



# Bienvenidos a EN VIVO





**Diana Cardoso**  
CSM LatAm | HubSpot



**Juliana Fernandez**  
CSM LatAm | HubSpot



TEMA DE HOY

# Manejo de Etapas de Ciclo de Vida en HubSpot



## AGENDA

1. Qué y cuáles son las etapas de ciclo de vida
2. Por qué es importante usarlas
3. Diferencia entre etapas de ciclo de vida y estados de la oportunidad de venta (Lead Status)
4. Cómo se establece cada etapa para un contacto
5. Cómo administrar las etapas de ciclo de vida de manera manual y automática
6. Informes asociados a las etapas de ciclo de vida
7. Q&A



## QUÉ APRENDERÁS HOY

1. Cuáles son las etapas de ciclo de vida utilizadas en HubSpot
2. Por qué es importante utilizar y mantener actualizadas las diferentes etapas de ciclo de vida
3. Cómo modificar las etapas de ciclo de vida dentro de HubSpot
4. Cuáles son los reportes de HubSpot en los que podemos obtener información de la etapa de ciclo de vida de los contactos



Ingresa tus preguntas  
en la herramienta de

**Q&A**

de Zoom.





#1

Qué y cuáles son las etapas de ciclo de vida



# ¿Qué son las etapas de ciclo de vida?

El camino recorrido por un contacto desde su primera interacción con nuestra compañía hasta la compra.



# ¿Cuáles son las etapas de ciclo de vida?

**Suscriptor:** «Me suscribí a los correos electrónicos semanales del blog»

**Oportunidad de venta (Lead):** «Completé por primera vez el formulario en tu sitio web»

**MQL:** «Cumplo con los criterios de encaje e interés»

**SQL:** «El equipo de ventas se comunicó conmigo y descubrió que califico»

**Oportunidad:** «Estoy negociando activamente una oportunidad de venta»

**Cliente:** «Hice una compra»

**Evangelizador:** «Me encanta tu empresa y quiero compartirlo con todos»





#2

Por qué es importante usar las etapas de ciclo de vida



Muchas herramientas e informes en  
HubSpot dependen del **manejo**  
**correcto de las etapas de ciclo de**  
**vida**



# ¿Qué temas dependen de las etapas de ciclo de vida?

---

- Tasas de conversión en Analíticas de Tráfico
  - Necesito saber quién se ha convertido en cliente
- Medición de generación de leads calificados y ventas
- Estrategias de Smarketing para alinear marketing y ventas

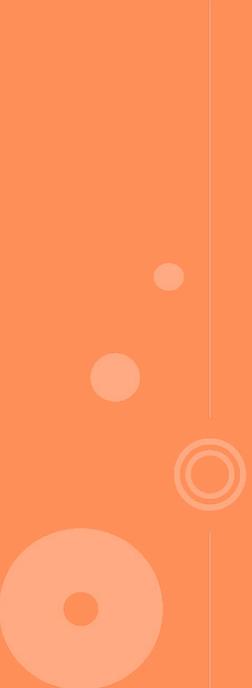


# Segmentación con base en las etapas de ciclo de vida

---

- Listas de clientes, suscriptores, MQLs, Oportunidades
- Criterios para estrategias de depuración regular
- Saber en qué parte del “lifecycle” están todos los contactos en mi base





#3

Diferencia entre etapas de ciclo de vida y estados del lead



# Etapas del ciclo de vida y Estado del lead

---

**Etapas del ciclo de vida:** es una propiedad predeterminada de contacto y empresa que indica en qué parte del ciclo de marketing y ventas se encuentra un contacto o una empresa. La propiedad Etapa del ciclo de vida se actualiza cuando se realizan determinadas acciones en HubSpot CRM.



