

Reconocimiento

Indica a continuación de qué manera te conocen tus prospectos.

- ¿Tienes anuncios pagados? *Por ejemplo: contenido gratuito a cambio de datos en Facebook, Google Adwords*
 -
 -
 -
 -
- ¿Consigues prospectos en persona? *Por ejemplo: convenciones, talleres, eventos de establecimiento de contactos*
 -
 -
 -
 -
- ¿Te enfocas en la optimización para motores de búsqueda (SEO)? Indica tus elementos de contenido con mejores resultados. *Por ejemplo: entradas de blog de gran visibilidad*
 -
 -
 -
 -
- ¿Cuáles son otras fuentes de prospectos, incluidos canales en los que haces publicidad? *Por ejemplo: radio, medios impresos, visitas sin cita previa*
 -
 -
 -
 -
- ¿Recibes cuentas referidas o reseñas? *Por ejemplo: Yelp, reseñas de Facebook, programa de cuentas referidas*
 -

-
-
-

Consideración

Analiza esquemáticamente el contenido que tienes en línea y lo que significaría si supieras que un prospecto miró ese recurso.

Recursos	Lo que descubres
Ejemplo: página de preguntas frecuentes en mi sitio web	Es probable que el prospecto tenga una pregunta que quiera que le respondan
Ejemplo: pódcast sobre agentes inmobiliarios que usan email marketing	Probablemente sea un agente inmobiliario o esté interesado en conocer sobre email marketing

--	--

Decisión

Analicemos tus procesos de compra.

- ¿Cuáles son las distintas acciones que consideras que tiene que hacer un cliente para saber que está potencialmente listo para comprar? *Por ejemplo: programar una llamada, ver suficiente contenido*
 -
 -
 -
 -
- ¿Qué procesos internos quieres que sucedan cuando hayas identificado que alguien está listo para convertirse en comprador? *Por ejemplo: notificar a mi equipo de ventas, enviar más correos electrónicos orientados a la venta, llamar a ese prospecto específico*
 -
 -
 -
 -

Crecimiento

¿Qué recursos puedes crear para ayudar a los clientes a ver el valor de lo que compraron? ¿Qué recursos indican una posible oportunidad de ventas por mayores montos?

Recursos	Lo que descubres	¿Ventas por mayores montos?
Ejemplo: página de productos sobre nuestro plan Enterprise	El cliente puede tener interés en nuestro plan Enterprise	Sí
Ejemplo: video sobre cómo usar nuestro generador de correo electrónico	El cliente está descubriendo cómo funciona el producto y lo está usando. Tiene menos riesgo de cancelación	No

--	--	--

Promoción

A partir de los clientes existentes, piensa en la manera de crear promotores de tu marca.

- ¿Cómo identificas a quién solicitar una cuenta referida y a quién pedir una reseña? *Por ejemplo: un puntaje neto de promotor (NPS) positivo, un fuerte nivel de compromiso, asistencia a un evento*
 -
 -
 -
 -
- ¿Qué sitios de reseñas específicos te darán la mayor cantidad de prospectos listos para convertirse en compradores? *Por ejemplo: G2 para empresas SaaS, The Knot para fotografías de bodas*
 -
 -
 -
 -