

6 consejos para generar más leads o clientes potenciales



Contenido



¿Qué son leads?	3
Tipos de leads	4
Consejos para generar leads	6
Herramientas para atraer leads	9



¿Qué son leads?

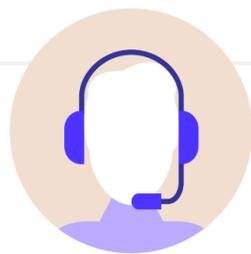
Si no conoces el término no te preocupes, aquí te explicaremos a detalle en qué consiste y en qué casos es aplicable usarlo.

Los leads son personas o empresas que muestran interés en tu producto o servicio. En otras palabras, **un lead es un cliente potencial**.

Teniendo entendido lo anterior, también hay que agregar que luego de clasificar a un cliente o una empresa como un cliente potencial, se inicia un proceso para que este conozca más a detalle la marca por la que está interesado y poder adquirir sus servicios o productos.

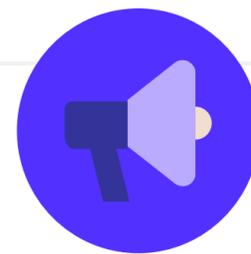
A este proceso se le denomina **Generación de clientes potenciales** o **Lead Generation**, cómo se traduce literalmente al inglés.

Además, es importante tener en cuenta que la generación de leads se divide en dos tipos principales, los cuales son:



In-Bound

Este método trae leads a la empresa, pero administra cuidadosamente la forma en que interactúan con ellos.



Out-Bound

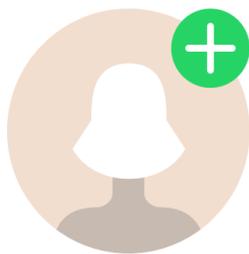
Estrategia atractiva en redes sociales, publicidad o mensajes masivos que permite a los prospectos elegir cómo quieren interactuar con la empresa.



Tipos de leads

Ahora que sabemos qué es la generación de leads, es importante saber también que existen diferentes tipos y sus categorías se definen en la fuente de compra.

Aquí hay cuatro de los más comunes:



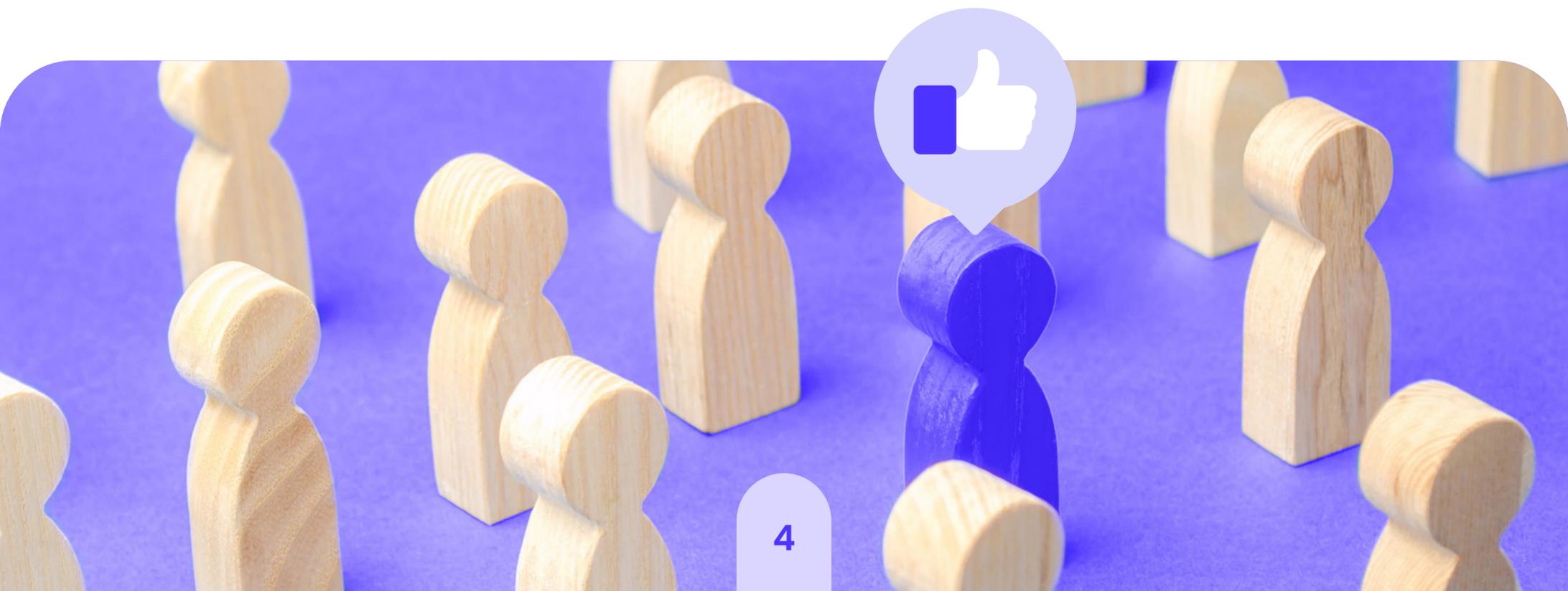
Marketing qualified leads (MQL)

