



# Guía para crear un pipeline que sí funciona



Crear un pipeline efectivo para cerrar ventas requiere de una planificación estratégica y un enfoque sistemático. Aunque pareciera ser un proceso complicado de realizar, los beneficios de llevarlo a cabo son múltiples, ya que de esta forma podrás llegar a tu meta de ventas mensual. A continuación, te presentamos una guía paso a paso para construir un pipeline de ventas.

## Genera una base de prospectos

Identifica y segmenta a tu público objetivo en función de características demográficas, necesidades y comportamientos de compra. Esto te ayudará a personalizar tu enfoque y adaptar tu pipeline a las necesidades de cada grupo de clientes. También es importante definir metas claras para tu pipeline de ventas, como el número de ventas a cerrar en un periodo determinado, la tasa de conversión, el tiempo promedio de cierre y el valor promedio de las ventas.

De igual forma es indispensable utilizar tácticas como marketing de contenidos, publicidad digital, SEO, redes sociales y eventos para atraer a clientes potenciales y capturar su información de contacto.

Desarrolla un proceso de calificación de leads para identificar aquellos que tienen más probabilidades de convertirse en clientes, lo puedes realizar apoyándote de herramientas de automatización de marketing y personalización para agilizar el proceso así podrás detectar el nivel de interés y capacidad para comprar. Crea un flujo de ventas estructurado y claro que incluya pasos definidos para avanzar en el proceso de cierre. Esto puede incluir etapas como el contacto inicial, la presentación de propuestas, la negociación y el cierre de la venta.

L.S.	Actualización	Nombre	Teléfono	Correo	Correo Alberto	Origen	Quiere Visitar	Producto	Distancia Min	Situación	Ingresos	Inversión	Método de pago	Tiempo estimado para compra	Fecha deseada para compra	Fecha de Registro
55	12/12/2022 12:50 hrs	Mariana López	477 630 8472	mario@gmail.com	Si	FB	Si	Producto 1	300km	Quiere invertir	\$56,000	\$2,000,000	Crédito	2 meses	Febrero 2023	03/11/2022 13:04 hrs
10	12/12/2022 12:50 hrs	Juan Pablo Martínez	477 630 8472	jpmar@gmail.com	Si	FB	Si	Producto 1	300km	Quiere invertir	\$56,000	\$2,000,000	Crédito	2 meses	Febrero 2023	03/11/2022 13:04 hrs
50	12/12/2022 12:50 hrs	Ximena Peña	477 630 8472	ximeep@gmail.com	Si	FB	Si	Producto 1	300km	Quiere invertir	\$56,000	\$2,000,000	Crédito	2 meses	Febrero 2023	03/11/2022 13:04 hrs
10	12/12/2022 12:50 hrs	Claudia González	477 630 8472	claugam@gmail.com	Si	FB	Si	Producto 1	300km	Quiere invertir	\$56,000	\$2,000,000	Crédito	2 meses	Febrero 2023	03/11/2022 13:04 hrs
25	12/12/2022 12:50 hrs	María Sánchez	477 630 8472	masab@gmail.com	Si	FB	Si	Producto 1	300km	Quiere invertir	\$56,000	\$2,000,000	Crédito	2 meses	Febrero 2023	03/11/2022 13:04 hrs
70	12/12/2022 12:50 hrs	Ricardo Quintana	477 630 8472	ricad@gmail.com	Si	FB	Si	Producto 1	300km	Quiere invertir	\$56,000	\$2,000,000	Crédito	2 meses	Febrero 2023	03/11/2022 13:04 hrs
60	12/12/2022 12:50 hrs	Fernando Quesada	477 630 8472	fer221@gmail.com	Si	FB	Si	Producto 1	300km	Quiere invertir	\$56,000	\$2,000,000	Crédito	2 meses	Febrero 2023	03/11/2022 13:04 hrs
5	12/12/2022 12:50 hrs	Katia Mendoza	477 630 8472	katiam@gmail.com	Si	FB	Si	Producto 1	300km	Quiere invertir	\$56,000	\$2,000,000	Crédito	2 meses	Febrero 2023	03/11/2022 13:04 hrs

## Crear una secuencia multicanal que incluye llamadas telefónicas, correos y mensajes.

Mantener contacto con un prospecto calificado es esencial para llegar a la venta. A través del contacto continuo, puedes construir relaciones sólidas, proporcionar información relevante, superar objeciones y recordarles la oportunidad de compra. Todo esto aumenta la confianza, la comprensión y la probabilidad de que el prospecto tome la decisión de convertirse en cliente.

