

Lead Scoring

Lead Scoring nos ayuda a medir el interés que tiene el prospecto con relación a nuestro producto, así como valorar si el perfil de este va de acuerdo con la imagen de cliente potencial que tenemos establecido. Mantener un sistema de lead scoring será una prioridad ya que nos ayudará a priorizar contactos, así mismo tendremos la oportunidad de desarrollar estrategias para este grupo de clientes potenciales.

Tipos de Leads

- **Lead.** Aquella persona que descarga contenido de X empresa, proporcionando información y acepta la política de privacidad, por lo regular este prospecto se encuentra en una fase inicial de un proceso de compra.
- **Lead cualificado para marketing / Marketing Qualified Lead (MQL),** son leads que han proporcionado más información accediendo a esto ya que han mostrado mas interés por los contenidos compartidos.
- **Lead cualificado para la venta / Sales Qualified Lead (SQL),** es un Lead calificado para marketing en una de las fases finales del proceso de compra, listo para realizar la compra, por lo regular estas personas responden a recursos más

Lead Scoring

directos como por ejemplo una llamada telefónica o un mensaje.

Estos leads han accedido a más información y por lo tanto la empresa tiene una cantidad importante de datos de ellos.

En el terreno del marketing, cada vez resulta más difícil ser favorito para los clientes ya sea en el terreno online u offline, de ahí la importancia de conocer bien a nuestros clientes y segmentar efectivamente para conocer las necesidades de estos.

Algunos expertos en marketing reconocen tres principios para generar contenido de calidad con la finalidad de obtener Leads.

- Basándonos en que las personas queremos productos o servicios que nos generen experiencias y considerando que una gran parte de esta comunidad se encuentra en interacción constante con medios online, partimos ofreciendo recursos con información que aparte de dar a conocer nuestro producto/servicio les genere una reacción positiva. Se puede recurrir a las herramientas más utilizadas como lo son los videos que en pocos minutos y con material de excelente calidad haciendo uso de las emociones podemos presentar un video que aparte de informar deje una experiencia

Lead Scoring

de satisfacción en nuestro cliente o prospecto. Lo importante es recurrir a aquellos recursos que más utilizamos, generar material con excelente calidad y contenido, que dé como resultado aclarar, informar y generar valor; con esto muy seguramente generaremos Leads.

- Identificar qué característica hace a nuestro producto especial y diferente, es cuestión de hacer un análisis de buscar aquello que nos hace diferentes a los demás, resaltarlo y mostrarlo a nuestros clientes y prospectos.

- Generar contenido de valor que realmente interese al cliente o prospecto, ayudándolo a resolver, aclarar e instruirse, esto le producirá satisfacción y realmente va a valorar nuestro recurso al proporcionarle una solución a determinada situación.

Una vez que logramos obtener Leads, es necesario saber en qué etapa del ciclo de compra se encuentran, lo cual lo podemos saber siguiendo el comportamiento del cliente o prospecto en la web. Por ejemplo, puedes ver qué material ha descargado de tu página y qué comportamiento ha tenido en los recursos digitales que manejas.