



# Bienvenidos a **EN VIVO**



Presentado por:



**Melissa Hammond**  
CSM LatAm | HubSpot



**Laura Haime**  
AC LatAm | HubSpot



TEMA DE HOY

Aumenta la conversión usando  
flujos de oportunidades.



## AGENDA

1. Qué son flujos de oportunidades de ventas.
2. Cómo construir flujos que convierten
3. Ejemplos en HubSpot



## QUE APRENDERÁS HOY

1. Cómo construir un flujo de oportunidades de venta.
2. Mejores prácticas para optimizar conversión.



Ingresa tus preguntas  
en la herramienta de

**Q&A**

de zoom.





#1

Qué son los flujos de  
oportunidades de  
ventas.



Llamada a la acción dinámica que invita a una conversión espontánea que genera valor a la experiencia del usuario.

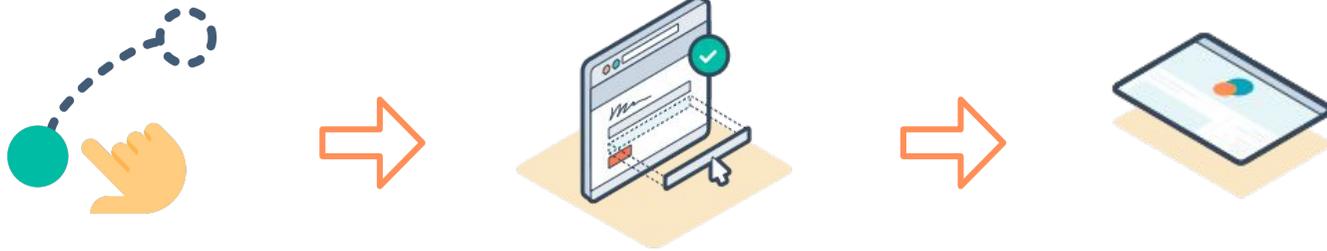


# Según la Psicología..

Cuando nos encontramos en una situación nueva, somos más propensos a prestar atención.



# Proceso de conversión



# Lead Flows



# Proceso de conversión

---



**¿Quieres incrementar tus ventas digitales?**

Sé el primero en enterarte de nuestras publicaciones y recibe ayuda para mejorar tu proceso de ventas.

**Try me**

**¡Por supuesto! Quiero inscribirme**



## Pop-ups Tradicionales.

- ✗ Son estratégicamente ubicados para mejorar la experiencia del buyer persona. ✓
- ✗ Aparecen en el momento correcto. ✓
- ✗ Aparecen en el lugar correcto. ✓
- ✗ Ofrecen el contenido ideal según la etapa del recorrido del comprador. ✓
- ✗ La oferta es clara y ofrece valor agregado ✓

## Lead Flows HubSpot.



# Los flujos de oportunidades de ventas son principalmente implementados:

- #1 En las etapas de descubrimiento y consideración
- #2 Para ofertas no muy complejas
- #3 Serán de ayuda y beneficio para tu usuario





7X

MAS CONVERSIÓN

## Lead Flows





#2

Cómo construir flujos  
que convierten.

#1.

Escoge la  
**oferta**

más relevante para el buyer journey



Selecciona la oferta basado en las etapas de descubrimiento, consideración y decisión.



Selecciona la oferta basado en las etapas de descubrimiento, consideración y decisión.

---



Descarga gratis:  
Ebook de  
Marketing Digital  
Personalizado

[Descarga aquí](#)



The advertisement is presented in a white rounded rectangle with a close button in the top right corner. On the left, the text 'Descarga gratis:' is in red, followed by 'Ebook de Marketing Digital Personalizado' in black. Below this is a teal button with the white text 'Descarga aquí'. To the right is a black tablet displaying the title 'MARKETING PERSONALIZADO' in orange and black, with a white speech bubble pointing to a group of stylized human figures, one of which is orange.



Selecciona la oferta basado en las etapas de descubrimiento, consideración y decisión.

---

**¿Tienes que irte? ¡No hay problema!**

Suscríbete al blog de HubSpot Español y recibe directamente en tu correo electrónico, los últimos tips y consejos para mejorar tu estrategia de Marketing.

Suscríbete ahora



#2.