Al mantener contacto, tienes la oportunidad de nutrir al prospecto con información relevante y educativa sobre tu producto o servicio. Puedes enviarles recursos, artículos, casos de éxito o cualquier contenido que los ayude a comprender mejor cómo tu oferta puede resolver sus problemas o satisfacer sus necesidades. Esto les brinda la información necesaria para tomar una decisión informada y aumenta la probabilidad de cerrar la venta.



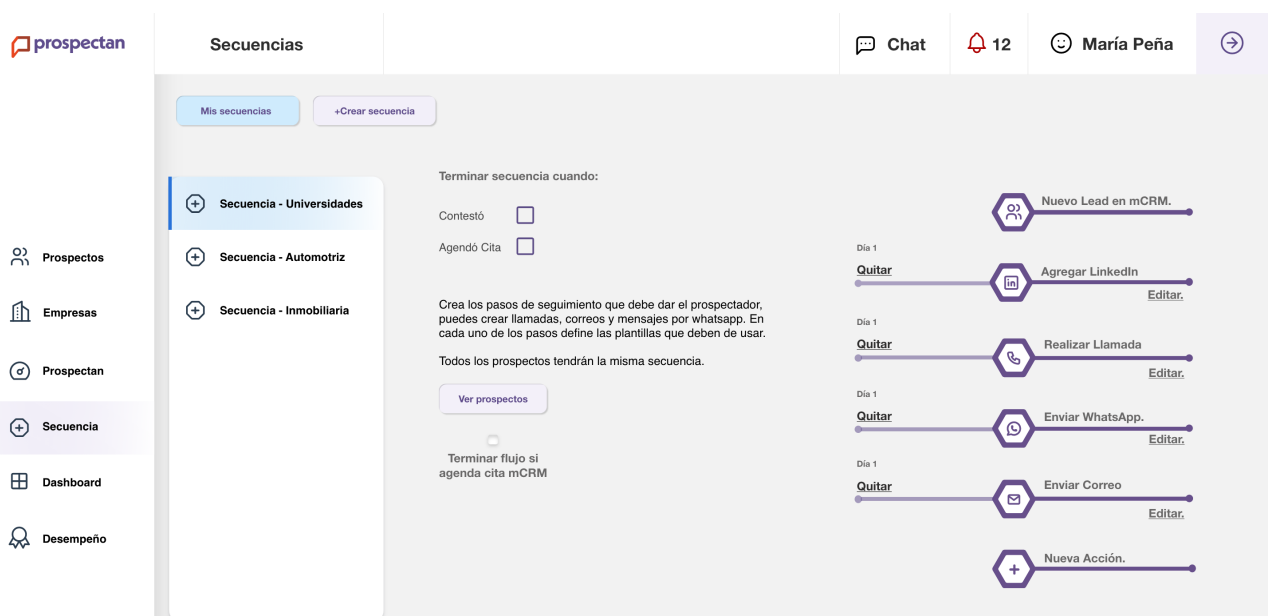
**Seguimiento por medio de:  
Llamadas, mensajes de texto, mensajes de WhatsApp, correos, etc.**

Durante el proceso de seguimiento, es probable que surjan objeciones o preocupaciones por parte del prospecto. Mantener contacto te da la oportunidad de abordar esas objeciones, responder a sus preguntas y brindarles la tranquilidad necesaria. Puedes proporcionarles testimonios de clientes satisfechos, demostraciones adicionales de tu producto o servicio, o resolver cualquier inquietud que puedan tener. Al superar estas objeciones, te acercas más a la venta.

