



# El recorrido del cliente potencial hasta la venta

Guías y plantillas por modelo de negocio

# Índice

(haz clic en la sección que buscas para dirigirte a la página correspondiente)

**01** ¿Qué es el recorrido del cliente potencial hasta la venta?

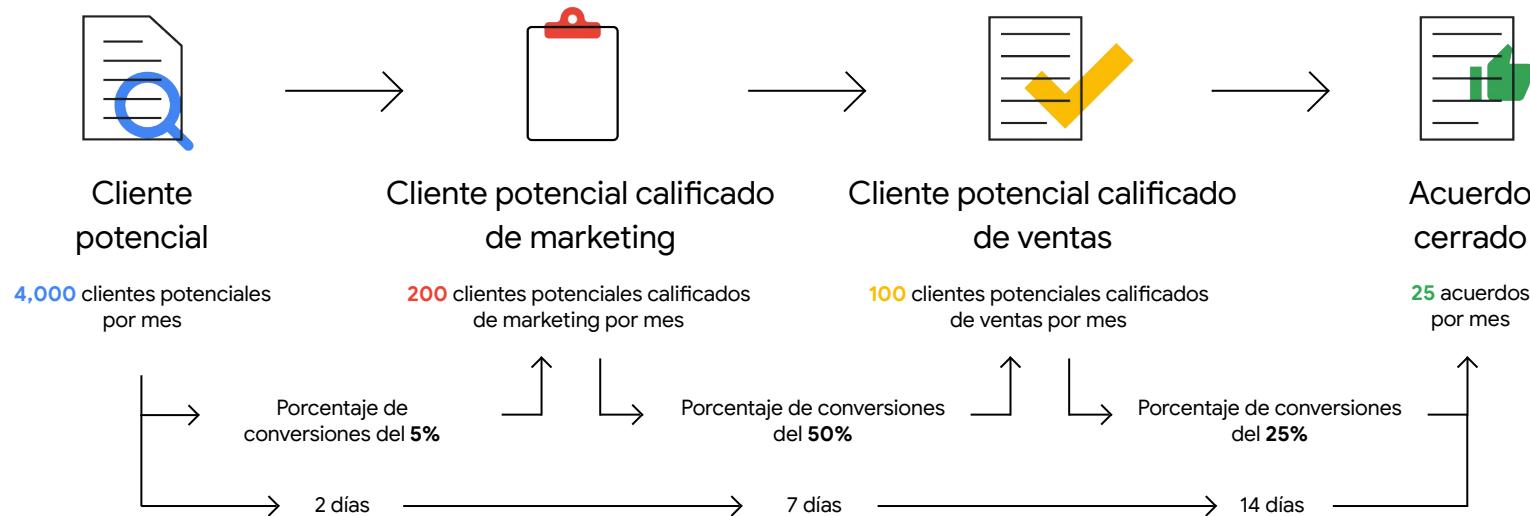
**02** La importancia de integrar los datos de los clientes

**03** Cómo calcular el valor de conversión

**04** Plantillas por tipo de negocio

**05** Toma medidas

# El recorrido del cliente potencial hasta la venta



El recorrido de un cliente potencial hasta la venta es la suma de todos los **eventos que permiten calificarlo como un cliente que compra**.

La cantidad de eventos, los porcentajes de conversiones y los tiempos de cada etapa del recorrido varían **en función de cada negocio**.

# Las estrategias que integran los datos de los clientes en todo el recorrido del lead hasta la venta generan resultados



Fuente: BCG, "Responsible Marketing with First Party Data" (Marketing responsable con datos de origen), mayo de 2020 ([vínculo](#))

# Valor de conversión

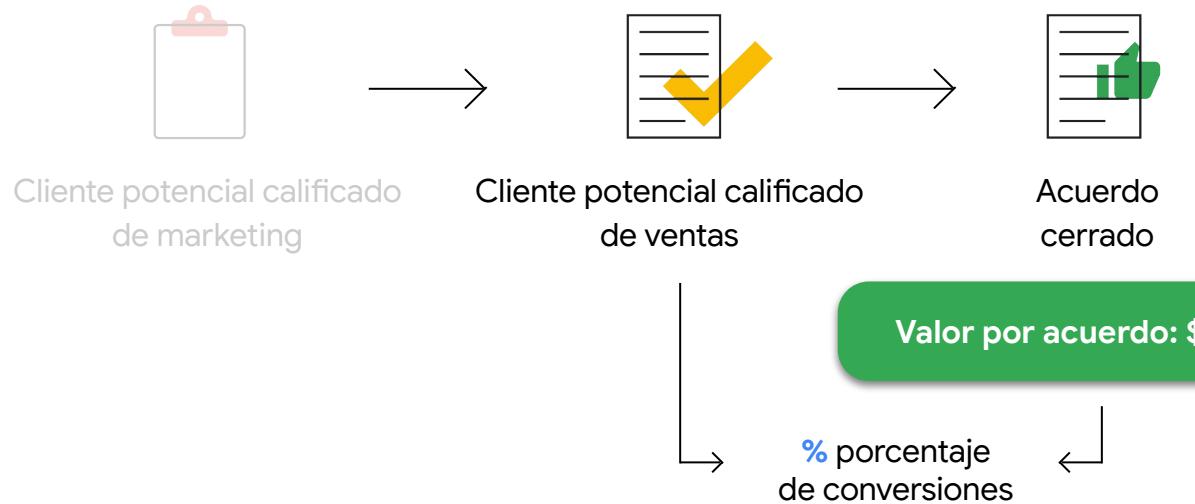


Valor por acuerdo: \$ 3,200

## 1. Determina el valor promedio de tu venta final o CVC:

Según cuáles sean las características de tu negocio, puede ser el valor de cada venta final o el valor esperado del ciclo de vida del cliente (CVC).

