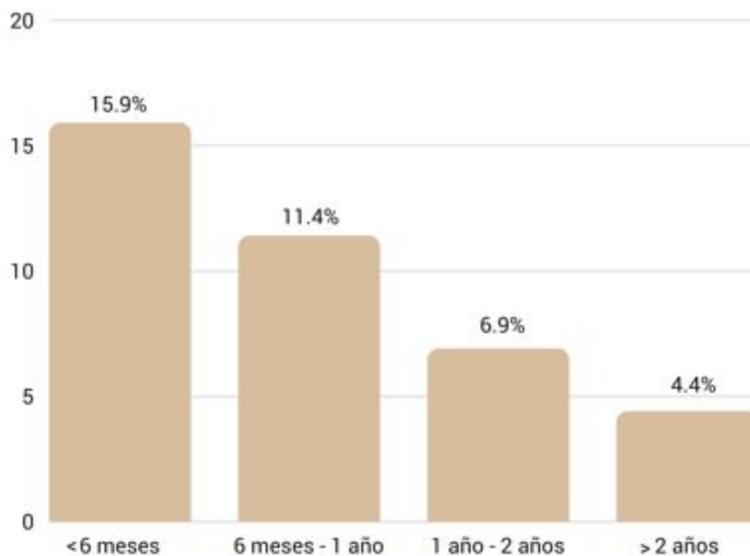
**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

## Distribución de los leads de un proyecto de inbound marketing por canal de tráfico:



## Ratios de conversión de visita a registro en proyectos de inbound marketing según la edad del proyecto



Cómo generar más y mejores leads?

# Funnel de Conversión

Son los Recorridos digitales que construimos para nuestra audiencia, de tal manera que puedan realizar conversiones relacionadas con nuestros productos y servicios como reservas, compras, registros, etc.

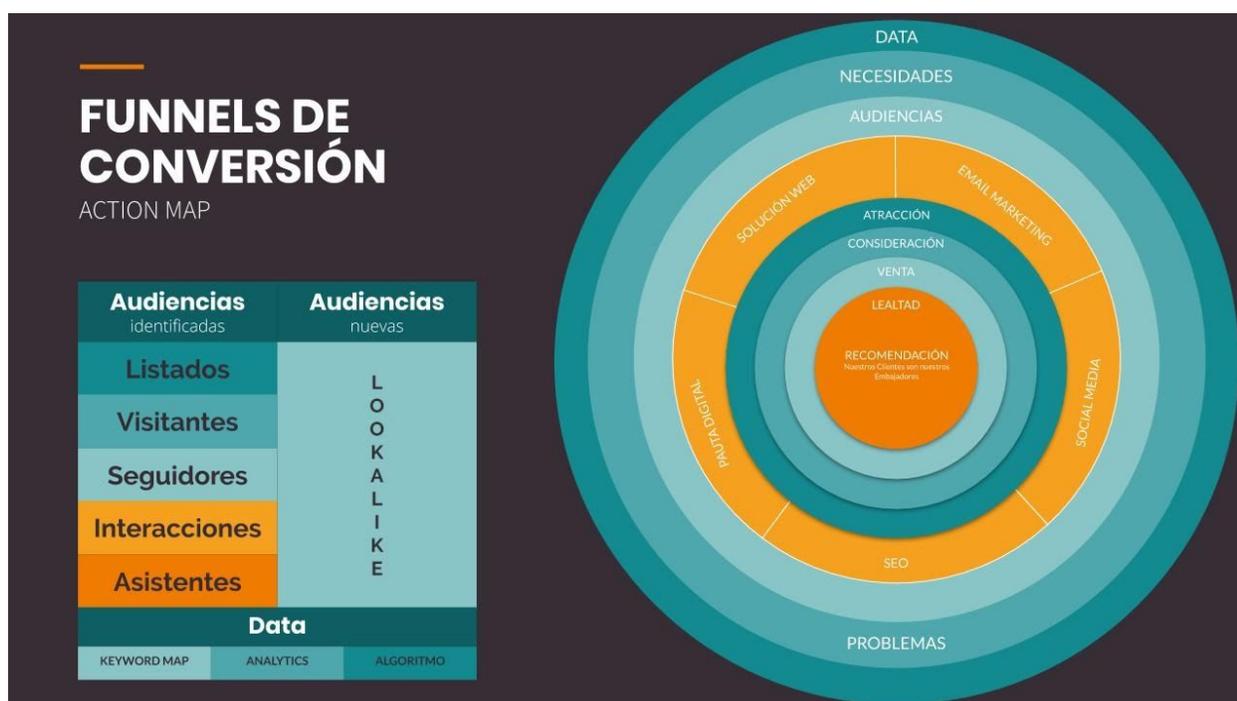
Lo primero que debemos tener claro a la hora de construir un Funnel de Conversión, es nuestro Ecosistema Digital.

