



Bienvenidos a EN VIVO





Diana Cardoso
CSM LatAm | HubSpot



José Luis Ortiz
CSM LatAm | HubSpot



TEMA DE HOY

Aplicaciones avanzadas de automatización



AGENDA

1. Por qué implementar procesos de automatización en Marketing y Ventas
2. Aplicaciones con Workflows
3. Aplicaciones con Bots y Secuencias



QUÉ APRENDERÁS HOY

1. Formas innovadoras de aplicar automatización con workflows y bots en tu empresa



Ingresa tus preguntas
en la herramienta de

Q&A

de Zoom.





#1

Por qué implementar procesos de automatización
en Marketing y Ventas



¿Por qué es importante automatizar procesos en marketing y ventas?



Automatizar procesos repetitivos y operativos, como el ingreso de datos o envío de información, nos permite optimizar recursos y tiempo y, en definitiva, mejorar nuestra productividad.



¿Sabías Que...?

1. Algunos equipos de ventas gastan 10 horas al mes ingresando información al CRM
2. La mayoría de los ejecutivos comerciales emplean menos de un tercio de su tiempo vendiendo
3. Compañías que automatizan procesos de marketing y ventas para la nutrición de prospectos aumentan en un 451% su número de clientes potenciales calificados

Fuente: <https://www.incredo.co/blog/automated-marketing-processes-for-business-growth>



¿Por qué implementar procesos de automatización en Marketing y Ventas?

1. Beneficios de Implementar Procesos de Automatización
2. Herramientas de Automatización



Beneficios de Implementar Procesos de Automatización

- Ahorrar tiempo y recursos (económicos y humanos)
- Disminuir errores
- Aumentar productividad/eficiencia
- Disminuir tiempo gastado en tareas que no agregan valor
- Acelerar procesos: ciclo de venta, generación de leads



Beneficios de Implementar Procesos de Automatización

- **MARKETING**
 - Envío de correos de nutrición de prospectos
 - Programación de posts en redes sociales
- **VENTAS**
 - Generación de reportes
 - Asignación de prospectos a representantes de ventas
 - Priorización de prospectos



Automatizar + Inbound

- Personalizar
- Segmentar
- Centrado en el Cliente



Herramientas de Automatización en HubSpot

- Workflows
- Secuencias
- Bots



Webinar EN VIVO

Workflows y Nutrición

Episodio 23

Nutrición de Prospectos y Workflows

La Ruta Inbound - Episodio 11

Navega El Video

Mira el webinar completo, o navega directo a una sección con los siguientes enlaces:

- [Introducción](#)
- [Marketing enfocado en el ciclo de vida](#)
- [Qué es y por qué es importante la nutrición de prospectos](#)
- [Elementos de una estrategia de nutrición y tips](#)
- [Pasos para crear un workflow de nutrición de prospectos](#)
- [Ejemplos reales de diferentes aplicaciones de workflows](#)
- [Cómo usar la herramienta de Listas en HubSpot](#)
- [Cómo usar la herramienta de Workflows en HubSpot](#)
- [Entrevista con Yojana Cárdenas - Especialista en Inbound](#)
- [Q&A](#)



Webinar EN VIVO

Secuencias con HubSpot

Secuencias de
Ventas efectivas

Episodio 43

Regístrate Ahora

Descargar Diapositivas





#2

Ejemplos innovadores de uso de Workflows



Ejemplos de Workflows Innovadores

1. Nutrición de leads por temas escogidos
2. Automatización de proceso de renovación
3. Carrito abandonado en procesos de varios pasos
4. Manejo de leads en base a lead scoring
5. Notificaciones de negocios por etapas
6. Automatización con Tickets y Service Hub



1

Nutrición de leads por temas escogidos

Tipo: Nutrición

Basado en contactos

Objetivo: Dar una experiencia de contenido en base a interés del lead

Acciones: Emails de marketing

Productos requeridos:
Marketing Hub





Activadores de inscripción:

Al contacto se le envió 15% off offer this weekend.



Bifurcación Si/entonces:
El contacto hizo clic en CTA - LP Guía Turismo Aventura.

NO

SI



Bifurcación Si/entonces:
El contacto hizo clic en CTA video.