Estos son clientes potenciales que se comunicaron con su equipo de marketing y expresan interés. Pero aún no están listos para la venta y necesitan ser nutridos para finalizar en la adquisición del producto o servicio.



Sales qualified leads (SQL)

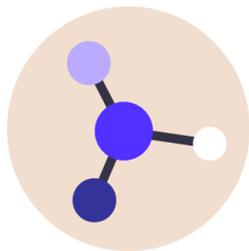
Estos son contactos que quieren comprar un producto o servicio. Pueden expresar su interés enviando una consulta, completando un formulario para obtener más información sobre un producto o servicio, o comunicándose directamente con un representante de ventas.





Product qualified leads (PQL)

Se trata de clientes que ya han probado el producto y están interesados en adquirir la versión de pago. Por lo general, las personas que se registraron para obtener una versión gratuita o de prueba de un producto y ahora quieren llevarlo al siguiente nivel.



Service qualified leads (SQL)

Estos clientes están realmente interesados en sus productos o servicios. Por ejemplo, esto sucede cuando ofreces cinco productos a tu cliente y uno de ellos le dice al representante que quiere dos productos más.

Una vez identificados los tipos de clientes potenciales que te puedes encontrar al momento de hacer una campaña; es más sencillo saber llevarlos y mejorar tus estrategias de conversión de clientes para que todos sean efectivos.





Consejos para generar leads

La generación de clientes potenciales no se trata solo de agregar usuarios a un sitio web, sino también de mejorar su calidad de la empresa y hacerle notar al futuro cliente el potencial de sus servicios o productos.

La generación de leads puede ser aplicada en las pequeñas, medianas y grandes empresas de múltiples formas.

Para que el proceso de generación de clientes potenciales sea más sencillo en tu empresa puedes aplicar los siguientes consejos:



SEO

Mejorar la presencia de tu marca (sitio web, blog, cuentas de redes sociales, etc.) es una de las mejores maneras de hacer que los clientes te encuentren más fácilmente.

Como estamos hablando de personas que buscan soluciones a sus problemas, si tu contenido les ayuda, a menudo se convierte en una venta.



Blogging

La creación de publicaciones de blog con palabras clave que buscan tus clientes potenciales puede aumentar el tráfico orgánico de varios motores de búsqueda.

Cuando tu empresa haga una publicación en sus redes o página web recuerda siempre agregar uno o varios CTA a estas; esto ayudará a generar clientes potenciales y tráfico orgánico que llegue a tus canales de comunicación.



Contenido descargable

E-books, manuales, plantillas, infografías, informes y más. Contribuye a crear artículos o historias que ves en blogs o redes sociales, pero a un alto nivel.

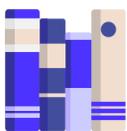
Si el cliente potencial hace uso de ellas y deja sus datos en tu registro de usuarios será un contacto que puedes hacer en alguna campaña.



Newsletters

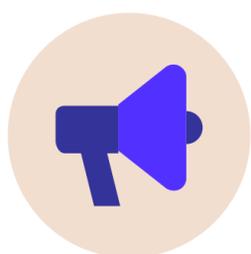
Los boletines semanales o mensuales, además de ser una excelente manera de mantener interesados a los clientes potenciales, también ayuda a tu empresa a lograr los siguientes objetivos:

- ✓ Atraer tráfico orgánico a tu sitio web, blog o redes sociales.
- ✓ Mejorar las tasas y patrones de conversión.
- ✓ Dirigir al usuario a la página de inicio y otros contenidos descargables.
- ✓ Mantener contacto con los usuarios utilizando beneficios como descuentos en ventas, ofertas especiales y códigos promocionales a cambio de brindarles sus registros y formularios.