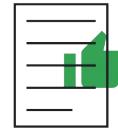
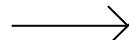
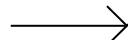
# Valor de conversión



## 2. Identifica tu porcentaje de conversiones

Desde el cliente potencial calificado de ventas hasta la venta

# Valor de conversión



Cliente potencial calificado de marketing

Cliente potencial calificado de ventas

Acuerdo cerrado

## 3. Calcula el valor esperado:

Multiplica retroactivamente tu venta final o el valor de vida del cliente por el porcentaje de conversiones para obtener el valor esperado del evento que antecede a la conversión final.

Valor esperado de \$ 800 por cliente potencial calificado de ventas

Valor por acuerdo: \$ 3,200

\$ 800

valor esperado de cada cliente potencial calificado de ventas

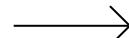
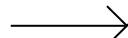
\$ 3,200

valor de cada acuerdo cerrado

25%

porcentaje de conversiones

# Valor de conversión



Cliente potencial calificado de marketing

Cliente potencial calificado de ventas

Acuerdo cerrado

## Valor esperado:

Es la estimación de cuánto dinero generará cada evento para tu negocio. Pueden ser las ganancias inmediatas, las ganancias previstas de CVC o las ganancias basadas en un algoritmo de puntuación de clientes potenciales.

**Valor esperado de \$ 800 por cliente potencial calificado de ventas**

**\$ 800**  
valor esperado de cada cliente potencial calificado de ventas

**Valor por acuerdo: \$ 3,200**

**\$ 3,200**  $\times$  **25%**  
valor de cada acuerdo cerrado  $\times$  porcentaje de conversiones

## Valor de conversión:

Es el valor de cada venta final o el valor esperado del ciclo de vida del cliente, dependiendo de las características de tu negocio.

# El recorrido del cliente potencial hasta la venta



# Plantillas por tipo de negocio

(haz clic en el ícono correspondiente para dirigirte a la página)