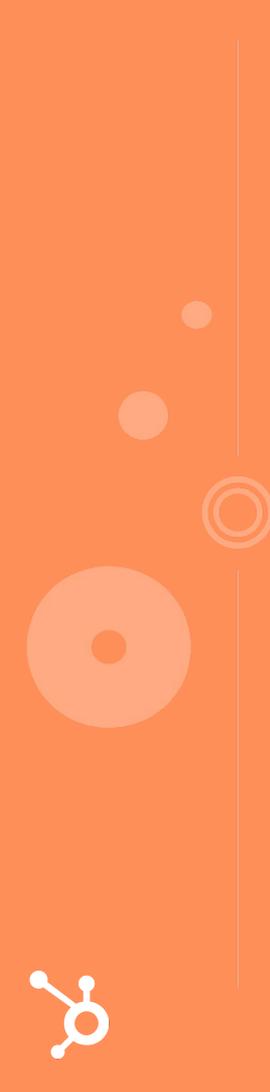
# Etapas del ciclo de vida y Estado del lead

**Estado de oportunidad de venta:** es una propiedad predeterminada de contacto y empresa que indica en qué lugar del ciclo de compra se encuentra un contacto o una empresa en su calidad de oportunidad de venta. Permite ser más específico con respecto a la calificación de un contacto o una empresa como SQL.

Los valores predeterminados de Estado de la oportunidad de venta incluyen:

- Nuevo
- Abierto
- En curso
- Negocio abierto
- Sin calificar
- Intento de contacto
- Conectado
- Mal momento





#4

Cómo se establece cada etapa para un contacto

# ¿Cómo se establece cada etapa para un contacto?

Los **contactos nuevos**:

## Suscriptor:

- Contactos creados a partir del formulario predeterminado de suscripción de Blog
- Contactos importados
- Contactos creados a través de conversaciones

## Oportunidad de venta (lead):

- Contactos creados manualmente desde el panel de contactos
- Contactos que se crearon a partir de un formulario (clásico/emergente)
- Contactos sincronizados de Salesforce
- Contactos creados a partir de la integración de correo



# ¿Cómo se establece cada etapa para un contacto?

Los **contactos existentes**:

## Oportunidad:

- Contactos a los que se le ha creado un negocio dentro de HubSpot

## Cliente:

- Contactos con negocios bajo la etapa de "cierre ganado/closed won"





#5

Cómo administrar las etapas de ciclo de vida de manera manual y automática



No todas las etapas se establecen de forma predeterminada y automática, por lo tanto **es importante establecer procesos para su manejo**



# MQL, SQL y Evangelizador

Etapas que requieren intervención manual



# MQL

Paso a MQL cuando un lead ha sido identificado como calificado por Marketing



# SQL

Paso a SQL cuando un lead ha sido aceptado como calificado y apto para trabajarlo por Ventas



Webinar EN VIVO

SMARKETING

Episodio 69

**Smarketing: Alineación de  
Marketing y Ventas**

[Ver ahora](#)

Marketing

Ventas



# Evangelizador

Etapa usada para identificar a tus promotores y clientes más fieles para realizar programas especiales

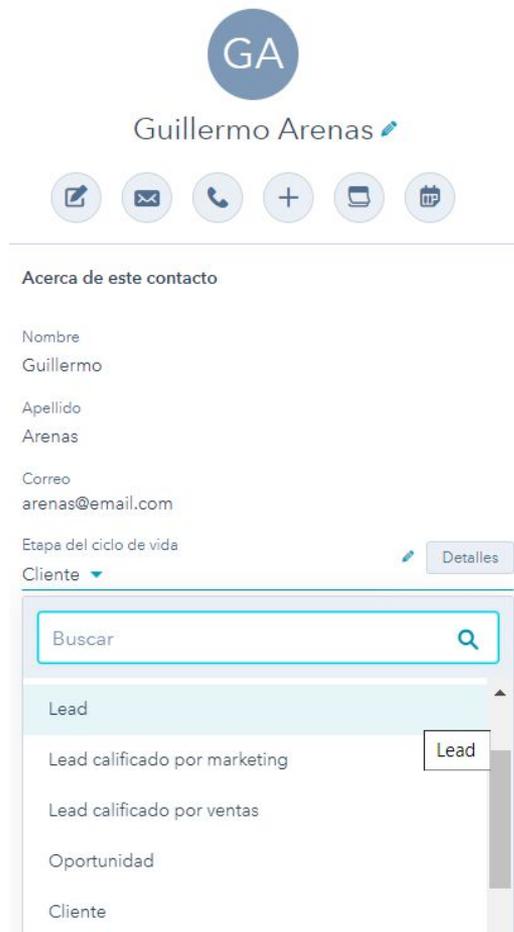


¿Cómo cambiar las etapas de ciclo de vida para uno o varios contactos?