NO

SI



Enviar correo Awareness Workflow Email #2 -
Blog post on hats for outdoors [🔗](#)
0% tasa de clics



2

Automatización de proceso de renovación

Tipo: Procesos

Basado en contactos (centrado en fecha)

Objetivo: Automatizar notificaciones de renovación

Acciones: Emails de marketing

Productos requeridos:
Marketing Hub





Activadores de inscripción:
propiedad **Aplica renovacion** del contacto es
igual a Sí.



Este workflow se centra en la propiedad
Fecha en la que se convirtió en cliente



Realizar la siguiente acción
30 días antes de Fecha en la que se convirtió en
cliente a la(s) 14:30
0 contactos

+



Enviar correo **Aviso de renovacion** [↗](#)
0% tasa de clics



3

Carrito abandonado en procesos de varios pasos

Tipo: Procesos
Basado en contactos

Objetivo: Recordatorios a
contactos si dejaron
abandonado un proceso de
aplicación

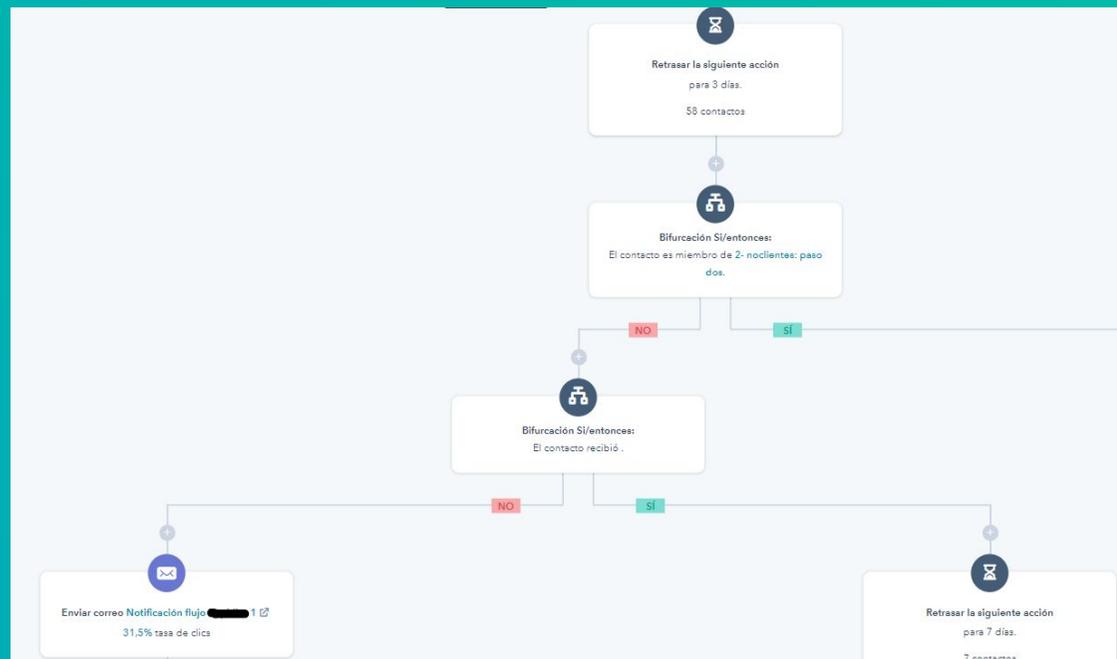
Acciones: Emails de marketing

Productos requeridos:
Marketing Hub e integración
con API





Activadores de inscripción:
El contacto es miembro de 1- noclientes: paso uno.



4

Manejo de leads en base a lead scoring

Tipo: Procesos
Basado en contactos

Objetivo: Dar prioridad y asignar contactos en base a lead scoring

Acciones: Establecer valores de propiedades y asignar propietarios

Productos requeridos:
Marketing y Sales Hub





Activadores de inscripción:
propiedad **Puntuación de HubSpot** del contacto
es mayor que o igual a 50.