EDUCACIÓN



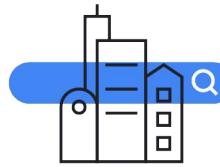
VIAJES



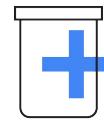
VENTA DE AUTOS



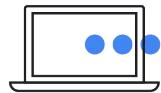
FINANZAS



BIENES RAÍCES



CUIDADO DE LA SALUD



SOFTWARE B2B



HIPOTECAS



ESTUDIOS DE ABOGADOS



RECURSOS HUMANOS



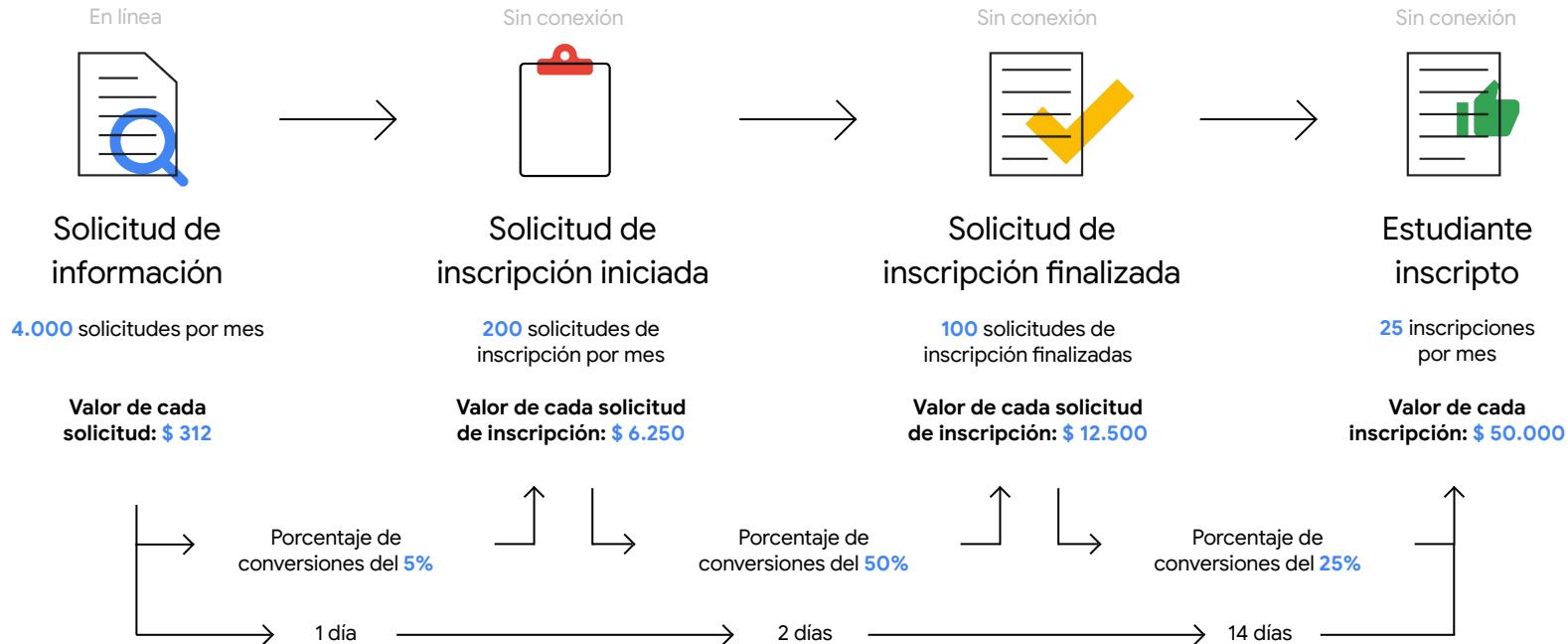
SEGUROS



PRÉSTAMOS

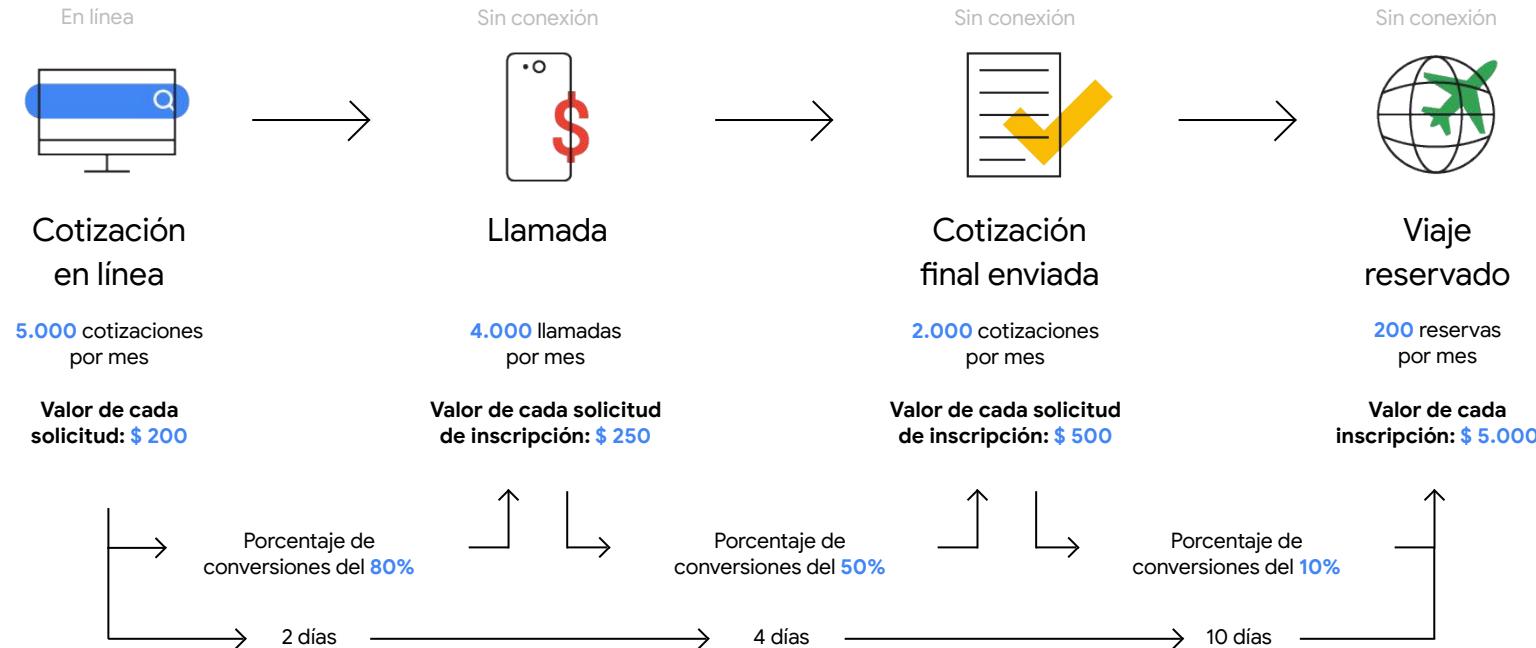
# Educación

Los números en azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos.



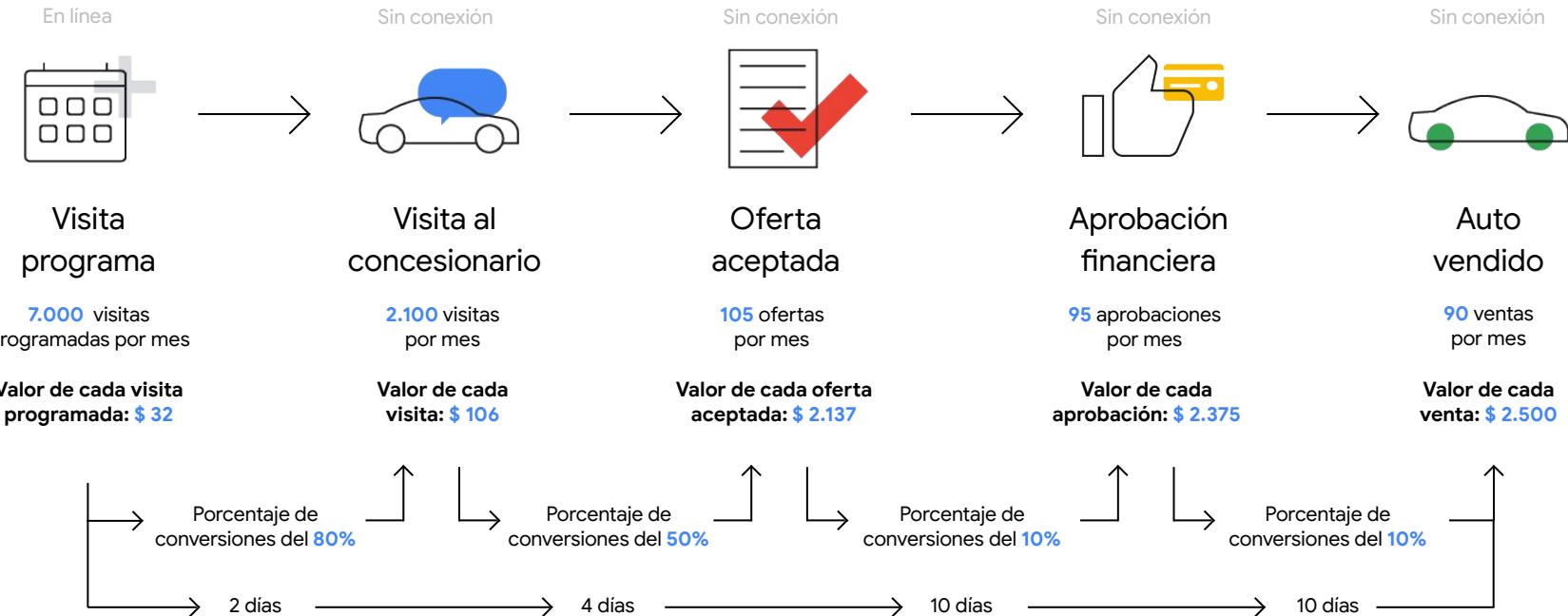
# Viajes

Los números en azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos.