1

# Manualmente en el registro de contacto



The screenshot shows a CRM contact record for Guillermo Arenas. At the top, there is a circular profile picture with the initials 'GA' and the name 'Guillermo Arenas' with a pencil icon for editing. Below the name is a row of six icons: a document with a pencil, an envelope, a telephone, a plus sign, a speech bubble, and a calendar. The main section is titled 'Acerca de este contacto' and lists the following details: 'Nombre: Guillermo', 'Apellido: Arenas', 'Correo: arenas@email.com', and 'Etapa del ciclo de vida: Cliente'. To the right of the last item is a 'Detalles' button. Below this is a search bar with the text 'Buscar' and a magnifying glass icon. A dropdown menu is open, showing a list of lifecycle stages: 'Lead' (highlighted), 'Lead calificado por marketing', 'Lead calificado por ventas', 'Oportunidad', and 'Cliente'. A 'Lead' label is visible on the right side of the dropdown menu.



2

Durante la importación  
de contactos

Nombre	Apellido	Etapas del ciclo de vida
Michael	Scott	Suscriptor
Mac	Mitchell	Lead
Lauren	Tzirides	Lead calificado por ventas



3

## Mediante envío de formulario de un contacto

Establece este campo como oculto

Etiqueta ⓘ

**B** *I* U ~~T~~ 

Etapa de Ciclo de Vida

Opciones de los campos

[Editar opciones de esta propiedad](#) ↗

PRESELECCIONAR	ETIQUETA	VALOR INTERNO
<input type="checkbox"/>	Subscriber 	subscriber
<input type="checkbox"/>	Lead 	lead
<input checked="" type="checkbox"/>	Marketing Qualified Lead 	marketingqualifiedlead



4

## En masa a través de la herramienta de Contactos

<input type="checkbox"/>	3 seleccionados	→ Asignar	<u>Editar</u>	🗑 Eliminar	+ Crear tareas	⋮
<input checked="" type="checkbox"/>		Juan Perez			jptest@pepsico.com	
<input checked="" type="checkbox"/>		Mario Castillo			mctest@claro.com	
<input checked="" type="checkbox"/>		Pablo Perez			pptest@movistar.com	

\* Recomendable solo cuando usas CRM y no Marketing Hub



5

## A través de Workflows con base en criterios



## ¡Ten en cuenta!

En general no es recomendable cambiar las etapas de ciclo de vida hacia atrás, pero si necesitas hacerlo deberás hacerlo manualmente o en un workflow primero pasando la propiedad a en blanco.