Establecer una propiedad de contacto **Etapa del ciclo de vida** en Marketing Qualified Lead

+



Rotar oportunidades de venta hacia
Rotar oportunidades de venta entre 2
propietarios



5

Notificaciones de negocios por etapas

Tipo: Procesos
Basado en negocios

Objetivo: Notificar a gerencia de negocios grandes en etapas de cierre

Acciones: Creación de tareas

Productos requeridos:
Sales Hub



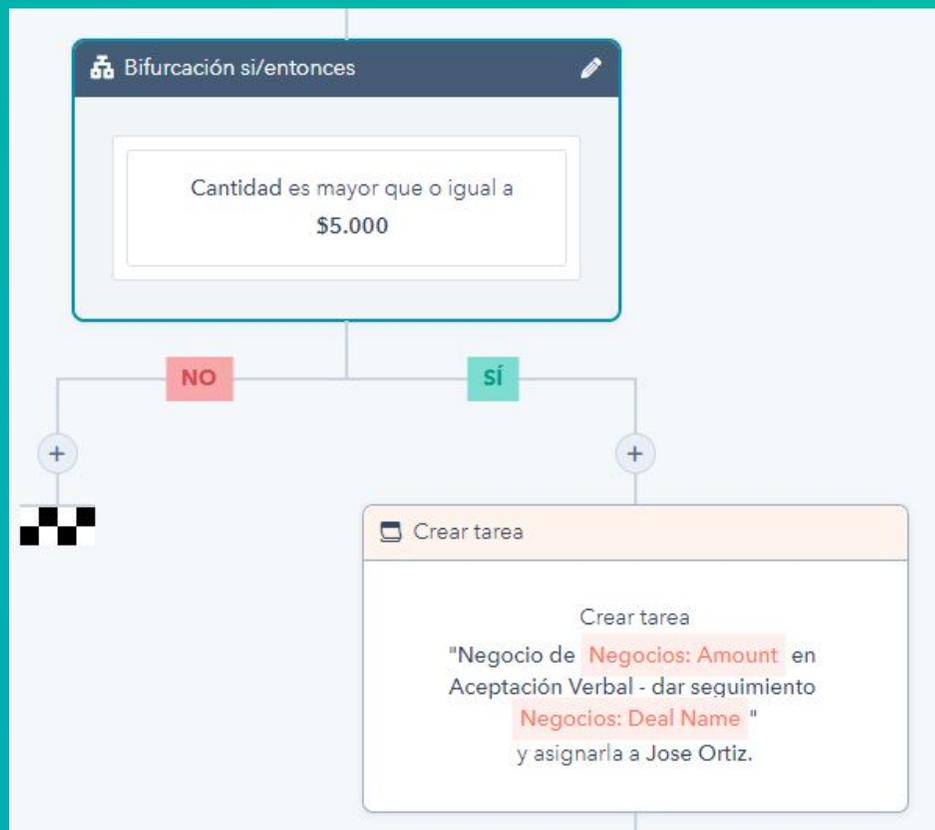
Acción desencadenante de inscripción N...

Pipeline es cualquiera de Sales Pipeline

y

Etapa del negocio es cualquiera de Aceptación verbal (Sales Pipeline)

[Ver menos](#)



6

Automatización con Tickets y Service Hub

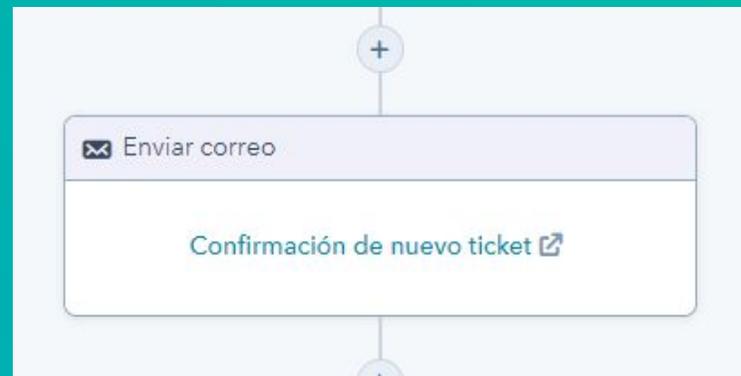
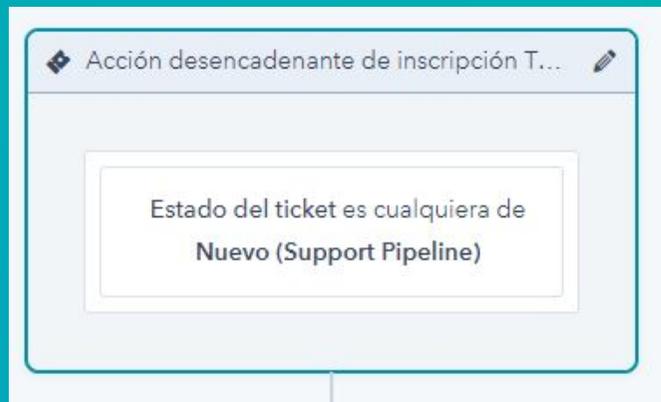
Tipo: Procesos
Basado en tickets