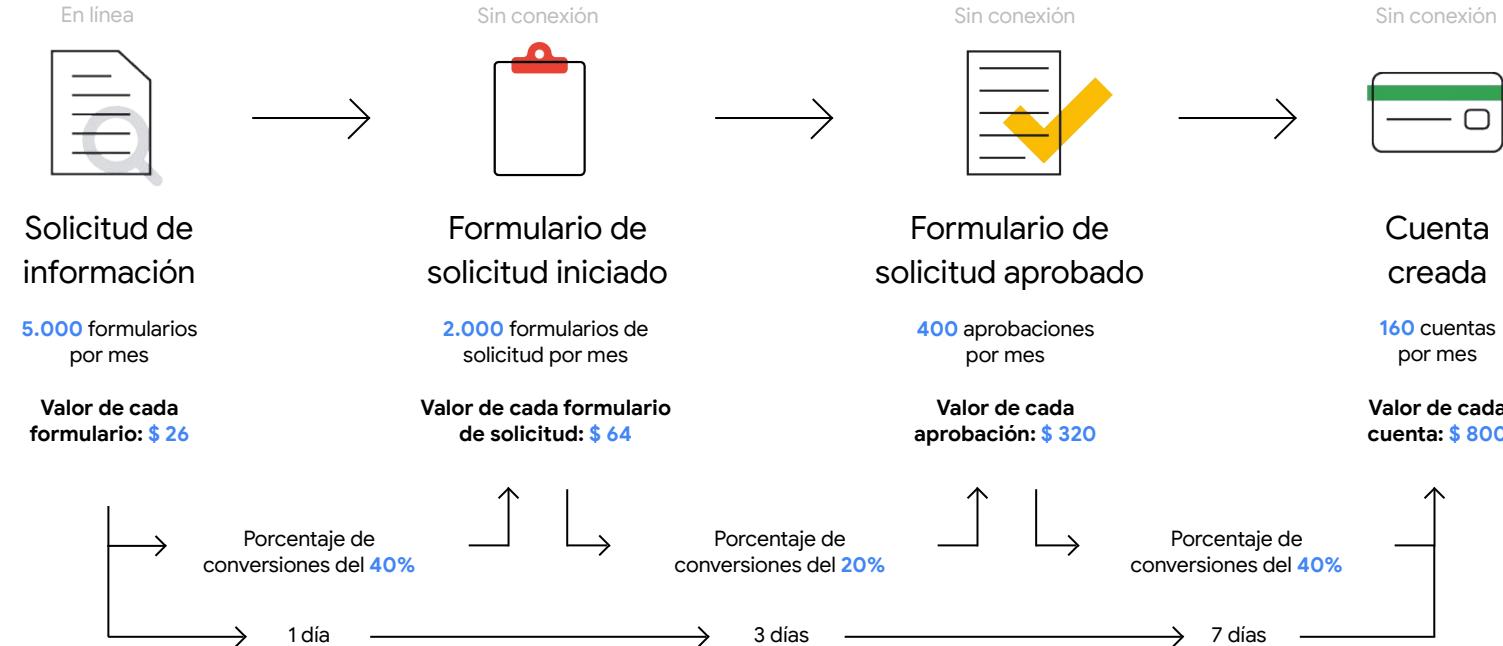
# Venta de autos

Los números en azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos.