En la siguiente diapositiva, queremos visualizar lo que hemos visto en varios de mis **Webinars**, relacionado con nuestro Ecosistema y cómo se relaciona con nuestras audiencias para construir tráfico calificado.

**Los elementos de este Ecosistema son:**

- Customer Journey
- Audiencias
- Componentes o canales digitales
- Medición

miremos cómo se ve todo en conjunto:



**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

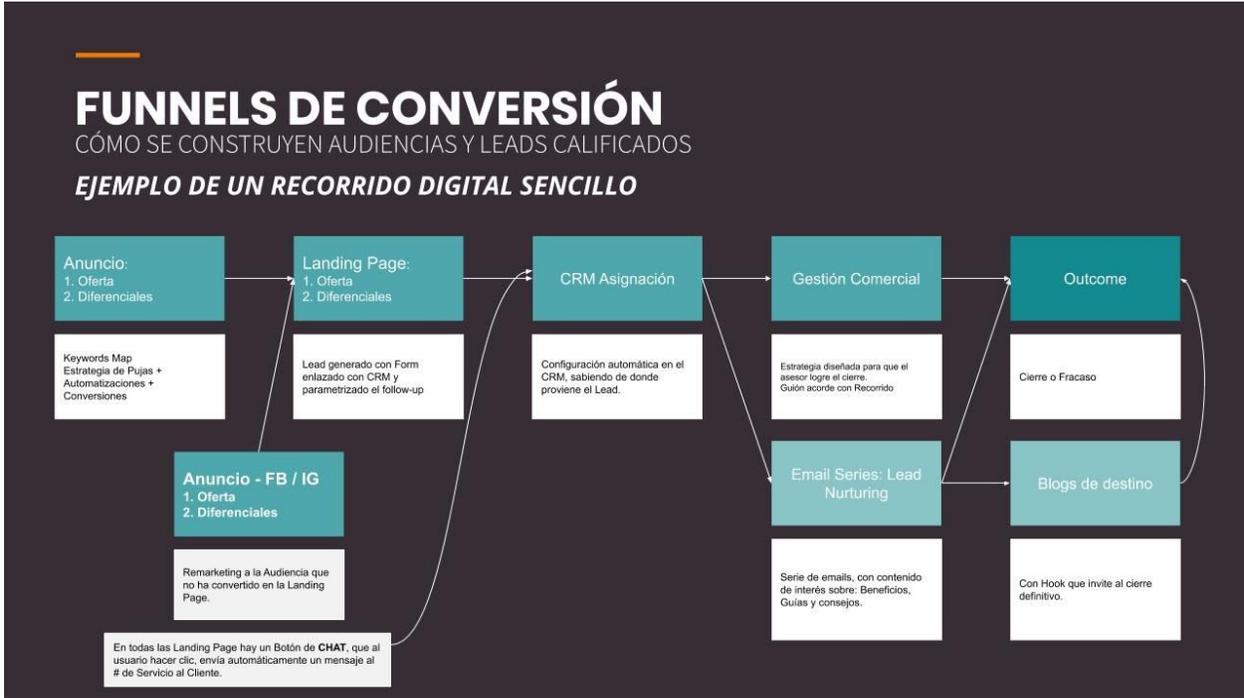


*“Tengamos presente que nuestros clientes, todos sin excepción, no convierten al primer contacto. Y probablemente necesitemos conectar con ellos en más de un canal. En cuáles? donde nos diga su Customer Journey, donde consuman contenido y tomen decisiones de adquisición o compra.”*

Por lo tanto, nuestras campañas, sean a través de Pauta Digital o Marketing de Contenidos o ambas al tiempo (lo más recomendable), deben conectar con nuestras audiencias en varios canales (LinkedIn, Instagram, Facebook, Youtube, Buscadores, etc.), en diferentes momentos, con mensajes personalizados para cada etapa de sus recorridos.

**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)



Debes construir el Funnel de Conversión que mejor se adapte a los comportamiento de tu audiencia objetivo, de tu Buyer Persona. Y seguramente, cómo tendrás varios Perfiles de clientes, con varios tipos de Necesidades y problemas para los cuales están enfocados tus productos o servicios, para cada uno deberás tener un Funnel de Conversión. Por lo menos sería lo ideal, y aunque sabemos que no es fácil, es el camino que recomendamos seguir.