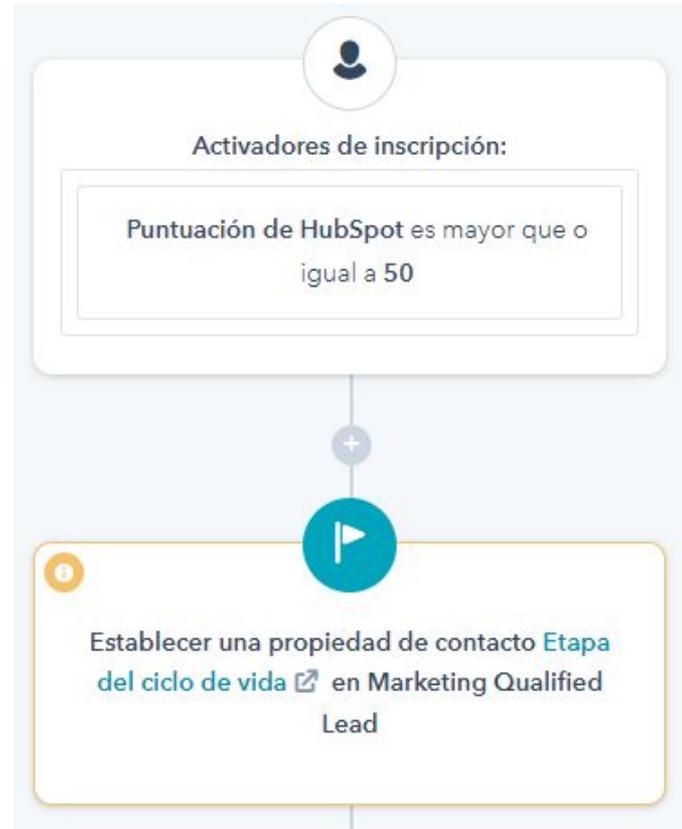


Si no usas el HubSpot CRM ni tienes una integración con tu CRM, es de vital importancia **que cambies la etapa a Cliente cuando un contacto se convierta**



# Si usas Lead Scoring

Los cambios de etapa se pueden hacer con workflows de acuerdo a la puntuación de cada contacto



Webinar EN VIVO

Aplicaciones  
avanzadas de  
automatización

Episodio 53

**Aplicaciones Avanzadas  
de Automatización**

Ver ahora

Marketing

Ventas

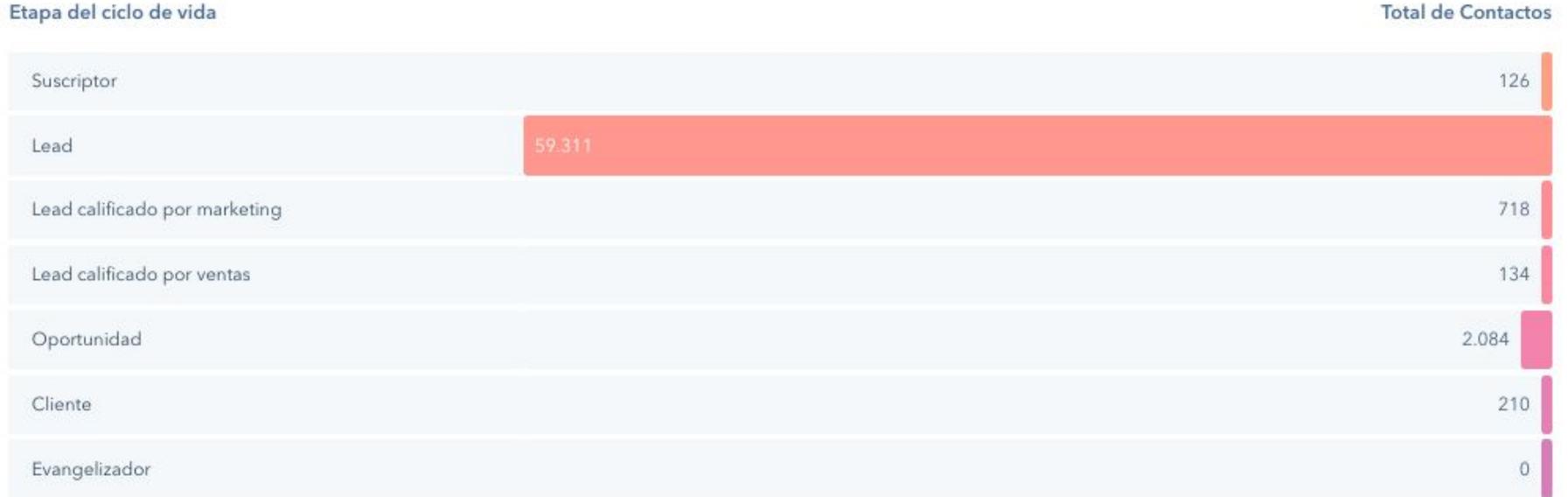


A vertical white line runs down the left side of the slide. To its left are several semi-transparent orange circles of varying sizes. At the bottom left is a white icon of a network node with three connections.