Contenido multimedia

Una alternativa para generar clientes potenciales es a través de videos de redes sociales como YouTube o su sitio web o blog. Una forma de hacerlo es incluir un enlace de página de destino en el video que dirija al usuario a un formulario personalizado.



Envíos masivos

Los envíos masivos son posibles gracias al API de WhatsApp, teniendo un gran poder para atraer clientes potenciales. Las empresas que tienen esta opción en sus comunicaciones pueden obtener mayor alcance en sus campañas y, por supuesto, asegurar más clientes potenciales.

Una vez adoptes los anteriores consejos en tu empresa comenzarás a recibir nuevos clientes potenciales dispuestos a adquirir tus servicios o productos.

En el mejor de los casos, alguno de estos será una empresa que quiera invertir en tu emprendimiento.





Herramientas para atraer leads

Los clientes potenciales aumentan la probabilidad de conversión. Entiendo la premisa anterior y para optimizar este proceso, existen muchas herramientas que facilitan a la empresa la gestión de los nuevos clientes; logrando así cumplir las metas propuestas en un rango de tiempo menor al previsto.

Algunas herramientas que puedes usar para tus clientes potenciales son estas:



Hubspot Marketing

Es una gran herramienta para la generación de leads y el inbound marketing porque proporciona todo lo que necesitas para ejecutar tus campañas de marketing en un solo lugar.

Al crear campañas, puedes obtener clientes potenciales personalizados y crear un viaje diseñado para ellos utilizando correos electrónicos de conversión.



HotJar

Puedes usar esta herramienta para buscar en su sitio web. Cuando solicites comentarios a los usuarios, también puedes solicitar su dirección de correo electrónico, lo que convierte a las encuestas en una herramienta creativa.





A MessageBird company

Hull

Esta herramienta te ayuda a organizar e integrar todos los datos de diferentes dispositivos en un solo lugar. En base a estos, se crea una especie de base de datos central desde la cual puedes enviar datos a otras herramientas de desarrollo.



Leadformly

Esta herramienta se especializa en generar formularios de clientes potenciales de alta conversión, para que puedas obtener más clientes potenciales sin usar tráfico.



LinkedIn Sales Navigator

Es una herramienta de generación de leads B2B que te permite usar conexiones de LinkedIn para conectarte con otros profesionales.

LinkedIn Sales Navigator muestra quién vio tu perfil y proporciona recomendaciones de clientes potenciales que se pueden guardar directamente desde LinkedIn a su CRM.

La generación de leads es uno de los grandes pilares de una empresa en crecimiento; por lo que mantener actualizadas tus estrategias de marketing logrará llamar la atención de clientes potenciales y, ¿por qué no? Empresas que quieran invertir en tu empresa.



Fideliza tus leads con B2Chat

Supongamos que has configurado todos los sistemas que deseas en tu empresa, ¿y ahora? B2Chat es la solución completa ya que te permite administrar, organizar y optimizar cada conversación con cada uno de tus clientes potenciales.

Al ser una la plataforma multiagente y multicanal líder en el país, tienes los beneficios de unificar tus canales de WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram, Telegram y LiveChat en una sola bandeja de entrada, con múltiples agentes conectados en simultáneo.

The screenshot displays the B2Chat interface. At the top, it shows the user's name 'Andy - Acme Store' and various settings icons. The main interface is divided into three sections:

- Left Panel (Chat List):** A list of active chats with customer names and their messages. The selected chat is for 'María Rodríguez', with a message: 'Ya recibí la confirmación, gracias!'.
- Center Panel (Active Chat):** Shows the current conversation with María Rodríguez. It includes a video call timer (0:00 / 0:08), a product image of a blue sneaker, and a confirmation message: 'Ya recibí la confirmación, gracias!'.
- Right Panel (Customer Profile):** Displays the customer's name 'María Rodríguez' and fields for identification, email, and phone number.

A woman wearing a headset is visible in the foreground, smiling and looking at the laptop screen, representing a customer service agent using the B2Chat platform.