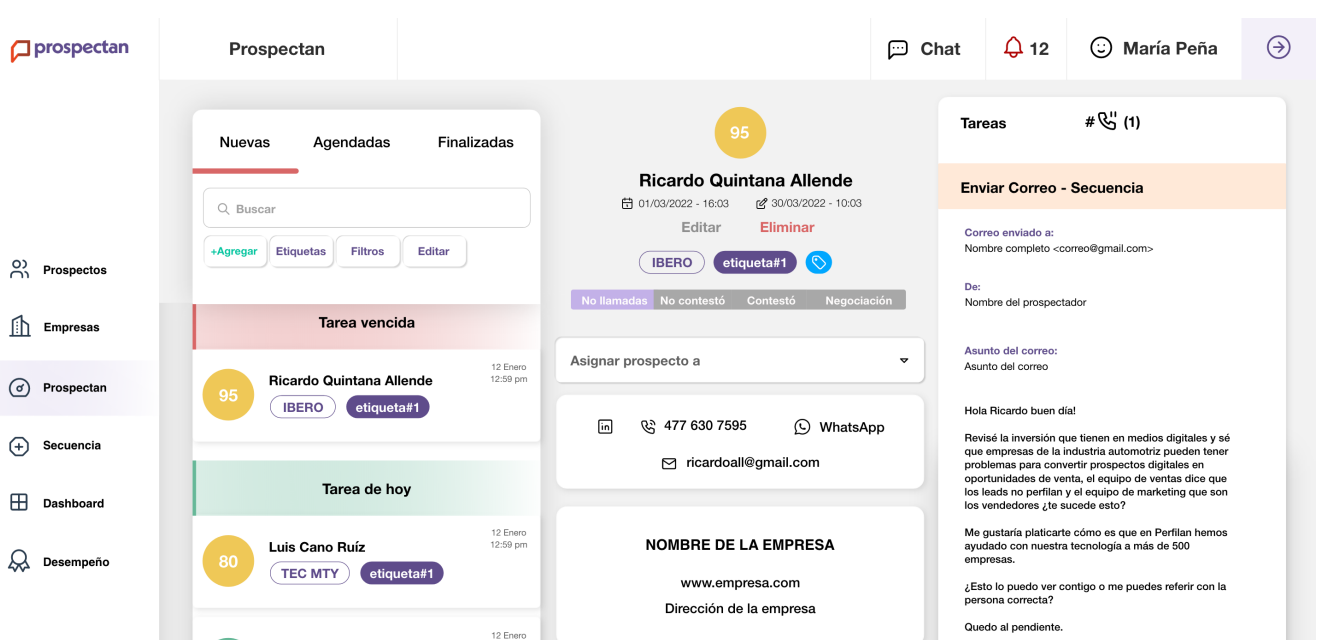
El seguimiento constante te permite adaptarte a los cambios o necesidades cambiantes del prospecto. Pueden surgir nuevas circunstancias o requerimientos a lo largo del tiempo, y mantener contacto te permite ajustar tu propuesta y ofrecer soluciones personalizadas. Esto demuestra tu compromiso con su éxito y aumenta la

Este seguimiento también funciona como un recordatorio constante de tu oferta. Los prospectos pueden haber mostrado interés inicial pero haberse distraído o postergado la toma de decisión. Al mantener contacto, les recuerdas la propuesta de valor que ofrecen y les brindas una oportunidad para realizar la compra en el momento adecuado. Esto puede marcar la diferencia entre perder una venta y cerrarla.

Para llevar un seguimiento correcto es necesario hacerlo mediante una secuencia multicanal que puede incluir llamadas, correos electrónicos, y mensajes por aplicaciones de mensajería o incluso redes sociales.



También es importante crear un plan detallado de los pasos que seguirás en la secuencia, definiendo qué canal utilizarás en cada etapa. Lo recomendable siempre será comenzar con una llamada introductoria, seguida de un correo electrónico con información adicional y luego enviar un mensaje de seguimiento.