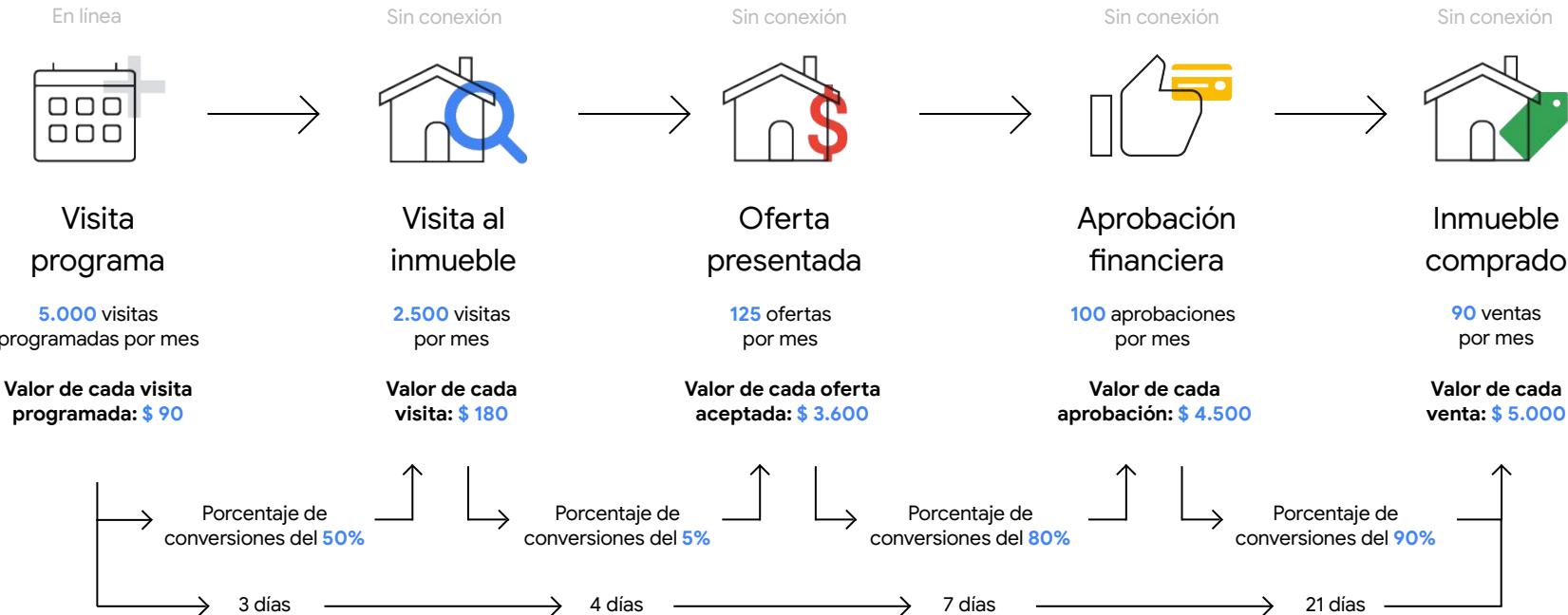
# Finanzas

Los números en azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos.



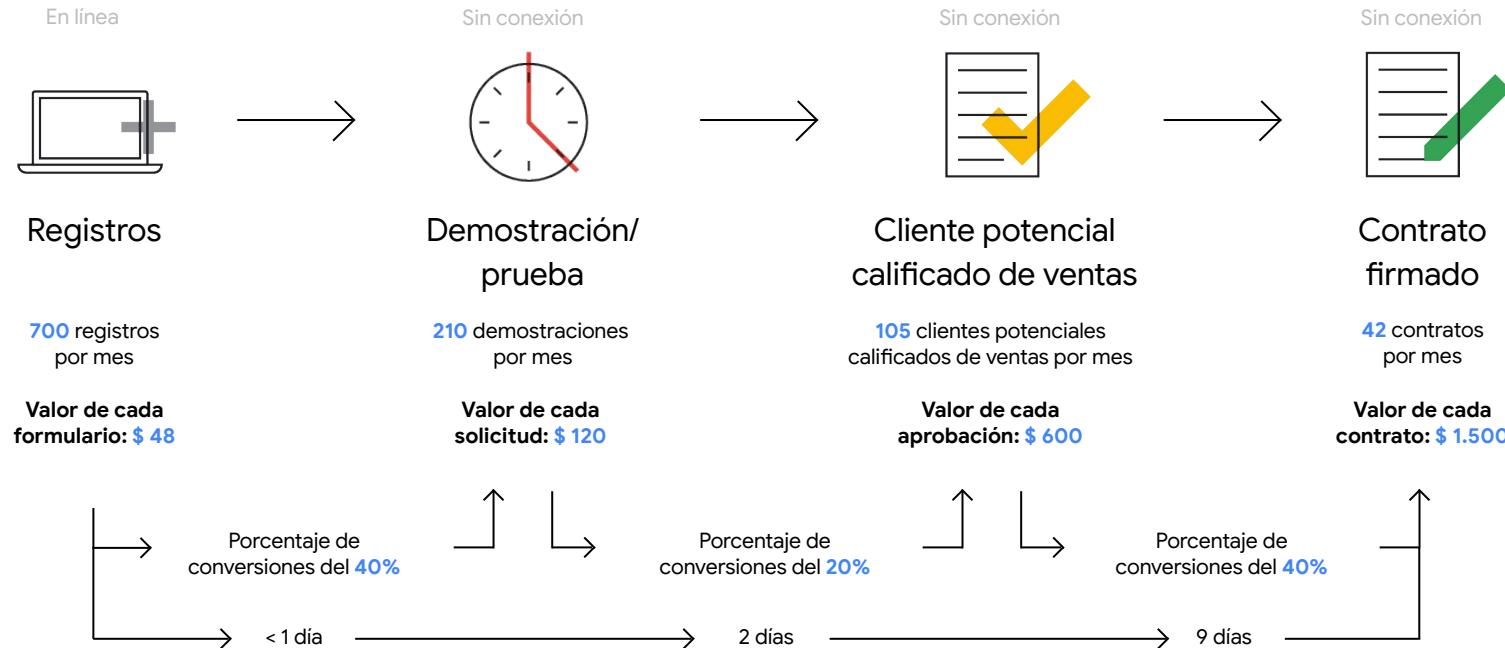
# Bienes raíces

Los números en azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos.