Una de estas funcionalidades que te ofrece B2Chat es el Módulo de Contactos. Un lugar donde puedes gestionar todo lo relacionado con tus clientes; tal como esto:



**Visualizar tus
leads**



**Crear nuevos
contactos**



**Exportar bases
de datos**



**Configurar
campos
personalizados**



**Filtrar tus
búsquedas**



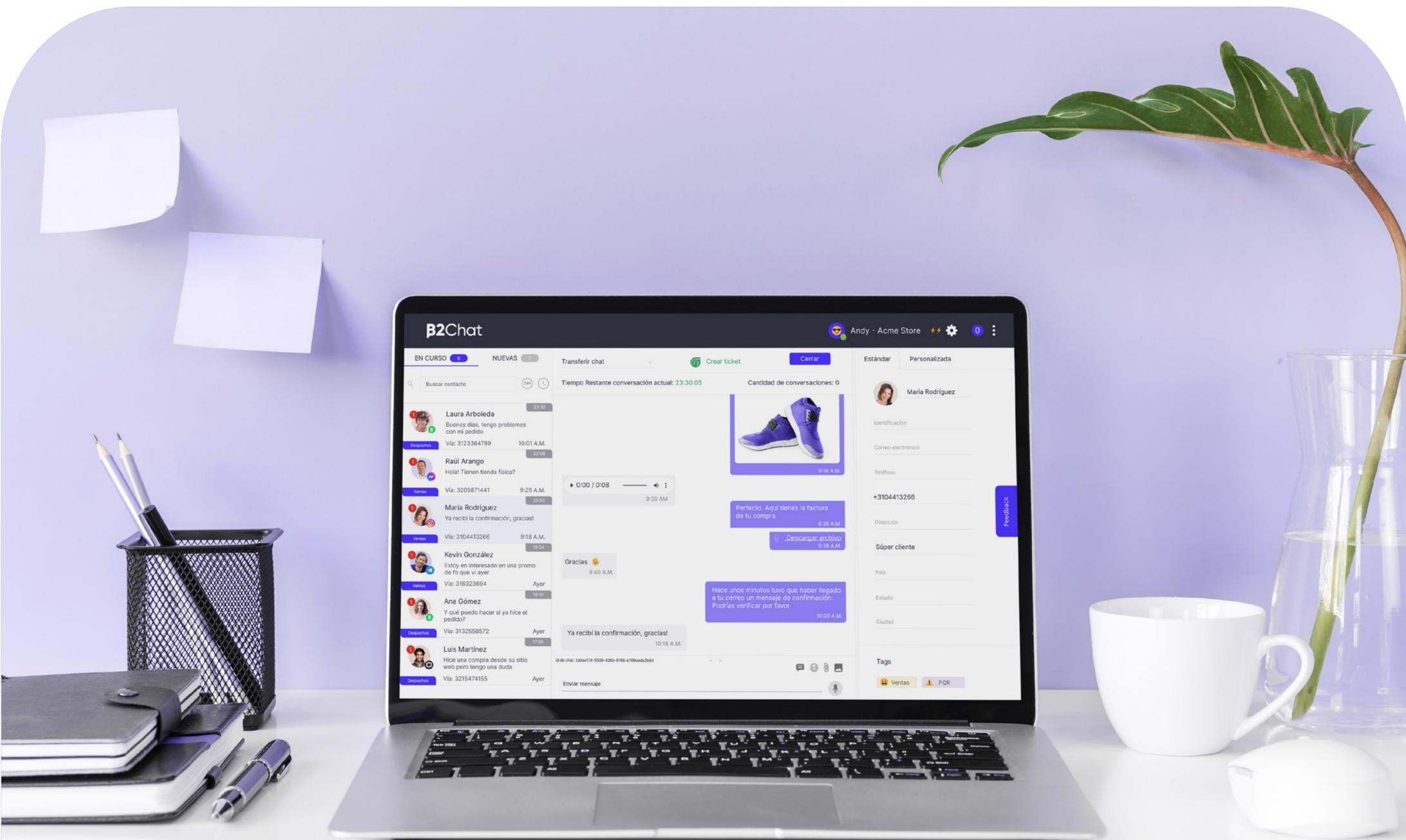
**Envíales
comunicaciones
masivas**

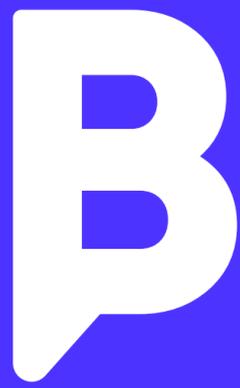




¿Quieres saber más de B2Chat y sus funcionalidades?

[Solicita una demo gratuita](#) con uno de nuestros especialistas. Ellos y ellas se encargarán de resolver tus dudas y conocerás por ti mismo las ventajas de tener una plataforma multiagente y multicanal en tu empresa.





b2chat.io

Sigamos conectados