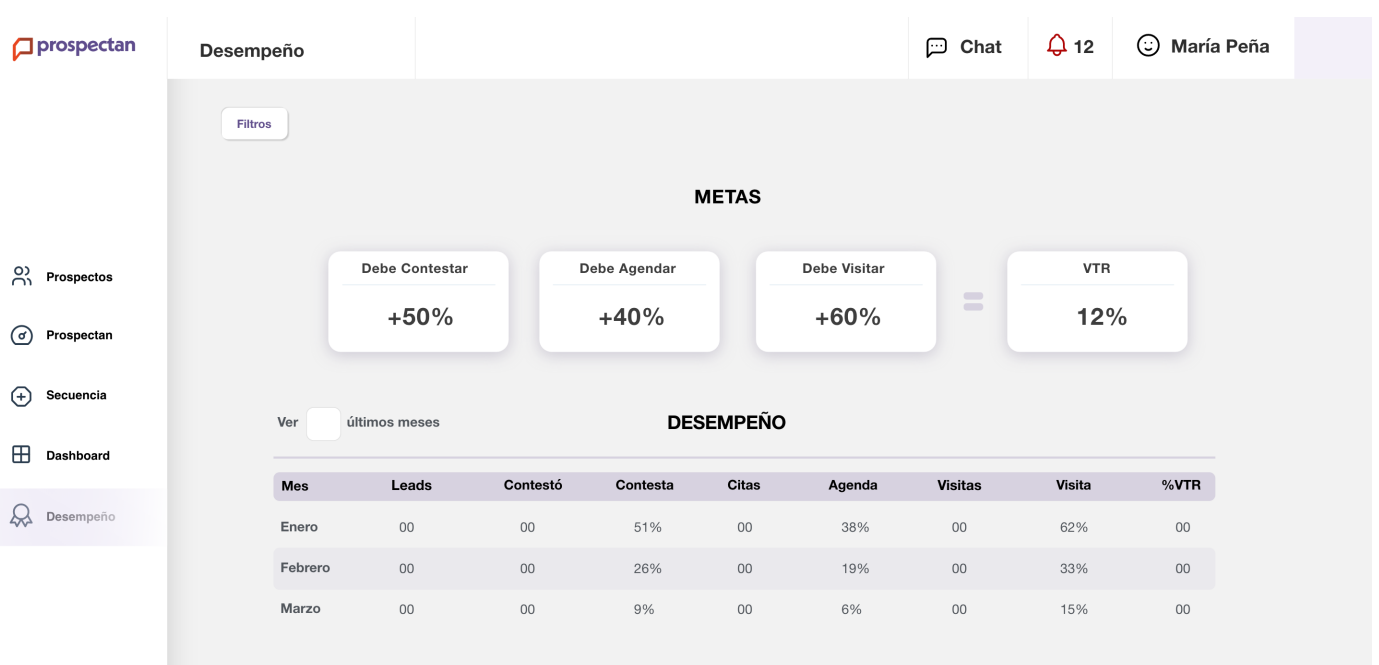
Guarda la información recopilada en cada interacción en una herramienta de prospección y a medida que avanzas en la secuencia, asegúrate de personalizar cada interacción según las necesidades y preferencias de tu audiencia. Esto puede incluir adaptar el tono de voz, el contenido y el formato de los mensajes según el canal utilizado, de esta forma puedes fortalecer la relación con el cliente por medio de la confianza, ya que tu prospecto siempre se sentirá escuchado.

Recuerda que la clave para una secuencia multicanal exitosa es mantener una comunicación coherente y fluida en todos los canales utilizados, brindando una experiencia positiva y personalizada para tus destinatarios.

## Lleva una correcta medición de cada etapa del pipeline

Después de implementar la secuencia multicanal, es indispensable recopilar datos y métricas para evaluar su efectividad. Ya que de esta forma, podremos comparar y mejorar los resultados del equipo de prospección.