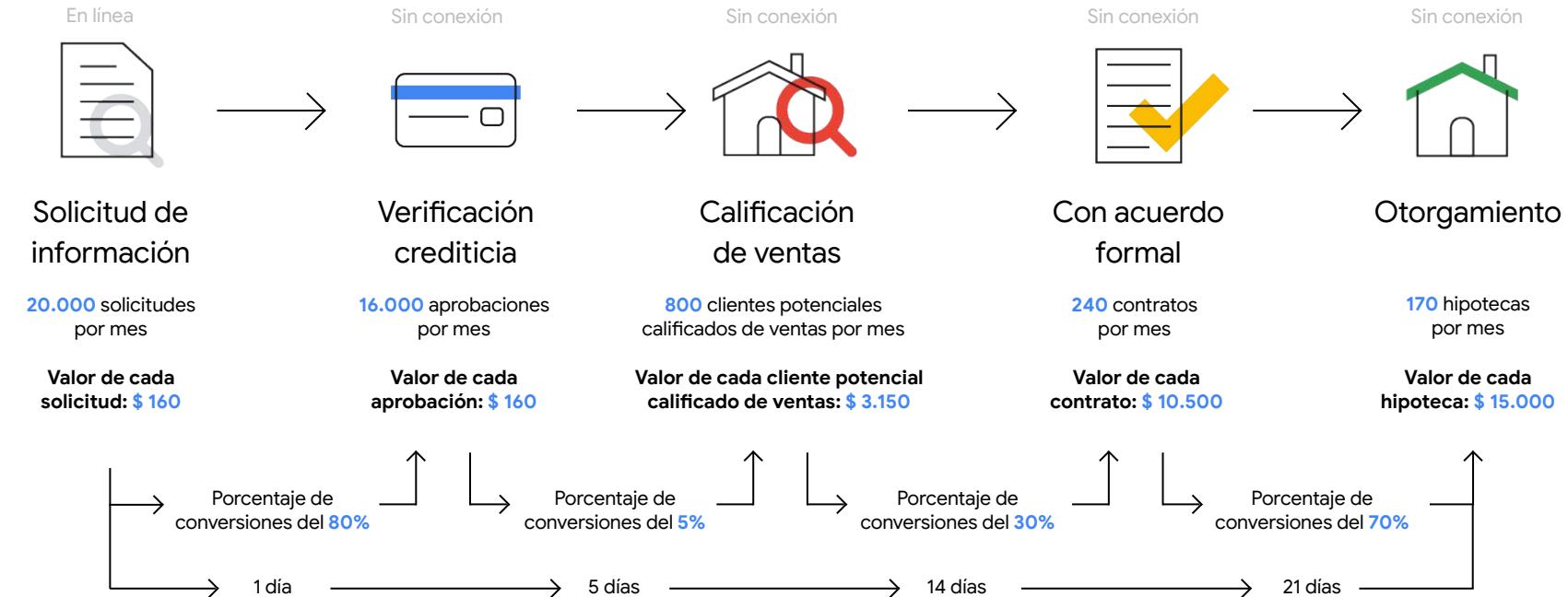
# Software B2B

Los números en azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos.



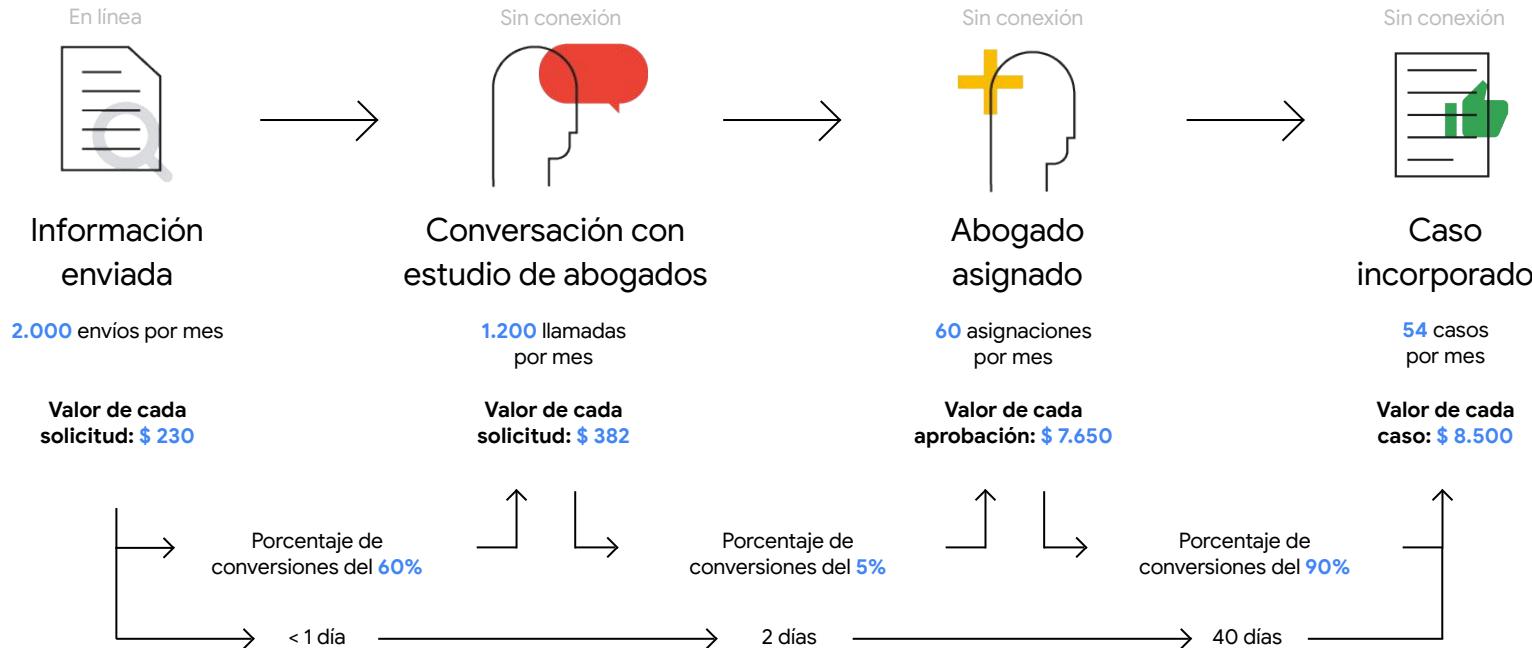
# Hipotecas

Los números en azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos.



