

¡Bienvenidos a En Vivo!

HubSpot CRM y Extensión de ventas

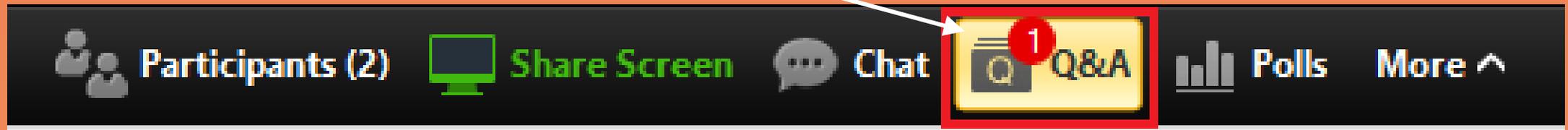


Agenda:

1. Qué es un CRM
2. Partes principales del CRM de HubSpot
3. Cómo usar las herramientas del CRM
4. Extensión de ventas para el correo
5. Entrevista Equipo Ventas
6. Preguntas

Notas:

- ★ NUEVA BIBLIOTECA DE RECURSOS EN VIVO
- ★ DEJAR SUS PREGUNTAS EN LA HERRAMIENTA DE Q&A DE ZOOM, AL FINAL LAS RESPONDEREMOS.



QUÉ ES UN CRM



Sistema para el manejo de relaciones con los clientes

- ★ **Efectividad:** El personal de marketing y ventas pasará más y más tiempo buscando correos electrónicos y tratando de conectarse con sus compañeros de trabajo para obtener la información más reciente y precisa sobre el estado de los clientes potenciales. Esto podría llevar a citas perdidas o reservadas doblemente, o una falla en el seguimiento de tareas vitales esenciales para nutrir clientes potenciales a través del embudo de ventas.
- ★ **Consistencia:** Cada representante de ventas de su equipo puede confiar en un proceso de ventas diferente. En este escenario, la comunicación con clientes potenciales carecerá de consistencia o, lo que es peor, los clientes potenciales incluso tendrán que repetir la misma información cada vez que se conecten con un representante de su empresa.
- ★ **Organización:** Los CRM organizan efectivamente la información de contactos, empresas y oportunidades de ventas, así como también cada interacción que tiene lugar a través de la multitud de canales de comunicación del cliente, incluyendo su sitio web, correo electrónico, llamadas telefónicas, redes sociales y otros canales.
- ★ **Productividad:** Los sistemas CRM mantienen a su equipo enfocado y sincronizado, facilitando un uso más efectivo del tiempo y eliminando muchas de las tareas molestas que toman tiempo sin agregar valor (como buscar en los archivos de correo electrónico la comunicación más reciente con un cliente potencial o buscarlos) el representante de marketing que estuvo por última vez en contacto con un cliente potencial clave para obtener información necesaria para cerrar el trato)

Quiénes son nuestros clientes?

Cómo está nuestro pipeline de negocios?

Este cliente ya había comprado nuestros productos?

Cómo me comunico con un cliente o lead?

Qué contenido están descargando los leads?

Cuál fue el proceso de ventas anterior?





Los prospectos y clientes son los que más “sufren” cuando el equipo de ventas no está en la misma página que ellos.

ESTRUCTURA CRM



Negocio



- Producto
- Tipo de negocio
- Fecha de cierre
- Valor
- Etapas del negocio

- Notas
- Reuniones
- Actividad de contactos y empresas

Empresa



- Dominio
- Dirección
- Industria
- # de Empleados
- Descripción

- Noticias de la empresa
- Reuniones de equipo
- Información Eventos
- Notas tomadas
- Actividad de contactos

Contacto



- Email
- Nombre
- Puesto
- Lead Status
- Producto visto

- Emails enviados
- Llamadas realizadas
- Reuniones
- Secuencias
- Documentos enviados

Tareas



- Estado
- Fecha
- Hora
- Asignación
- Descripción

Propietario de HubSpot = Rep Ventas



ESTADO DEL LEAD:

Intentos de llamada
Esperando
Educando
Agendar reunion
Abrir negocio
Sin calificar
No es un buen momento

ETAPA NEGOCIO:

Cita para demo
Reunion hecha
Necesita confirmar
Negociacion iniciada
Ganado
Perdido

**CUANDO TU NEGOCIO CRECE TIENES QUE ASEGURARTE
QUE ESTÁS CUBRIENDO TODAS LAS BASES DEL
PROCESO DE VENTAS**



**EMPODERAR A TU EQUIPO DE VENTAS A CONVERTIR
LEADS EN CLIENTES**



**LOS REPS VAN A ENTRAR AL CRM E INMEDIATAMENTE
VAN A SABER CUALES SON LOS BUENOS LEADS.**



CÓMO USAR EL CRM

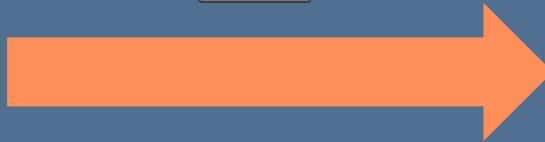
INFORMACIÓN QUE EL EQUIPO DE VENTAS DEBE REGISTRAR:

1. **Intentos de comunicación:** Guardar registro de llamadas, emails e intentos de comunicación con cualquier contacto o prospecto
1. **Status del lead:** calificado, no calificado, en progreso.
1. **Reporte de ingresos:** Reporte de negocios cerrados en cada contacto para facilitar el cálculo del ROI

INFORMACIÓN QUE EL EQUIPO DE MARKETING DEBE REGISTRAR

1. **Inteligencia completa de prospectos:** Historial de la actividad en el website como interacciones con campanas, contenido descargado, actividad en redes sociales. Tener esta información integrada en un solo récord ayuda a los representantes de ventas a crear estrategias de seguimiento basadas en la primera conversión.
1. **Alertas sobre prospectos:** Emails y notificaciones internas cuando los prospectos revisitan el sitio web, rellena un formulario o simplemente ejecuta una acción importante como una solicitud para hablar con una persona de ventas.

HubSpot CRM



REPORTES

Manejar pronóstico

Agregar informe:

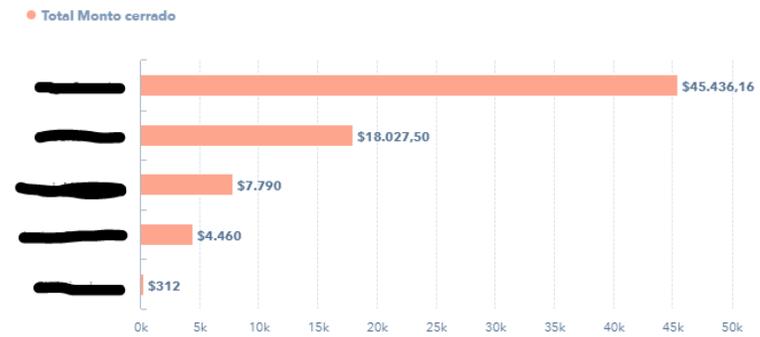
\$2.671.985,69



Tabla de posiciones de negocios

Agregar informe:

Personalizar

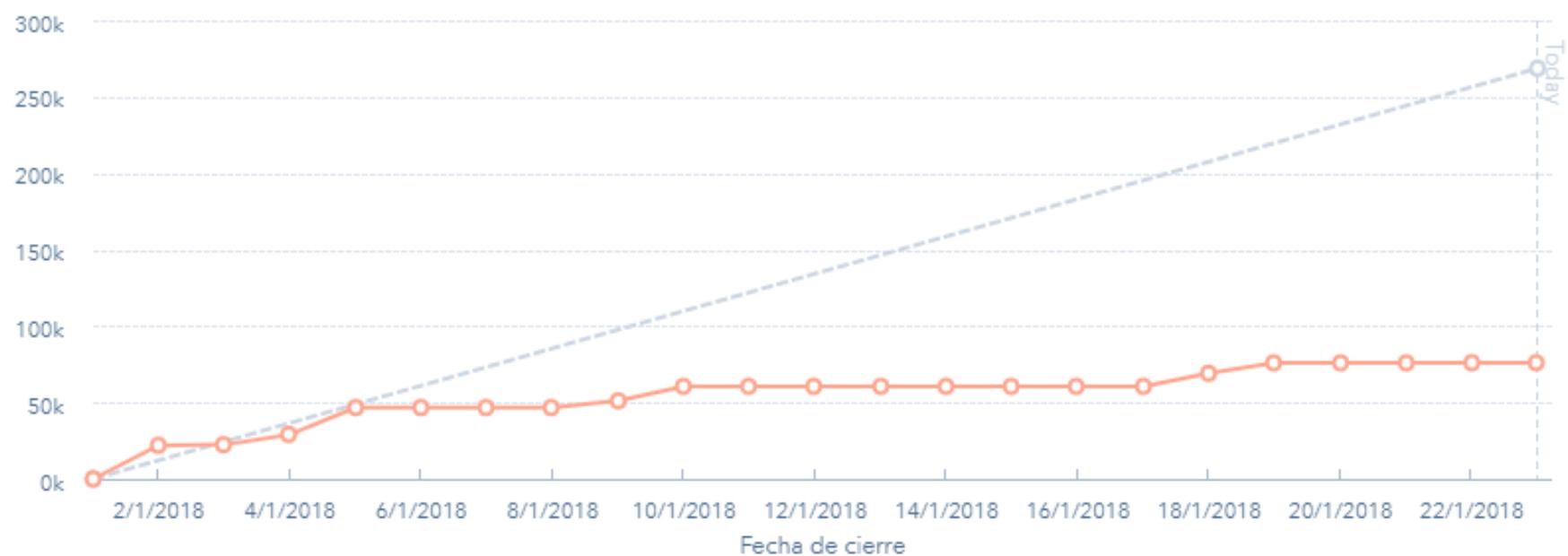


Negocios cerrados vs. meta

Acciones ▾

Intervalo de fechas: Este año hasta ahora [Editar configuración del informe](#)

○ Cuota ○ Total Monto cerrado



Productividad

Acciones ▾

Intervalo de fechas: Esta semana hasta ahora [Editar configuración del informe](#)