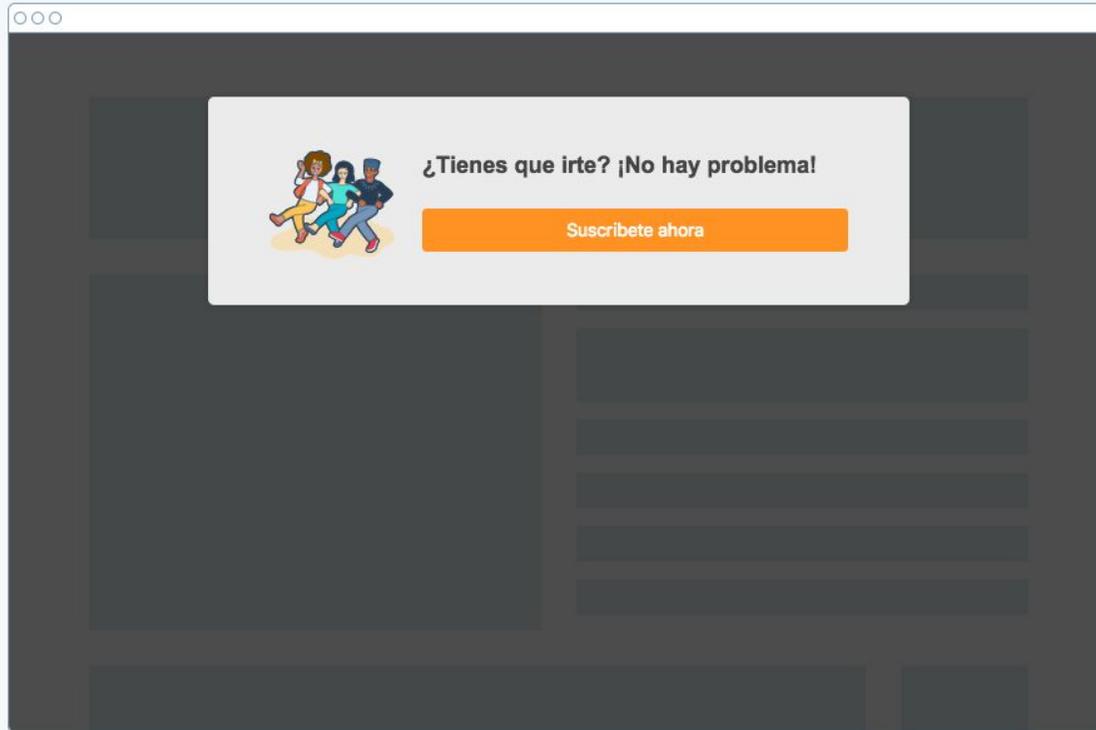
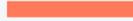
Decide cuál

formato

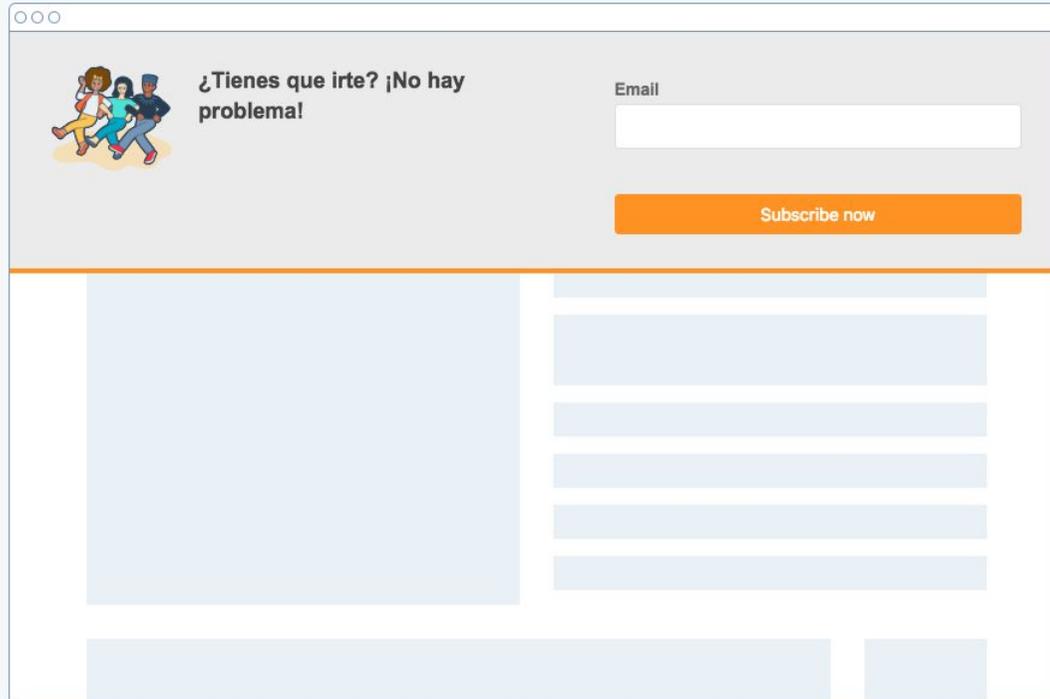
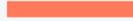
es el mejor para tu oferta.



