

# Bienvenidos a EN VIVO

*Manejo Óptimo de la  
Base de Contactos*

Presentado por:



**Melissa Hammond**  
CSM LatAm | HubSpot



**Jose Ortiz**  
CSM LatAm | HubSpot



# Agenda

1. Importancia de tu base de contactos en HubSpot
2. ADN del perfil de un contacto en HubSpot y que se pierde cuando se elimina un contacto de HubSpot.
3. Cómo asegurar consistencia de información
4. Estrategias para depurar contactos apropiadamente
5. Importancia de una buena integración con tu CRM





Ingresa tus preguntas en la  
herramienta de Q&A de Zoom.



# ¿Qué aprenderás el día de hoy?

1. Cómo se alimenta la base de datos de HubSpot
2. Por qué es importante la optimización y consistencia de información
3. Cómo organizar y mantener actualizada tu base de contactos



# Importancia de la Base de Contactos



¿Qué es una estrategia de manejo de base de contactos?



Es una estrategia que se enfoca en el uso de un software que facilite guardar y organizar la información de los contactos de una organización, incluyendo toda la información personal, historial de comunicaciones, información de emails de marketing.





Los contactos en la base de datos son **personas reales** a las cuales les estás ofreciendo una experiencia única con tu organización.





En retorno, estas personas son las que ayudarán a tu **organización a crecer.**



Una base de datos optimizada significa que cada contacto es valorado y calificado en el ciclo de vida.





Por eso todos los contactos en tu base de datos tienen valor, pero tú debes determinar cuál es ese valor exactamente.



Un contacto calificado no es solamente un prospecto que está listo para una llamada con el equipo de ventas.





Un contacto calificado pertenece a un segmento específico basado en cómo este ha interactuado con tu organización.



Así podrás crear tu estrategia alrededor de estos segmentos y en lo que sabes sobre los contactos y su valor para tu organización.





## Las 3 claves para una estrategia de segmentación

(EN VIVO Email Marketing)

- Base de contactos organizada
- Guardar la información correcta
- Entender la diferencia entre información explícita e implícita



Veamos algunas formas de  
segmentar tus contactos  
desde el día 1.

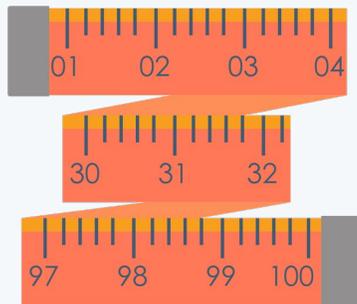


# Sugerencias de Segmentación

1. Fans o suscriptores
2. Contactos Duplicados
3. Prospectos
4. Clientes
5. Ciclo de vida
6. Puntaje de HubSpot
7. Etapa del recorrido del comprador
8. Tipo y nivel de interacción con contenido



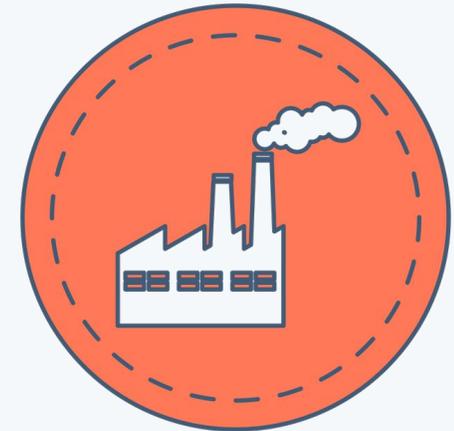
# Segmentación por Información de Empresa



Tamaño de la empresa



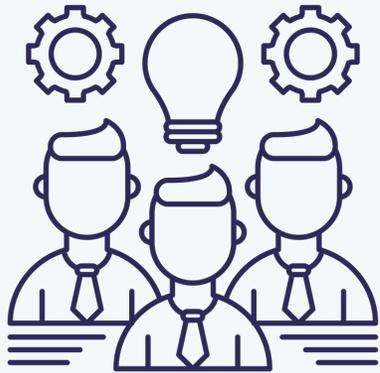
Tipo de empresa



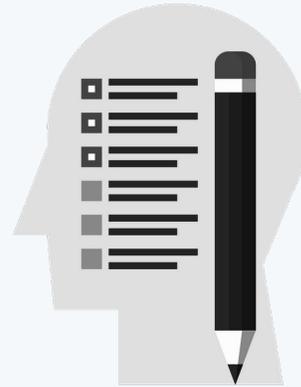
Industria



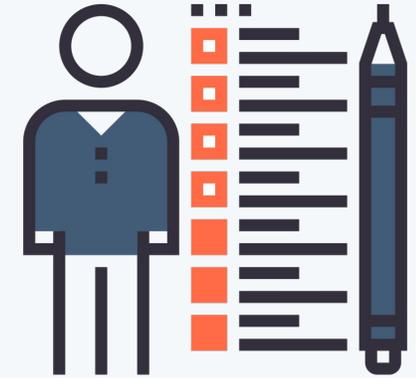
# Segmentación por rol o puesto de trabajo