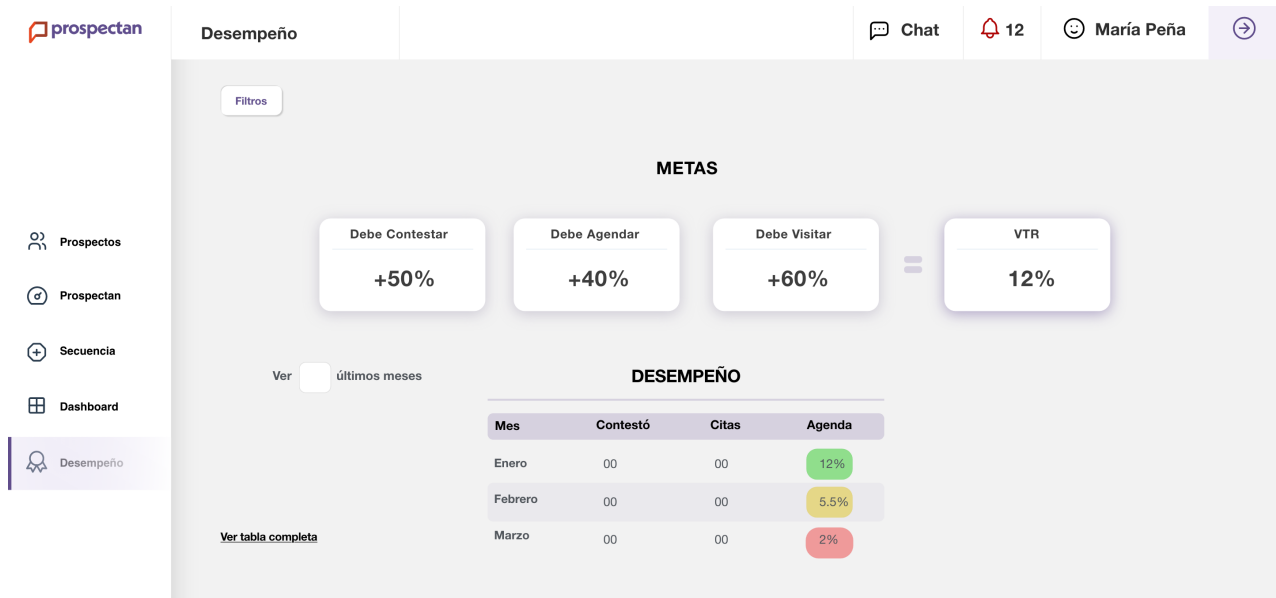
Tomando como ejemplo un cliente que se dedica a la venta de vivienda, debe identificar cómo llegar al menos al 12% VTR o Tasa de Oportunidad de venta. Esta métrica cambiará entendiendo que puede tratarse de una cita con un asesor para ver una casa, hacer una prueba de manejo, registrarse a una plataforma, cotizar una oficina, entre otras.



Continuando con el ejemplo, lo primero fue desglosar las etapas de prospección, las cuales podemos resumir en tres: que el prospecto conteste una llamada, que el prospecto agende una cita, y por último, que el prospecto llegue a la cita. Ya definidos, podemos determinar que para lograr un 12% de VTR, deben contestar una llamada el 50% de los prospectos, de estos el 40% debe agendar una cita y de estos el 60% debe llegar a la visita.

Partiendo de estos datos se vuelve más simple la supervisión y el coaching del equipo de prospección, ya que podemos ver en qué falla el equipo y trabajar en ello. Si tiene baja la tasa de contestación, menor al 50%, podemos trabajar con el prospectador en aumentar el número de llamadas que se hacen por prospecto, si se está contactando a leads que tienen un score alto o cómo se está contactando al prospecto, es decir por qué medios.

Si el problema tiene que ver con la tasa de cita agendada vs. los que contestan, es decir es menor del 40%, podemos trabajar en role play, que son llamadas de prueba suponiendo que el gerente es el cliente y el prospectador intenta agendar la cita, para encontrar fallas en el proceso, así como definir por escrito un speech y una tabla de objeciones.



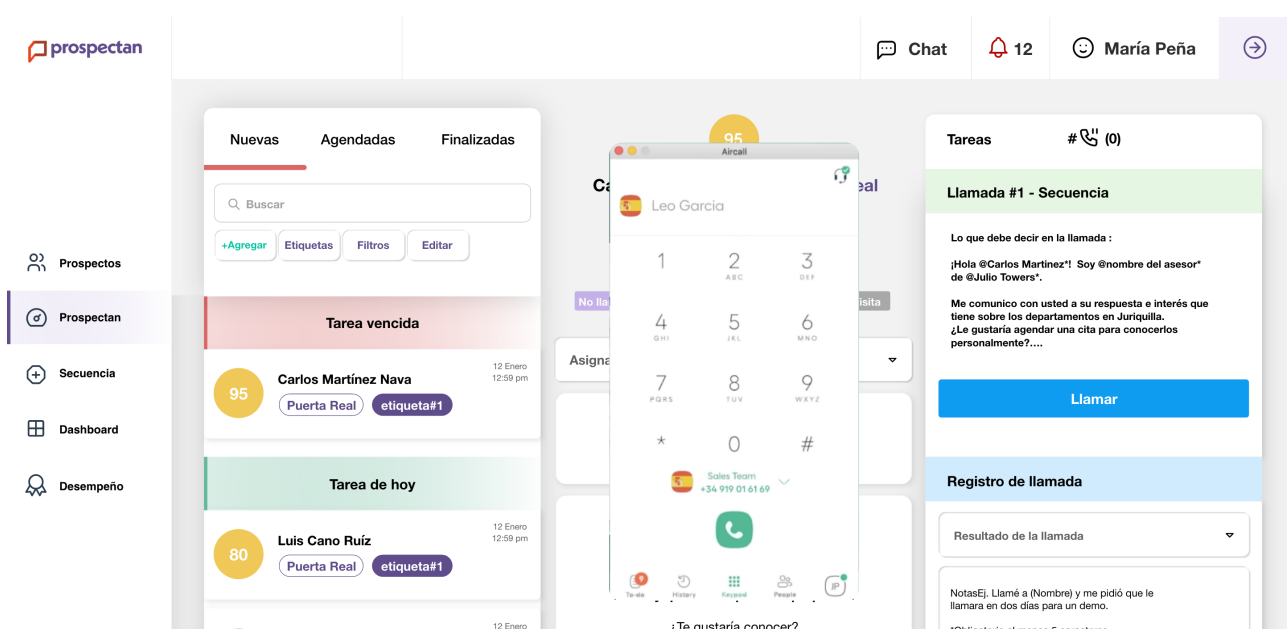
Finalmente si el problema tiene que ver con las visitas vs. los que agendaron cita, porque se encuentra debajo del 60%, analizamos la forma en la que se confirma la cita agendada, si es por llamada, por mensaje y cómo hacer énfasis en la importancia de asistir a la cita.