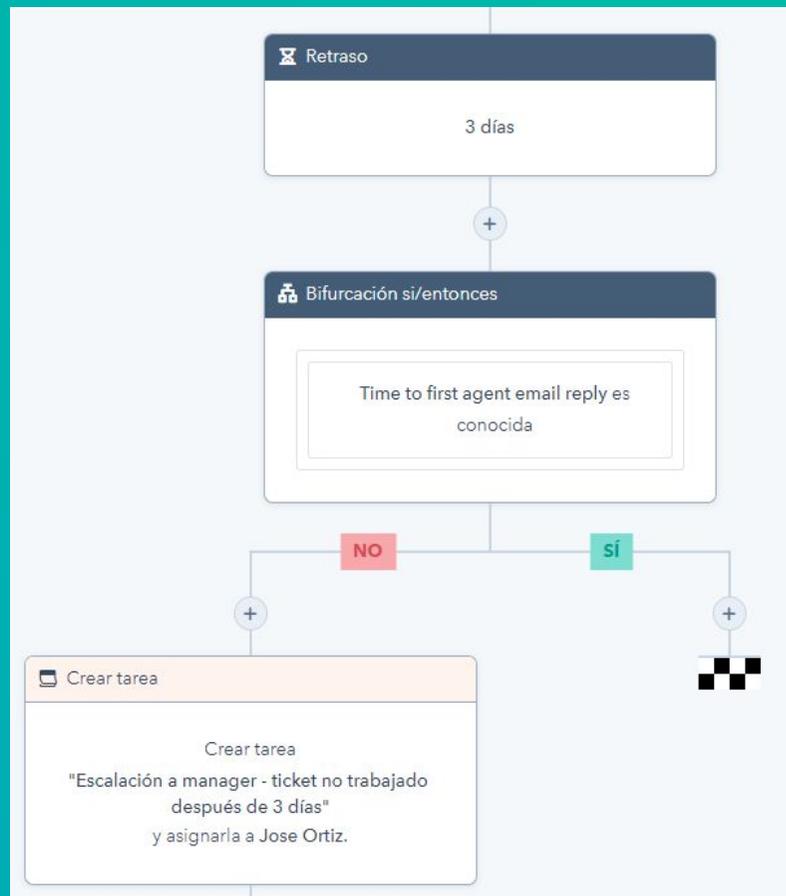
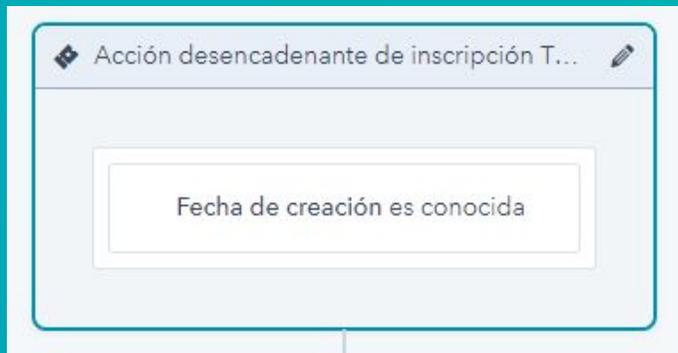
Objetivo: Automatizar
comunicación y procesos en
base a tickets