**Tu Ecosistema digital deberá construir Funnels de conversión por:**

- Necesidad, dolor o problema
- Buyer Persona
- Por ubicación geográfica

**Cómo generar más y mejores leads?**

---

# En qué te puedes basar para crear contenido?

Las piezas que vayas a crear para tus Funnels de conversión son claves para que tu audiencia conecte. Pero no solo eso, también para que te ayude a generar **tráfico de calidad**.

Resulta que Google tiene 2 herramientas (de hecho puedes usar más, pero eso será tema para otro e-book) gratuitas que puedes utilizar para identificar los topics sobre los cuales tu contenido debe ser construido.

## Keyword Planner

Google cuenta con una herramienta de keyword research gratuita que permite realizar exactamente ello: **Google Keyword Planner** (ex Google Keyword Tool). Google Keyword Planner es una MUY poderosa herramienta y tiene claros beneficios. Incluso, sugiere keywords que no puedes encontrar en ningún otro sitio. Confía en mí, lo he comprobado.

Google Keyword Planner brinda dos opciones para comenzar:

- **Buscar keywords:** Obtener ideas de keywords puede ayudarte a alcanzar personas interesadas en tu producto o servicio;
- **Obtener volúmen de búsqueda y previsión:** Ver el volúmen de búsqueda y otras métricas históricas de las keywords, así como la previsión de cómo se podrían comportar en el futuro.

Según las instrucciones de Google, solo “ingresa palabras, frases o una URL relacionada con tu negocio”. Google devolverá algunas sugerencias de keywords.

Estas son las sugerencias para “SEO”:

<input type="checkbox"/> Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
<input type="checkbox"/> seo	100K – 1M	Low	–	£0.57	£7.67
<input type="checkbox"/> search console	100K – 1M	Low	–	£0.32	£1.67
<input type="checkbox"/> google search console	100K – 1M	Low	–	£0.76	£8.09
<input type="checkbox"/> semrush	100K – 1M	Low	–	£1.05	£6.28
<input type="checkbox"/> google webmaster	100K – 1M	Low	–	£0.23	£13.67
<input type="checkbox"/> ahrefs	10K – 100K	Low	–	£1.17	£4.45
<input type="checkbox"/> ubersuggest	10K – 100K	Low	–	£0.83	£9.06

Aquí podrás encontrar los términos que más encajen en la necesidad que quieras atender, y seleccionar los que más volumen e interés generan en tu audiencia.

Es muy importante que tengas bien identificadas las necesidades y problemas de tus buyer persona, con el mayor detalle posible. Si tus términos son muy genéricos, no lograras los resultados que esperas. Debes ser tener términos muy específicos.

Recuerda, deberás aplicar estos términos, aquellos que selecciones y que para los cuales tu audiencia conectará con mayor probabilidad, para redactar las siguientes piezas:

- Anuncios de búsqueda
- Copies para tus redes sociales
- Títulos y temas de tus piezas de marketing de contenido
  - Blogs
  - E-books
  - infografías
  - Guías
  - Checklists
  - Webinars
  - Video
- Landing Page
  - Título
  - Contenido

## Cómo generar más y mejores leads?

- Formulario y Call to action
- Guión comercial
  - Chat
  - Email
  - Redes Sociales

## BuzzSumo

El marketing de contenidos ha demostrado ser una de las mejores estrategias para atraer clientes en todo tipo de negocios. Para ejecutar tu estrategia correctamente, es necesario planificar tomando en cuenta los temas que más le interesan a tu público objetivo y conocer cuál es el contenido que mayor demandan en la web.

**Buzzsumo** es una potente herramienta online que permite a cualquier usuario saber cuáles son los contenidos más populares en la red. Es posible analizar cuál es la información más buscada en un área determinada en tan solo unos minutos.

Sobre qué están hablando las personas? BuzzSumo escanea múltiples redes sociales y te entrega información sobre los principales temas de discusión.