Departamento



Experiencia



Función



# Segmentación por comportamiento



Conversiones



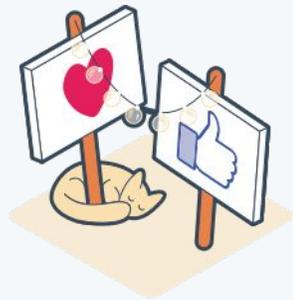
Interacción con  
email



Vistas de  
página



# Segmentación por inteligencia de marketing



**Datos de Redes  
Sociales**



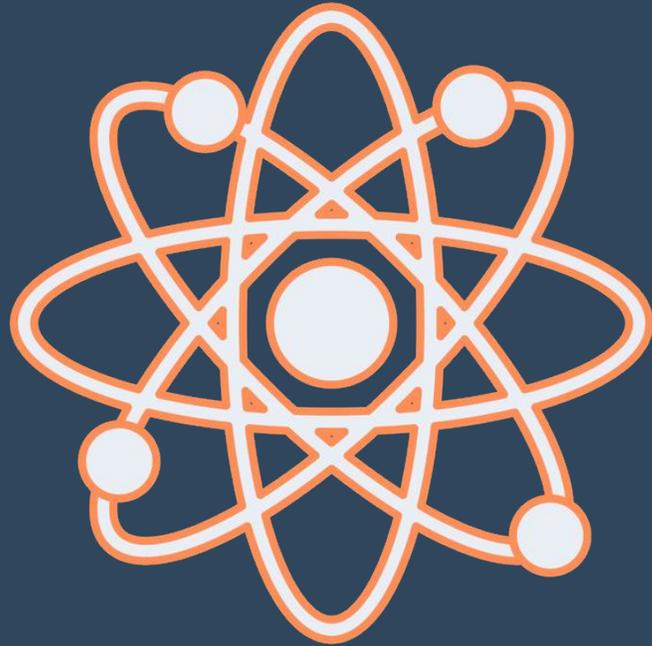
**Fuente Original**



**Analíticas  
Web**



# ADN de un Contacto en HubSpot



Tu base de contactos  
es el núcleo de todos  
tus esfuerzos Inbound

# Contacto

Persona con la cual tu organización se comunica con la intención de hacer negocios, incluyendo suscriptores, prospectos, clientes, socios, competidores, empleados y demás.



# Propiedad



Campo donde se almacena la información de los contactos dentro de HubSpot .





Estas propiedades se van llenando y alimentando de diferentes formas.



¿Cómo se alimenta la base de contactos de HubSpot?



# Fuentes de los Valores de las Propiedades

1. **Manual:** Importaciones, ingreso directo al CRM, extensión de ventas. (Propiedades base de un CRM como nombre, apellido, título, Buyer persona y propiedades personalizadas)
2. **Inteligencia de HubSpot por Cookies o por defecto:** Fecha de creación, actividad web, Visitas, clicks, descargas, apertura de emails, fuentes de tráfico, etc
3. **Formularios**
4. **APIs**
5. **Integraciones**



# Categorías de las Propiedades

1. Información de contacto
2. Información de Redes Sociales
3. Información de Emails
4. Historial y analíticas web
5. Información de conversión
6. Información de Salesforce



# Cookies

Registran tu actividad online en una página y se asocian a un contacto en HubSpot cuando:

- Se envía un formulario
- Se hace click en un email que lleva a una página con el código de seguimiento/hospedado en HubSpot.





¿Cómo visualizamos toda la información de un contacto de manera efectiva?



En el registro del contacto





1



Melissa Molina

Acciones ▾

Nueva nota Correo Llamada Registrar actividad Crear tarea Programar

Empieza a escribir para dejar una nota...