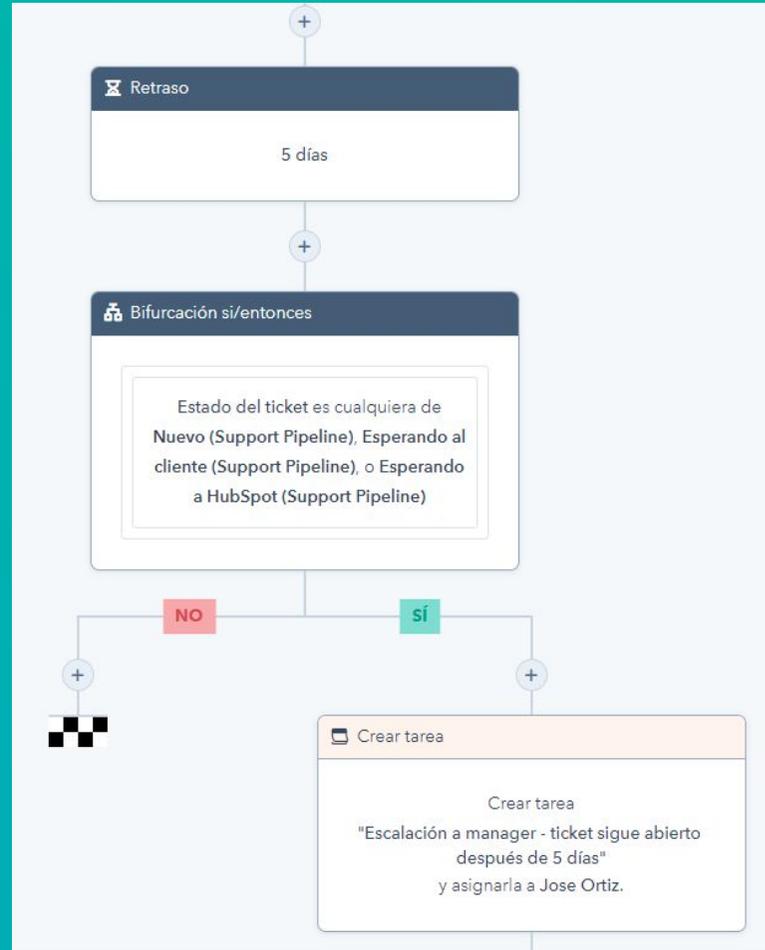
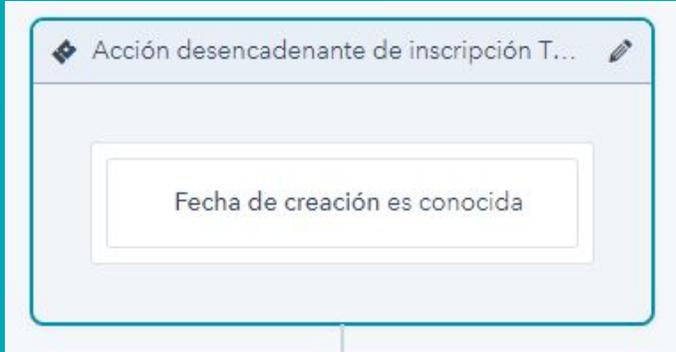
Acciones: Emails, creación de
tareas y modificación de
propiedades

Productos requeridos:
Service Hub











#3

Ejemplos con bots



¿Cómo se utilizan los bots?



Ejemplo de chatbot

1. Adquisición de leads y segmentación de marketing a través de chatbot.



Bots con HubSpot

Episodio 29

Bots

Navega El Video

Mira el webinar completo, o navega directo a una sección con los siguientes enlaces:

- [Introducción](#)
- [Qué es el Marketing Conversacional](#)
- [Cómo planificar una estrategia de chat conversacional](#)
- [Qué son los Bots](#)
- [Ejemplos de usos de Bots](#)
- [Cómo crear Bots usando la herramienta de HubSpot](#)
- [Tips de escritura para la programación de Bots](#)
- [Q&A](#)



Empecemos con las
preguntas
de Zoom.



Este fue el último webinar de Meli



GRACIAS Meli
por todo lo que hiciste por EN VIVO!!!



The background is a solid orange color with a subtle gradient. There are several decorative elements: a large, semi-transparent orange circle in the top-left corner; a smaller, semi-transparent orange circle with a smaller solid orange circle inside it, located in the top-left quadrant; and a large, semi-transparent orange arc in the bottom-right corner.

¡Gracias!