The screenshot displays the BuzzSumo website interface. At the top, there is a navigation bar with the BuzzSumo logo and several menu items: Content Research, Influencers, Monitoring, and Try BuzzSumo Pro. Below this, a secondary navigation bar includes options like Saved Content, Most Shared, Trending Now (which is highlighted), Backlinks, Content Analysis, and Facebook Analyzer. The main content area is titled 'Today's Trending Content' and features a filter by time period (1 Hour, 3 Hours, 6 Hours, 12 Hours, 24 Hours) and a 'Share this feed' button. On the left, there is a sidebar with a 'Filter topics...' section and a list of categories: All, News, Sports, Entertainment, Tech, Business, Video, Fashion, Science, Politics, Health, Marketing, and Apple. The main content area displays three trending articles:

- Article 1:** 'Experts Urge Hillary Clinton to Challenge Election Results' by nymag.com, published 24 hours ago. It has a trending score of 1.2k and 120.1K total shares. Social share counts are: Facebook (70.6K), LinkedIn (272), Twitter (48.7K), Pinterest (32), and Google+ (480).
- Article 2:** 'BREAKING: HE'S IN - Allen B. West' by allenbwest.com, published 5 hours ago. It has a trending score of 1.1k and 24.2K total shares. Social share counts are: Facebook (23.9K), LinkedIn (1), Twitter (290), Pinterest (2), and Google+ (11).
- Article 3:** 'Breaking! Trump Issues Thanksgiving Address and Viral' by redstatewatcher.com, published 31 hours ago. It has a trending score of 1.1k and 2.7K total shares. Social share counts are: Facebook (2.7K), LinkedIn (0), Twitter (5), Pinterest (0), and Google+ (0).

### Cómo generar más y mejores leads?

cesarsanchez.com.co

---

También puedes entender cuál contenido está teniendo mayor repercusión dentro de tu público.

El mecanismo de búsqueda social de la herramienta es capaz de encontrar el contenido que está siendo más compartido considerando un asunto, autor o dominio.

Puedes realizar informes de análisis de contenido en el formato de gráfico de contenidos compartidos, contenidos compartidos por red, formato de contenido, día de publicación, duración del contenido y los asuntos más compartidos.

Estos informes ofrecen informaciones importantes y generan muchas ideas sobre los próximos contenidos que deben ser producidos.

## Herramientas

Lograr que todo funcione como queremos requiere que tengamos en nuestro Ecosistema digital, conectadas las herramientas necesarias para que todo fluya como queremos. Ten presente las siguientes herramientas de marketing digital para que tu generación de leads no sea un dolor de cabeza, todo lo contrario, sea una experiencia satisfactoria que genere resultados.

### CRM

Si te dedicas a las ventas o al marketing, es muy probable que hayas oído alguna vez hablar de los sistemas CRM, e incluso posiblemente alguien te habrá dicho que necesitas uno. Pero ¿qué es realmente un software CRM?

Las siglas CRM o Customer Relationship Management hacen referencia a un software que permite a las empresas rastrear cada interacción con los clientes, tanto actuales como futuros. Aunque las capacidades del software pueden variar en función del, al software en sí por lo general se le conoce como CRM.

La mayoría de los CRM tienen características para hacer seguimiento de nombres, correos electrónicos y números de teléfono de clientes potenciales y actuales. Otros pueden rastrear llamadas telefónicas, llevar un registro de los correos enviados a los

**Cómo generar más y mejores leads?**

---

clientes potenciales y hacer seguimiento a las fuentes de los clientes potenciales en las redes sociales. Los sistemas más avanzados y complejos pueden dirigir a las oportunidades de venta hacia los representantes de venta correctos y llevar un registro de las interacciones con los equipos de asistencia técnica al cliente.

Independientemente de las características que tenga, el objetivo de implementar un CRM es crear un sistema que tu organización (por lo general, los equipos de ventas y de marketing) puedan usar para interactuar de manera más eficaz y efectiva con los clientes potenciales y actuales.

Si buscas que tu marcas siga creciendo, debes instalar un sistema CRM. Tu éxito depende de poder deleitar a tus clientes. Saber de ellos tanto como sea posible, ofrecer respuestas rápidas a sus solicitudes, resolver los problemas sin dilación y brindar una experiencia personalizada para que el cliente se sienta especial te ayudará a satisfacer a tus clientes, y en definitiva, te permitirá crecer.

Algunos de los beneficios:

- **Tendrás todos los registros** que obtienes con tus campañas a través de tus Landing Pages, en un solo lugar, en tiempo real, y fácil de gestionar para activar acciones comerciales.
- **Podrás estructurar tu proceso comercial** gracias a la implementación de un pipeline que se acople a tu organización y que te ayudará a medir los resultados de tu equipo de ventas.
- **Podrás insertar formularios** con facilidad en tus Landing Page sin preocuparte con molestas integraciones que pueden no ser tan estables.
- **Adiós a la gestión de tu base de datos en Excel** porque todos tus leads llegarán automáticamente a tu CRM y desde ahí podrás aprovecharlos.