3

A

Actividad

Notas

Correos

Llamadas

Tareas

2

✓ **Acerca de Melissa Molina**

Nombre

Melissa

Apellido

Molina

Correo

melissam2v@gmail.com

Propietario del contacto

Melissa Hammond

Nombre de la empresa

Contactado por última vez

Filtrar actividad (24/24) ▾

agosto - junio 2018

No hay eventos que coincidan con los filtros actuales desde junio hasta agosto 2018

mayo 2018

4



Melissa undefined abrió el correo  
may. 8 a la(s) 23:09 EDT

1

Melissa Molina

Acciones ▾

Melissa Molina

Acciones ▾

- Dejar de seguir
- Buscar en Google
- Combinar
- Exclusión voluntaria de notificaciones de correo
- Eliminar

- Nombre y Apellido
- Foto
- Acciones

▼ **Acerca de M**

Nombre  
Melissa

Apellido  
Molina

Correo  
melissam2v@gmail.com





Contactos ▾

Conversaciones ▾

Marketing ▾

Informes ▾



- Cards: Secciones de información más relevante y que contienen propiedades específicas

## ▼ Acerca de Melissa Molina

Nombre

Melissa

Apellido

Molina

Correo

melissam2v@gmail.com

Propietario del contacto

Melissa Hammond

Nombre de la empresa

Contactado por última vez

2

### ▼ Empresa de Melissa Molina

Melissa Molina no está asociado con una empresa.

Agregar una empresa

### ▼ Calificación predictiva de oportunidades de venta

¿Deseas una vista más clara de tus contactos? Prueba con la Calificación predictiva de oportunidades de venta.

Pruébalo ahora

### ▼ Membresías de las listas

Melissa Molina es miembro de 2 listas.

Administrar membresías de las listas

### ▼ Actividad del sitio web

No hay datos disponibles para este contacto.

### ▼ Pertenencias a workflows

Aquí estarán todos los workflows de los que Melissa Molina sea miembro.

Administrar pertenencias a workflows

### ▼ Archivos adjuntos

Aquí es donde estarán los archivos adjuntos correspondientes a Melissa Molina.

Cargar

Seleccionar archivo existente

### ▼ Suscripciones a comunicaciones

Melissa Molina no tiene suscripciones.

Agregar suscripción

### ▼ Negocios

Negocios correspondientes a Melissa Molina van aquí.

Agregar negocio

Crear negocio

### ▼ Tickets

Tickets para Melissa Molina estarán aquí.

Agregar ticket

Crear ticket



Contactos ▾

Conversaciones ▾

Marketing ▾

Ventas ▾

Servicio ▾

Automatización ▾

Informes ▾



HubSpot LatAm Services ▾

- Herramientas del CRM para comunicarse con los contactos, crear tareas e interacciones generales

 Nueva nota

 Correo

 Llamada

 Registrar actividad

 Crear tarea

 Programar

Empieza a escribir para dejar una nota...

3

Seleccionar todo

COMUNICACIÓN

- Conversaciones
- Correos
- Llamadas

ACTIVIDAD DEL EQUIPO

- Notas
- Reuniones
- Tareas

ACTIVIDAD DEL CONTACTO

- Contenido de ventas
- Correos de marketing
- Envíos de comentarios
- Envíos de formularios
- Llamada a la acción
- Seguimiento de correos
- Twitter
- Vistas de página

ACTUALIZACIONES

- Actividad de las secuencias
- Actividad de tickets
- Actividad del negocio
- Cambios en el ciclo de vida
- Combinaciones
- Eventos de análisis web
- Membresías de las listas
- Sincronizaciones de Salesforce
- Workflows

INTEGRACIONES

- Ads

- Línea del tiempo del contacto que contiene el registro de cada interacción con el mismo y su actividad y consumo de los activos digitales de tu organización.

Llamadas

Tareas

Filtrar actividad (24/24) ▾

agosto - junio 2018

No hay eventos que coincidan con los filtros actuales desde junio hasta agosto 2018

mayo 2018

4



**Melissa undefined** abrió el correo  
may. 8 a la(s) 23:09 EDT



Usa tu base de datos en combinación con la estrategia para:

- Tener la visión completa de cada contacto.
- Eliminar y organizar contactos.
- Integrarse con todas las herramientas de la organización





Quando se eliminan contactos en Hubspot, ¿qué información se elimina/pierde?