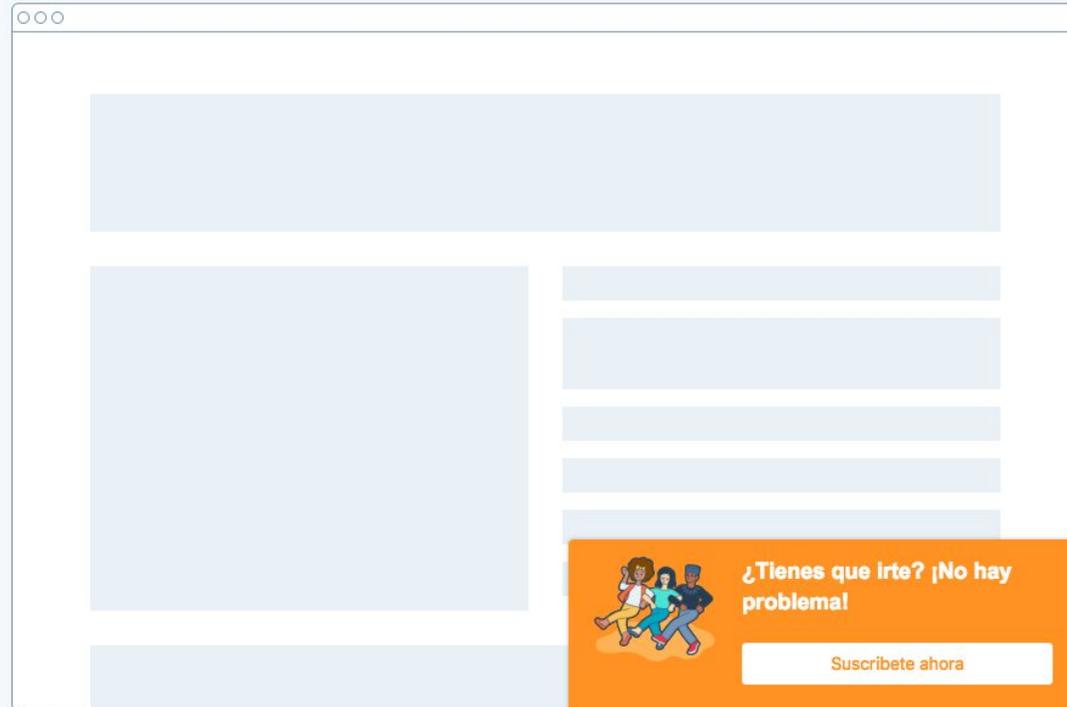
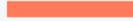
# Cuadro Emergente