E-MAIL

64

NOTA

13

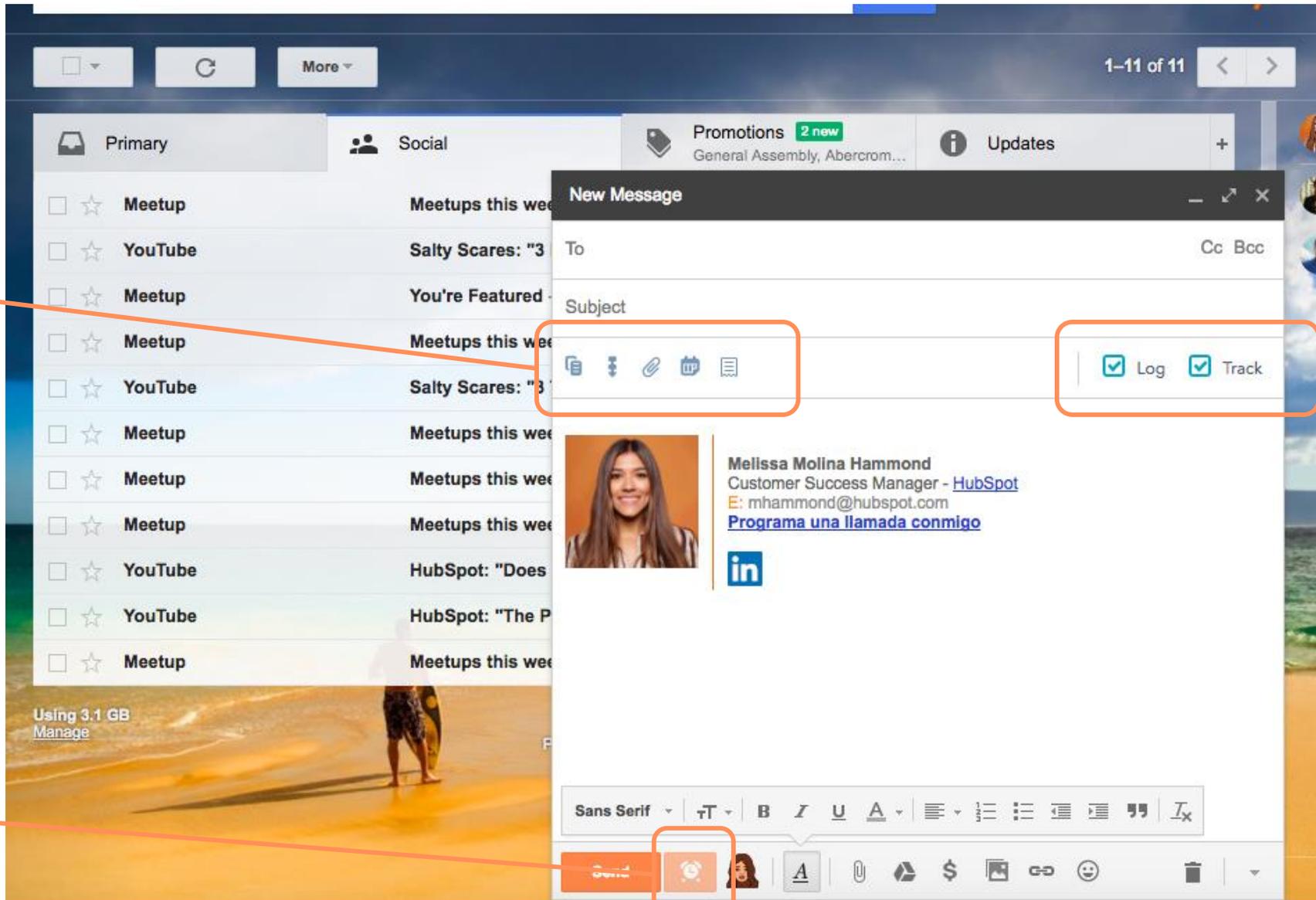
REUNIÓN

19

TAREA

1

EXTENSIÓN DE VENTAS



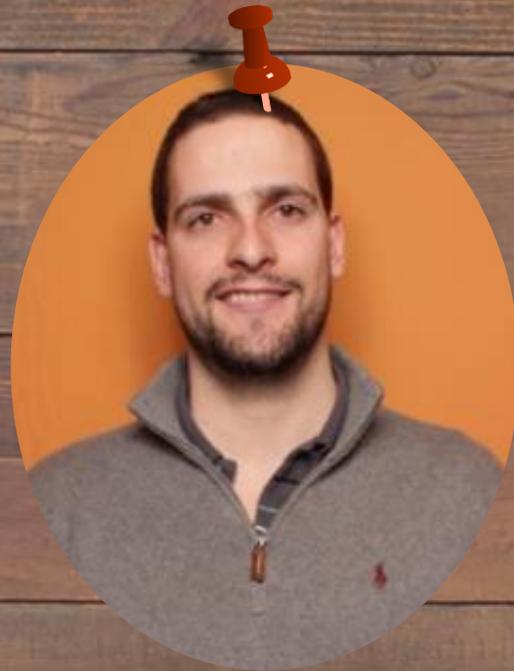
Sales Pro

Seguimiento

Programar email

Mauricio Suarez

Inbound Growth Specialist
Equipo Ventas LatAm HubSpot





Alguna Pergunta?



Melissa Hammond
CSM LatAm | HubSpot



Jose Ortiz
CSM LatAm | HubSpot

¡Gracias!