#6

Informes asociados a las etapas de ciclo de vida

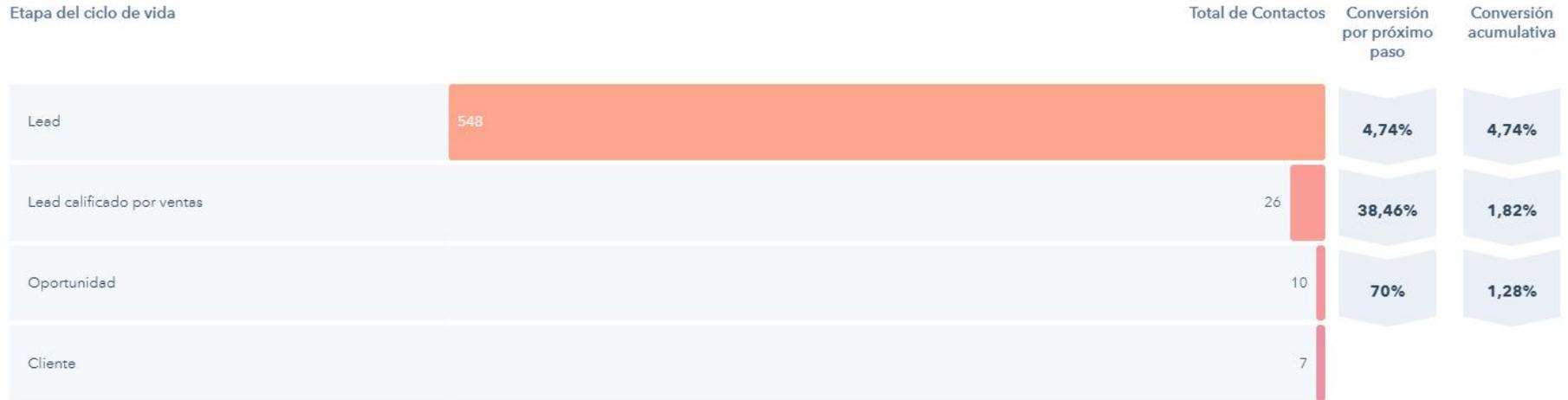
# Embudo de Contacto



Este reporte muestra cuando los contactos han pasado por cualquiera de las etapas