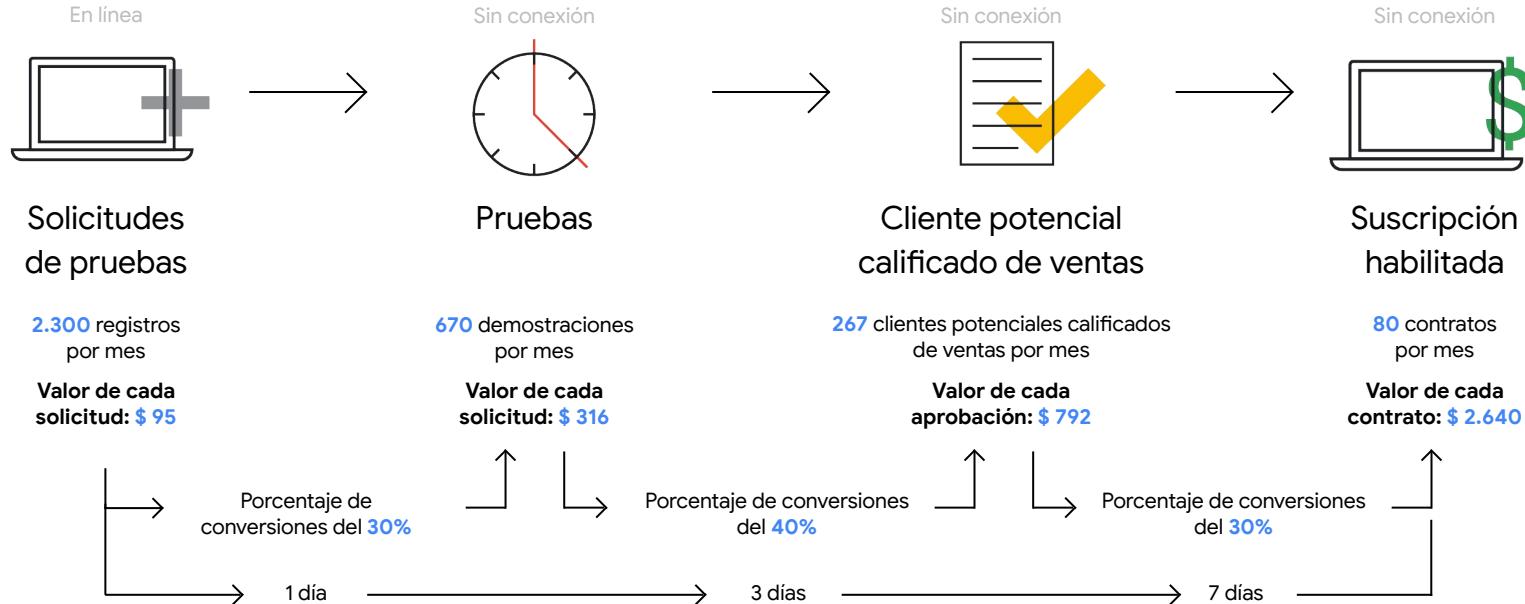
# Estudios de abogados

Los números en azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos.