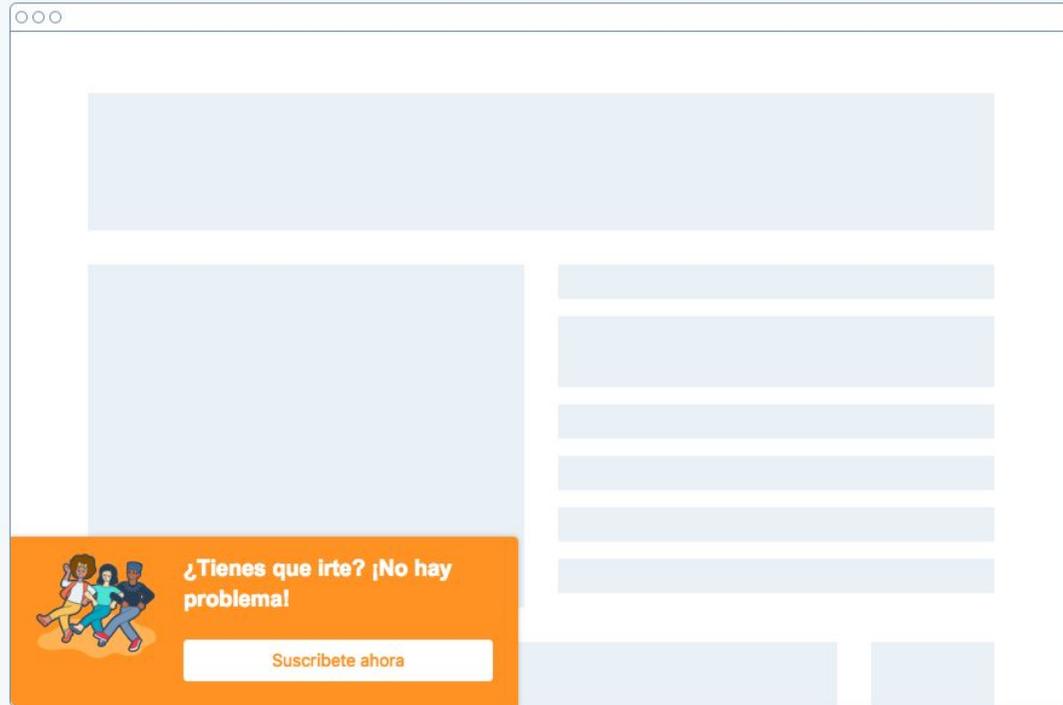
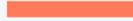
# Banner desplegable



# Cuadro deslizable izquierda



# Cuadro deslizable derecha



#3.

Acierta con el

texto.

del botón.



Usa texto corto y conciso. Mantente en modo de prueba.

---



¿Tienes que irte? ¡No hay problema!

Suscribete ahora



¿Tienes que irte? ¡No hay problema!

Suscribirme



#4.

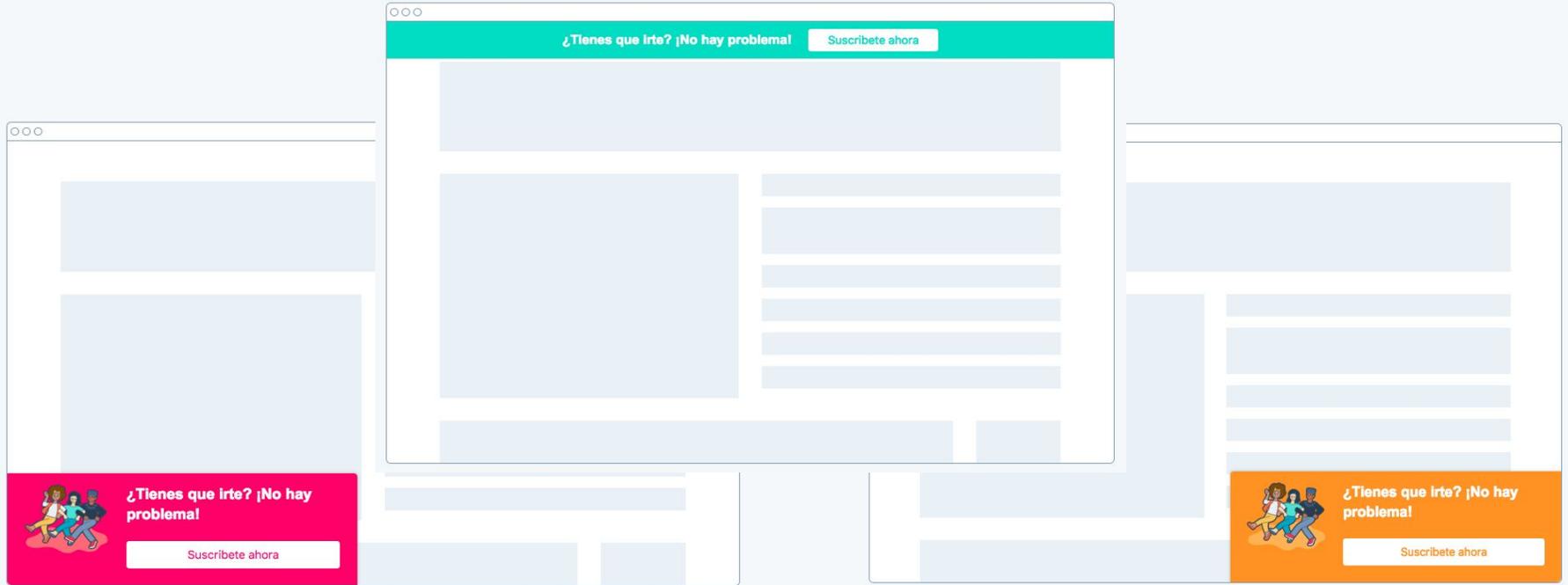
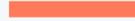
Hazlo

sobresalir

en tu página web.