# Embudo de Contacto



Este reporte muestra cuando los contactos han pasado por todas de las etapas

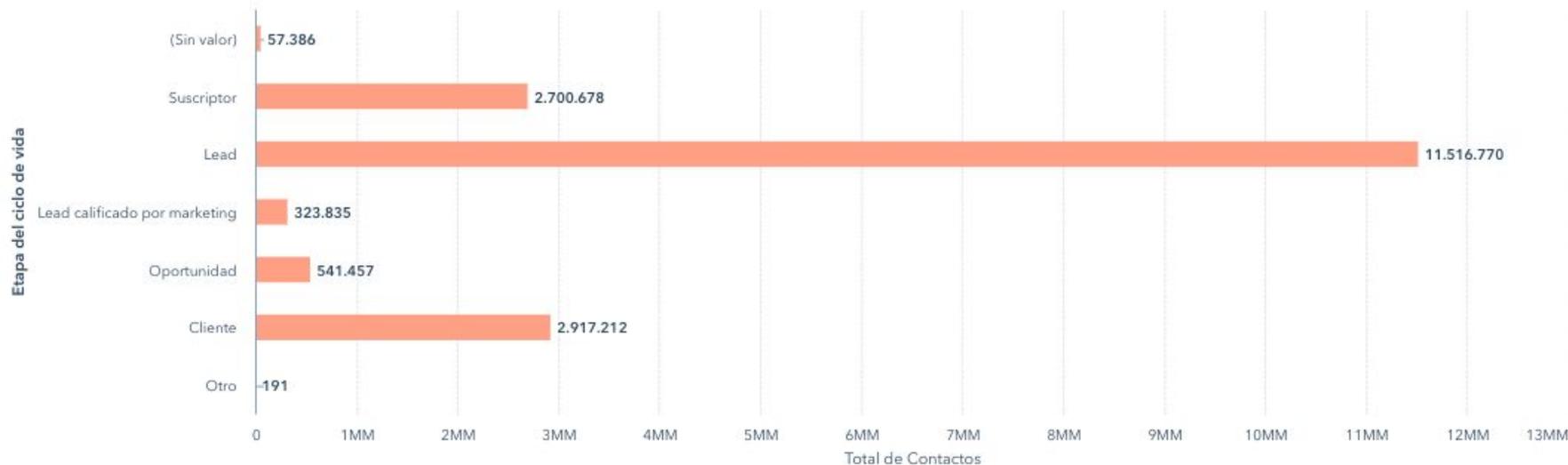


# Analíticas de Contactos

Etapa del ciclo de vida ▾

Estilo: Barras ▾

● Total de Contactos



# Desempeño de Marketing

## Marketing Performance ?

Intervalo de fechas: El trimestre pasado | Frecuencia: Mensual

SESIONES

1.138.748

▼ -0,15%



NUEVOS CONTACTOS

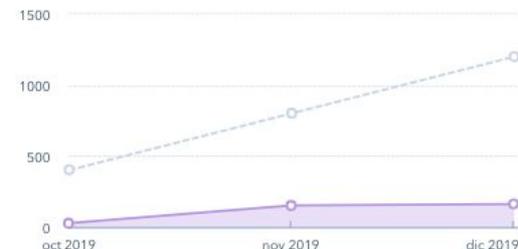
59.434

▼ -4,23%



CLIENTES

163



# Analíticas de Tráfico

Todas las fuentes >

 Editar columnas

<input checked="" type="checkbox"/>	FUENTE	SESIONES	TASA DE SESIÓN A CONTACTO	NUEVOS CONTACTOS	TASA DE CONTACTO A CLIENTE	CLIENTES	TASA DE REBOTES	DURACIÓN DE SESIÓN
<input checked="" type="checkbox"/>	Búsqueda de pago	101.727	5,01%	5.092	0,02%	1	69,81%	2 segundos
<input checked="" type="checkbox"/>	Búsqueda orgánica	75.937	5,2%	3.949	0%	0	69,06%	2 segundos
<input checked="" type="checkbox"/>	Referencias	55.141	5,08%	2.801	0%	0	69,2%	2 segundos
<input checked="" type="checkbox"/>	Email marketing	42.144	5,08%	2.140	0,09%	2	69,35%	2 segundos
<input checked="" type="checkbox"/>	Tráfico directo	38.775	4,94%	1.915	0,1%	2	69,69%	5 segundos
<input checked="" type="checkbox"/>	Redes sociales	30.824	5,17%	1.594	0,13%	2	69,5%	2 segundos
<input checked="" type="checkbox"/>	Otras campañas	20.063	5,22%	1.048	0%	0	69,97%	2 segundos
<input checked="" type="checkbox"/>	Pagado en redes sociales	5.840	5,39%	315	0%	0	69,02%	2 segundos
	Total	370.451	5,09%	18.854	0,04%	7	69,47%	3 segundos



# ROI Anuncios

IMPRESIONES  
15.042  
En todas las redes

1,5%

CLICS  
225  
\$0,76 cada uno

1,8%

CONTACTOS  
4  
\$42,68 cada uno

25%

NEGOCIOS  
1  
\$170,73 cada uno

Agregar métricas

Buscar



NOMBRE	NOMBRE DE LA CUENTA	IMPRESIONES	CLICS	TOTAL DE CONTACTOS	CLIENTES	CANTIDAD GASTADA	INGRESOS	ROI
Capture automate screen Completado	Biglytics Ad Account	40	0	0	0	\$1	\$0	-100%
Big Data Ebook Completado	Biglytics Ad Account	12.871	205	2 Alerta	1	\$159,73	\$0	-100%
Default Campaign Group Activa	Biglytics	2.131	20	2	2	\$10	\$8.000	79.900%
Totales	-	15.042	225	4	3	\$170,73	\$8.000	4.586%

< Anterior 1 Siguiente >



Empecemos con las  
**preguntas**  
de Zoom.



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 area; a set of three concentric, semi-transparent orange circles in the top-left area; and a large, semi-transparent orange circle in the bottom-right corner.

¡Gracias!