Estas mejoras en cada una de las métricas intermedias, genera que la tasa de VTR suba por lo menos al 12%, mejorando las partes intermedias del proceso obtenemos un mayor número de visitas, que después se convierten en un mayor número de ventas.

## Implementa las mejores prácticas encontradas con el análisis de los datos obtenidos en el seguimiento al prospecto

Una vez que haya identificado los puntos débiles del pipeline, lo mejor siempre será realizar ajustes para optimizar su rendimiento. Utiliza una herramienta de prospección para almacenar y organizar la información de los leads y realizar un seguimiento de las interacciones con cada uno. Esto te ayudará a mantener un registro completo de las conversaciones y tomar acciones oportunas.

Cuando existe el problema en la tasa de conversión a oportunidades de ventas, es muy útil usar las grabaciones de llamadas, gracias a esto, se puede mejorar el speech de los distintos prospectadores del equipo. Aquí hay algunas formas en que puedes utilizar estas herramientas:



**Análisis de llamadas grabadas:** Utiliza tecnología de grabación de llamadas para registrar y almacenar las interacciones con los prospectos. Luego, puedes analizar estas grabaciones para identificar áreas de mejora en el discurso de tu equipo de ventas. Al escuchar las llamadas grabadas, puedes detectar oportunidades de mejora en el tono, el lenguaje utilizado, la respuesta a objeciones, la empatía, entre otros aspectos.

**Retroalimentación individualizada:** Al acceder a las grabaciones de llamadas, los directores de ventas pueden proporcionar retroalimentación individualizada a los miembros de su equipo. Pueden destacar los puntos fuertes y las áreas de mejora específicas, brindando orientación y coaching personalizado para ayudar a los prospectadores a mejorar su rendimiento. Esta retroalimentación es más efectiva cuando se basa en ejemplos reales extraídos de las grabaciones de llamadas.

## Seguimiento Llamada - Secuencia

Quiere que le llame nuevamente el 22 de Febrero '23.  
Está muy interesado ya que es un proyecto para inversión.

<b>Inicio de la llamada:</b>	12/02/23 12:52:03
<b>Duración de la llamada:</b>	00:06:43
<b>Tipo de llamada:</b>	Saliente.
<b>Resultado de llamada:</b>	Answered

**Grabación de la llamada:**

<https://assets.aircall.io/calls/1202706565/recording>

**Sesiones de capacitación y entrenamiento:** Utiliza las grabaciones de llamadas como material de capacitación y entrenamiento. Organiza sesiones de capacitación en las que se compartan ejemplos de llamadas exitosas y se analicen en grupo. Esto permite a los prospectadores aprender de las mejores prácticas y mejorar su propio discurso a través de ejemplos concretos.

**Identificación de patrones y mejores prácticas:** Al analizar una serie de grabaciones de llamadas, puedes identificar patrones comunes tanto en las interacciones exitosas como en las que no lo son. Esto te permite identificar las mejores prácticas que se deben replicar y los errores recurrentes que se deben corregir. Utiliza estos hallazgos para ajustar y mejorar los guiones y enfoques de ventas.