# Escoge colores y un diseño que resalten



#5.

Recuerda que el  
**formulario**

no debe ser muy largo.



Piensa muy bien en las preguntas necesarias basadas en el tipo de oferta y etapa del recorrido del comprador

---



¿Tienes que irte? ¡No hay problema!

Correo electrónico

Nombre

Susíbete ahora



#6.

Configura los detalles

técnicos

del flujo.



# Dónde va a aparecer

Mostrar flujo de oportunidades de venta...

CUÁNDC

URL del sitio web ▼

es ▼

hubspot.es/blog

+ Agregar regla + Agregar regla de exclusión



**¿Tienes que irte? ¡No hay problema!**

Susíbete al blog de HubSpot Español y recibe directamente en tu correo electrónico, los últimos tips y consejos para mejorar tu estrategia de Marketing.

Susíbete ahora



# Cuándo se va a activar

## Activadores de flujos

Desplazamiento de página en 50% (Recomendado para este tipo de flujo de oportunidades de venta)

Luego del tiempo transcurrido  segundos (Mínimo 7 segundos)

## Tamaños de pantalla pequeños

Desactivar el flujo de oportunidades de venta en los tamaños de pantalla pequeños



## ¿Tienes que irte? ¡No hay problema!

Susíbete al blog de HubSpot Español y recibe directamente en tu correo electrónico, los últimos tips y consejos para mejorar tu estrategia de Marketing.

Susíbete ahora



# Quién será notificado



Quando se captan los contactos, enviar notificaciones por correo electrónico a:

mhammond@hubspot.com ×



**¿Tienes que irte? ¡No hay problema!**

Suscríbete al blog de HubSpot Español y recibe directamente en tu correo electrónico, los últimos tips y consejos para mejorar tu estrategia de Marketing.

Suscríbete ahora



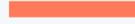
#7.

Sigue el recorrido del

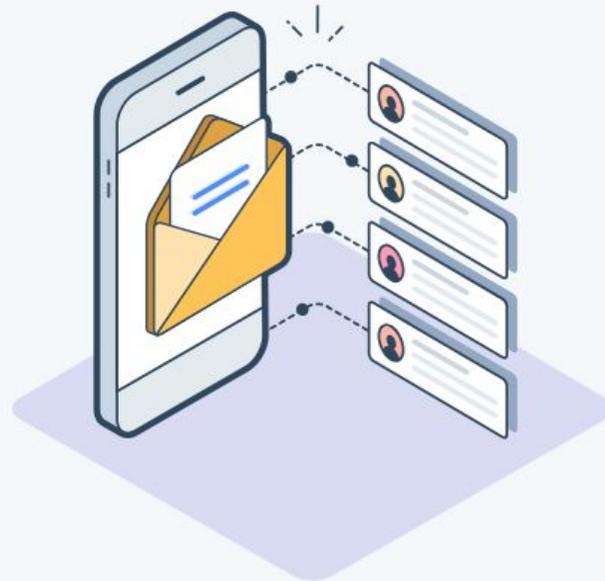
comprador.



# Programa un correo de seguimiento



Los correos electrónicos de seguimiento son una excelente manera de mantenerte vivo en la memoria de tus clientes





#3

Ejemplos reales de  
**casos de uso.**

# Caso de uso #1

**Aumentar los  
suscriptores del blog.**



# Caso de uso #2

Educar leads con  
contenido de top del  
embudo.



# Caso de uso #3

Promocionar eventos  
como webinarios o  
ferias corporativas.



# Caso de uso #4

**Demos y asesorías  
gratuitas.**



# Caso de uso #5

**Ofrecer contenido  
educativo personalizado  
que genere valor para el  
usuario.**



Empecemos con las  
**preguntas**  
de zoom.



# ¡Gracias!



Equipo EN VIVO  
HubSpot