- Propiedades explícitas de inteligencia (fuente, conversión, etc).
- Historial de actividad online e interacción digital.
- Métricas de contactos y clientes se actualizan acorde y alteran las tasas de conversión del pasado
- Propiedades explícitas pueden ser descargadas a Excel y almacenadas externamente



Consistencia de  
información en HubSpot

# 5 problemas frecuentes con los datos en HubSpot

1. Información faltante
2. Valores inconsistentes para una propiedad
3. Propiedades duplicadas
4. Contactos o empresas duplicadas
5. Asociaciones inconsistentes entre contactos y empresas





# Información faltante

## ¿De qué hablamos?

Contactos con propiedades en blanco de forma inconsistente

## ¿Cómo corregirlo?

- Haz una lista de propiedades que consideras obligatorias
- Ingresa a cada propiedad y mira cuántos contactos tienen un valor
- Crea listas para identificar contactos con la propiedad en blanco y asigna tareas a los propietarios con un workflow





# Valores inconsistentes en propiedades

## ¿De qué hablamos?

Valores diferentes para lo mismo en propiedades de texto libre

## ¿Cómo corregirlo?

- Identifica las propiedades de texto libre que puedan tener este problema
- Descarga en Excel los valores de esta propiedad para todos los registros
- Identifica valores que se vean similares pero son diferentes
- Convierte estas propiedades a tipo lista desplegable





# Propiedades duplicadas

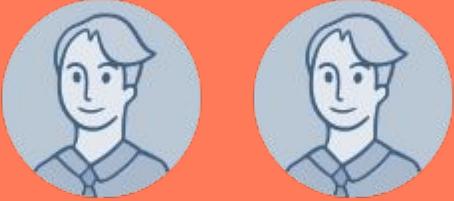
## ¿De qué hablamos?

Propiedades personalizadas que recogen el mismo tipo de información y que se usan de manera inconsistente

## ¿Cómo corregirlo?

- Haz un inventario de todas las propiedades personalizadas creadas
- Compara e identifica las que estén duplicadas
- Selecciona la propiedad única a mantener en cada caso (la que tenga valores para más contactos)
- Crea un workflow para copiar valores de una propiedad a otra y elimina las propiedades duplicadas





## Contactos y empresas duplicadas

### ¿De qué hablamos?

Múltiples registros de contacto y/o empresa para la misma persona/organización

### ¿Cómo corregirlo?

- Identifica los registros potencialmente duplicados (manual)
- Selecciona los registros principales a mantener
- Haz un "merge" o fusión de los registros duplicados
- Elimina los restantes duplicados





# Asociaciones inconsistentes entre contactos y empresas

## ¿De qué hablamos?

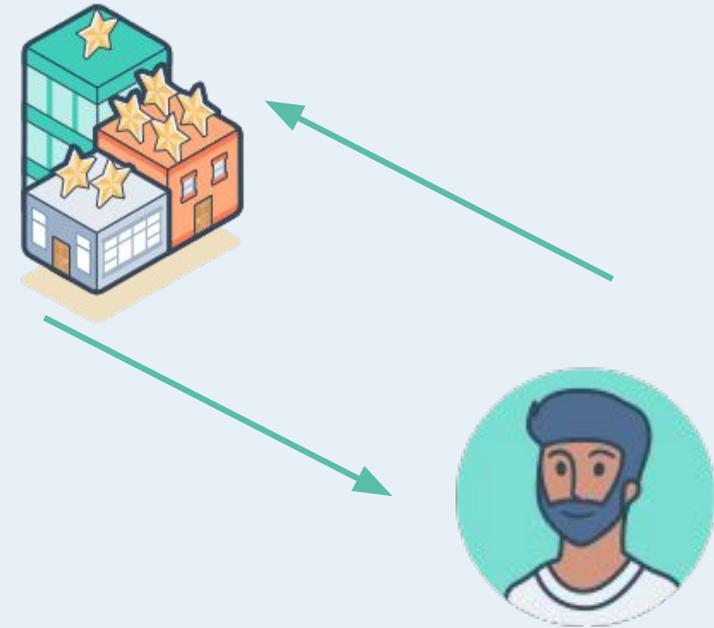
Contactos asociados con la empresa incorrecta o sin asociación alguna

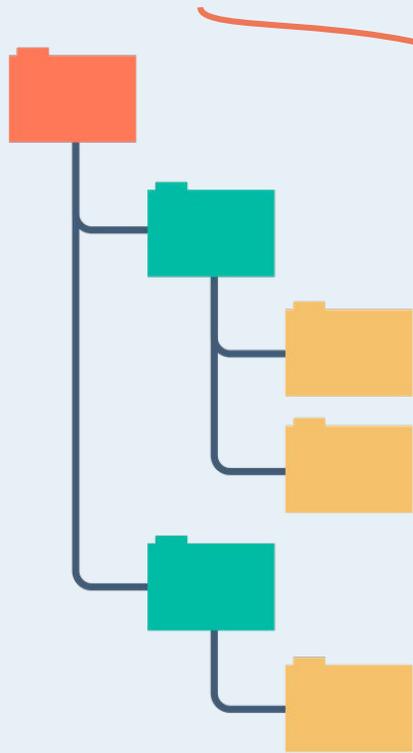
## ¿Cómo corregirlo?