**Implementación de scripts y guiones:** Utiliza las grabaciones y el análisis de llamadas para desarrollar y mejorar scripts y guiones de ventas. Estos recursos pueden proporcionar a los prospectadores un marco estructurado para sus llamadas, asegurando que cubran los puntos clave y aborden las objeciones de manera efectiva.

Recuerda que es importante utilizar estas herramientas con transparencia y respetando la privacidad de los prospectos y los miembros del equipo. Asegúrate de obtener el consentimiento necesario para grabar las llamadas y cumple con todas las regulaciones y políticas de privacidad aplicables.



## Asegúrate de que todo tu equipo pueda cumplir con las métricas

Para asegurarte de que todo tu equipo pueda cumplir con las métricas establecidas y diferenciar los resultados de los prospectadores, considera los siguientes pasos:

### **Establece expectativas claras:**

Comunica claramente las metas y métricas establecidas para el equipo de ventas. Asegúrate de que todos los miembros comprendan qué se espera de ellos y cómo se medirá su rendimiento. Proporciona una visión clara de cómo se alinean los objetivos individuales con los objetivos generales del equipo.



### **Proporciona capacitación y recursos:**

Asegúrate de que todo tu equipo esté debidamente capacitado para realizar las tareas necesarias. Brinda entrenamiento en habilidades de ventas, técnicas de prospección, manejo de objeciones y cualquier otra área relevante. Proporciona también recursos y herramientas que faciliten el cumplimiento de las métricas, como herramientas de prospección con secuencias de prospección, grabación de llamadas, plantillas de correos electrónicos, entre otros.

### **Establece procesos y estándares:**

Define procesos claros y estándares de calidad para las actividades de prospección y ventas. Estos procesos deben incluir pautas específicas para realizar llamadas, calificar leads, registrar la información en la herramienta de prospección y CRM, entre otros. Asegúrate de que todos los miembros del equipo comprendan y sigan estos procesos de manera consistente.

**Proporciona retroalimentación y coaching:**

Brinda retroalimentación regular a tu equipo sobre su desempeño. Destaca los logros y áreas de mejora para cada miembro individualmente. Realiza sesiones de coaching para ayudar a los prospectadores a mejorar sus habilidades y superar obstáculos. Esto puede incluir la escucha de llamadas en vivo o grabadas, revisiones de correos electrónicos y reuniones de seguimiento.

**Fomenta la colaboración y el intercambio de conocimientos:**

Promueve un ambiente de trabajo colaborativo en el que los miembros del equipo puedan compartir experiencias, mejores prácticas y consejos entre sí. Esto puede incluir reuniones periódicas de equipo, sesiones de lluvia de ideas o plataformas internas para compartir información.

**Proporciona incentivos y reconocimiento:**

Establece un sistema de incentivos y reconocimientos para motivar a tu equipo a alcanzar y superar las métricas establecidas. Puedes ofrecer bonificaciones por el logro de objetivos, reconocimientos públicos de los logros destacados o premios por el desempeño sobresaliente. Esto ayudará a mantener a tu equipo motivado y comprometido.

**Monitorea y analiza el desempeño:**

Utiliza herramientas de seguimiento y análisis para monitorear el desempeño individual y general del equipo. Estas herramientas pueden proporcionar información sobre métricas clave, como el número de llamadas realizadas, la tasa de conversión, el valor de las ventas cerradas, entre otros. Analiza regularmente estos datos para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.

Recuerda que cada miembro del equipo puede tener fortalezas y debilidades diferentes, por lo que es importante adaptar el apoyo y el enfoque de acuerdo con las necesidades individuales. Al crear un entorno de apoyo, proporcionar recursos adecuados y alentar la mejora continua, aumentarás las posibilidades de que todo tu equipo cumpla con las métricas establecidas y logre el éxito en sus funciones de prospección y cierre de ventas.

Conoce cómo aumentar las oportunidades de venta con nuestro software de prospección, en el que hemos desarrollado nuevas funcionalidades que permiten que el prospectador siga secuencias y pueda mandar más oportunidades de venta a los cerradores.



**LA SOLUCIÓN PARA AUMENTAR LAS VISITAS**

**¡Todo lo que necesitas para que los  
prospectos se conviertan en oportunidades de venta!**

**Agenda tu Demo**