Te recomendamos los siguientes CRM:

- **Hubspot.** Software de marketing, ventas y servicio al cliente con características populares como información de contacto, generación de 'leads' y marketing por correo electrónico. El CRM de HubSpot es una aplicación intuitiva y fácil de usar en la gestión de las ventas y relaciones de una empresa con sus clientes o

**Cómo generar más y mejores leads?**

# LAS 10 PRINCIPALES RAZONES POR LAS QUE LOS SISTEMAS CRM SON POPULARES EN LAS VENTAS



## LOS CRM TAMBIÉN HAN



prospectos, que brinda las funcionalidades de software de esta clase mejor evaluados.

- **Bitrix24.** Bitrix24 es una solución de gestión empresarial que aúna en un solo lugar una gran cantidad de herramientas de trabajo en equipo y función de CRM. Bitrix24 ofrece soluciones empresariales basadas en la nube de forma gratuita para hasta 12 usuarios. Una herramienta que puede integrarse con el dominio de la empresa, con servicio de correo electrónico, y que es compatible con los dispositivos móviles.

- **Salesforce.** Este sistema permite recopilar la información de los clientes en tiempo real y facilita la elaboración de tableros y reportes para el análisis de estos datos. Con Salesforce también puedes ampliar tu plataforma CRM, ya que permite la integración de otras aplicaciones que facilitan la gestión

empresarial.

- **Zoho.** El objetivo principal de este programa es el la construcción de un ciclo de vida que refleje la relación con nuestros clientes. Con Zoho las empresas pueden

### Cómo generar más y mejores leads?

---

comunicarse de forma efectiva con todos sus contactos y evaluar el desempeño de los empleados basándose en el número de metas alcanzadas.

## Sitio web

Un sitio web es un lugar virtual en la red que guarda contenido para que la gente tenga acceso a él, así de simple. Se conforma por varios documentos que se acomodan de manera organizada para que sea atractivo visualmente, dichos documentos se llaman páginas web. Por lo tanto, un sitio web es la compilación organizada y estructurada de un determinado número de páginas web.

Las páginas web de las que se conforma el sitio deben estar desarrolladas bajo un código llamado HTML y estar alojadas a un dominio que, en palabras simples, será el lugar que hará que el sitio web pueda visualizarse en cualquier tipo de navegador web (hosting).

Herramientas para construir Sitios Web:

- **Wordpress**

WordPress es un sistema de gestión de contenidos, (en inglés, Content Management System o CMS) enfocado a la creación de cualquier tipo de página web. El más popular del planeta. Más info: <https://es.wordpress.com/>

- **Wix**

Wix.com es una plataforma para el desarrollo web basada en la nube. Mediante planes mensuales, puedes tener tu sitio web al aire. Más info: <https://es.wix.com/>

- **Weebly**

También es una plataforma para el desarrollo web basada en la nube. Mediante planes mensuales, puedes tener tu sitio web al aire. Más info: <https://www.weebly.com/>

- **Godaddy**

También es una plataforma para el desarrollo web basada en la nube. Mediante planes mensuales, puedes tener tu sitio web al aire. Debes tener cuenta en Godaddy. Más info: <https://co.godaddy.com/websites/website-builder>

**Cómo generar más y mejores leads?**

- 
- **Otros**
    - HubSpot
    - Squarespace
    - Drupal
    - Jimdo
    - Gator

## Conclusión

La captación de leads de calidad puede aumentar tus posibilidades de venta de manera exponencial. De la estrategia que sigas dependerá, en gran medida, que logres tus objetivos.

Como has podido ver, son varias las herramientas online a través de las cuales puedes llegar a tu objetivo: landing pages, CTA, mailing, redes sociales... Herramientas que puedes combinar con campañas offline que, bien planificadas, te ayudarán en la captación y generación de leads.

Ahora que ya sabes qué es un lead en marketing y qué elementos o técnicas debes aplicar en tu web para conseguirlos, es el momento de ponerte manos a la obra y trabajar para atraer y conseguir clientes nuevos para tu negocio.

Recuerda también que no solo consiste en conseguir registros, tienes que intentar que tu base de clientes sea de calidad. Es la única forma de lograr que tus leads lleguen a convertirse en clientes y puedas aumentar tus ventas.

Tanto si vas a comenzar a implementar estos consejos, como si ya llevas tiempo trabajando en ello, cuéntanos qué técnicas te funcionan y cuáles no. ¡Comparte conmigo tu experiencia!

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)

■ ■ ■

**Cómo generar más y mejores leads?**

[cesarsanchez.com.co](http://cesarsanchez.com.co)