- Haz una lista de todos los contactos que no tienen una empresa asociada
- Haz una lista de todas las empresas sin contactos asociados
- Descarga en Excel los contactos con empresas asociadas e identifica mediante el dominio de email las asociaciones incorrectas



Puedes activar la opción de asociar contactos y empresas automáticamente basado en el dominio de email





Existen integraciones externas que te pueden ayudar a limpiar tu base de contactos de una manera más fácil.

Por ejemplo: [Insycle](#)



# Depuración inteligente de contactos





Es crucial depurar los contactos apropiados para no dejar de lado leads que tienen potencial.

# Principales estrategias de Depuración

1. Contactos rebotados y desuscritos
2. Contactos con baja interacción (engagement)
3. Contactos creados a través del plugin de email



(En ese orden de prioridad)

# Contactos rebotados y desuscritos



Contactos que han tenido un rebote duro o que han cancelado la suscripción a todos tus emails.

HubSpot excluye a estos contactos de todos tus emails de marketing.



# ¿Qué puedes hacer?



Depurar estos contactos  
al menos cada 3 meses.



# ¿Cómo hacerlo?

- Descargar los contactos en archivo CSV desde la herramienta de Correo
- Modificar el CSV y dejar los contactos con rebotes duros y desuscripciones globales
- Volver a importar el archivo para agrupar estos contactos en una lista (paso manual para crear la lista)
- Eliminar a los contactos desde la lista





¡Veamos este proceso en acción!

# Contactos con baja interacción



Contactos que cumplen uno de dos criterios:

- Nunca han abierto un email de marketing y se les ha enviado 11 o más emails
- Se les ha enviado 16 o más emails desde la última vez que abrieron un email



# ¿Qué puedes hacer?



- Identificar estos contactos
- Agregar criterios de segmentación a estos contactos
  - ◆ ¿Quiénes son clientes?
  - ◆ ¿Quiénes tienen negocios asociados en el CRM?
  - ◆ ¿A quienes no quisiera eliminar incluso si tienen baja interacción?
- Identificar la lista final de contactos con baja interacción a depurar
- Recomendable hacerlo cada 3 a 6 meses



# ¿Cómo hacerlo?

- Usar la lista “Contactos sin interacción” como punto de partida
- Crear nuevas listas usando los criterios adicionales
- Eliminar los contactos en base a las nuevas listas





¡Veamos este proceso en acción!

# Contactos creados con la extension de email



Contactos creados cuando la casilla de "Registrar" está chequeada en el plugin de email de HubSpot.

Es común que muchos de estos contactos no sean leads de verdad.



# ¿Qué puedes hacer?



- Identificar los contactos creados por el plugin
- Separar los contactos a eliminar en base a un análisis



# ¿Cómo hacerlo?

- Filtrar contactos por la propiedad "Análisis exhaustivo de fuente original 1" = SALES y excluir los que tengan propiedad "Análisis exhaustivo de fuente original 2" = CRM\_UI
- Crea una nueva lista en base a este filtro identificando los contactos a eliminar
- Eliminar los contactos en base a esta lista
- Crear filtro de prevención de registro para dominios de email que no quieras registrar





¡Veamos este proceso en acción!



Evalúa la información antes de  
eliminar los siguientes  
contactos



1. Clientes - podemos segmentar y hacer cross-sell/up-sell
2. Contactos con interacciones online o llamadas/reuniones/emails de ventas en los últimos 3 meses
3. Suscriptores que sabes que interactúan con tu contenido y pueden tener el potencial de convertirse en leads
4. Contactos con un propietario de HubSpot - chequea con el propietario antes de depurar





Importancia de una  
integración con CRM



Si usas un CRM externo a HubSpot,  
es importante que este sea integrado  
con HubSpot Marketing



# Ventajas de tener una integración con tu CRM

1. Paso automático de leads calificados de marketing a ventas
2. Consistencia de la información entre los dos sistemas
3. Actualización de la información en HubSpot durante el proceso de venta y posventa



Integración Nativa



Integración desarrollada por partners



Integración a través de Zapier



Alguna Pergunta?

# ¡Gracias!



Equipo EN VIVO  
HubSpot