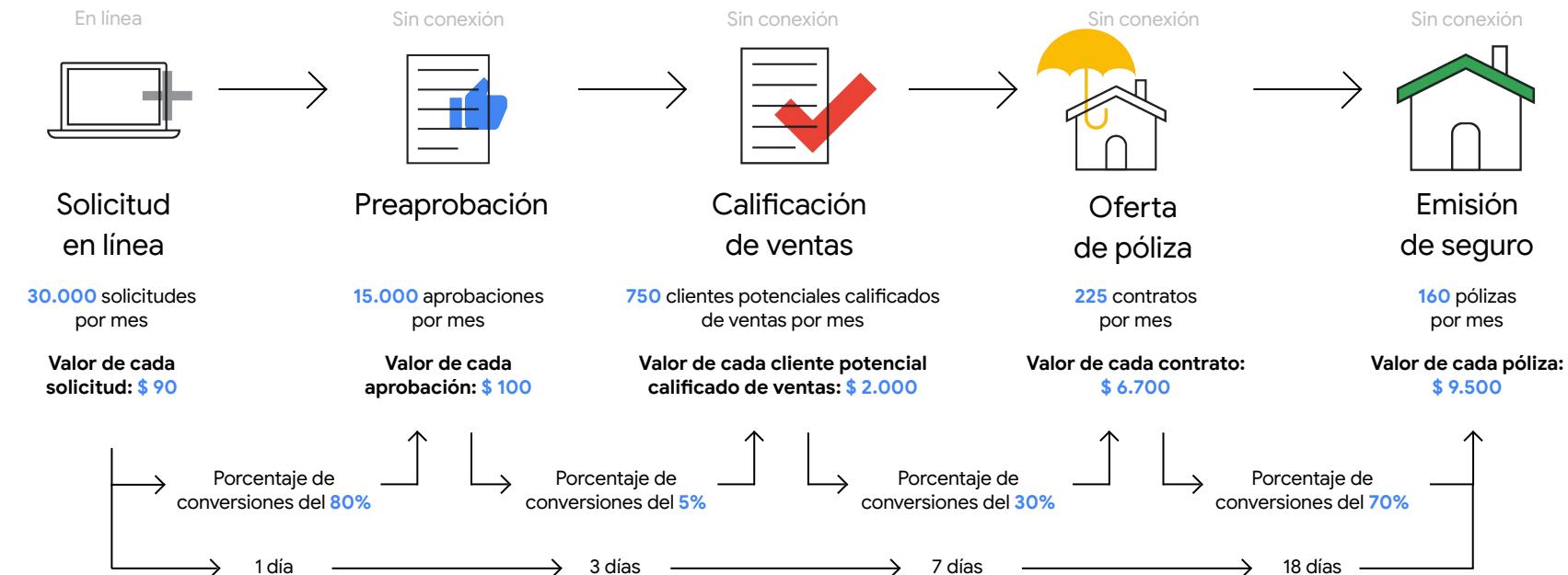
# Recursos Humanos

Los números de color azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos



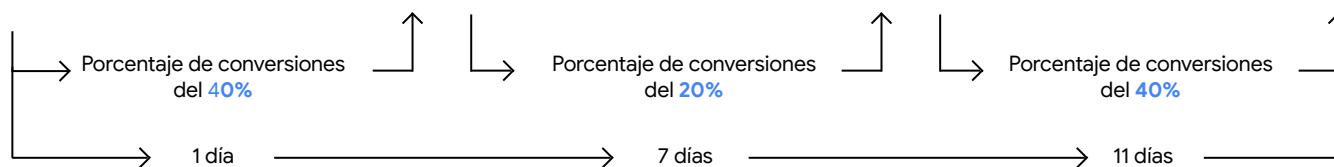
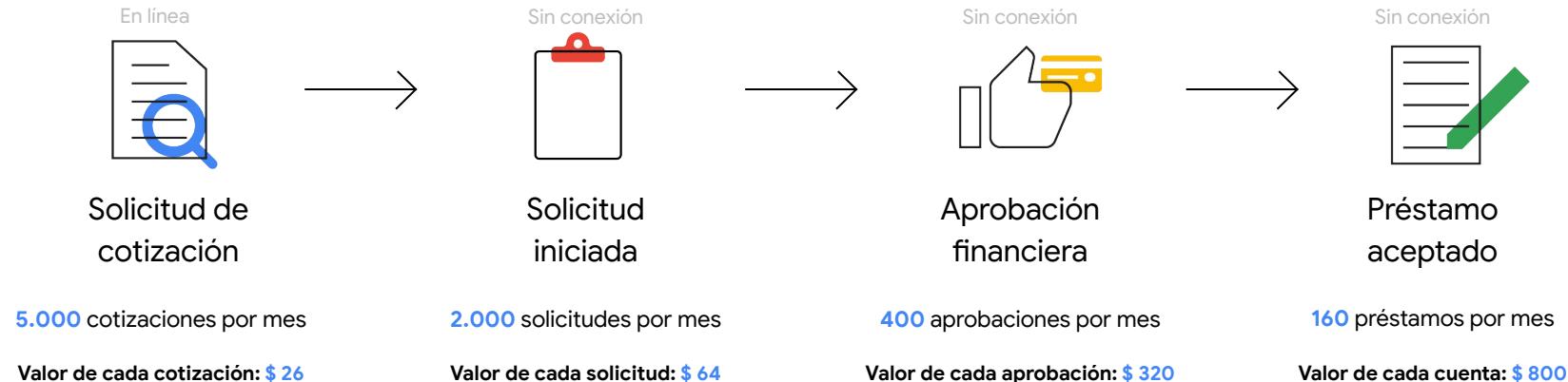
# Seguros

Los números de color azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos



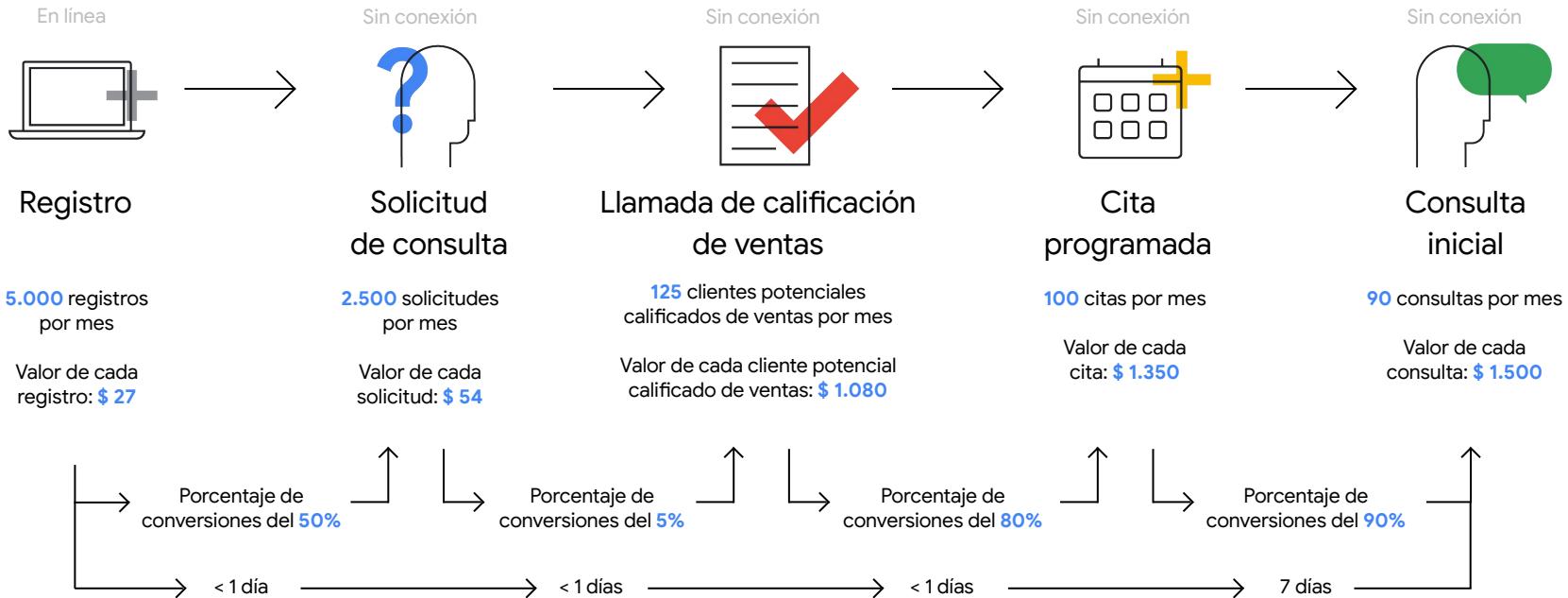
# Préstamos

Los números de color azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos



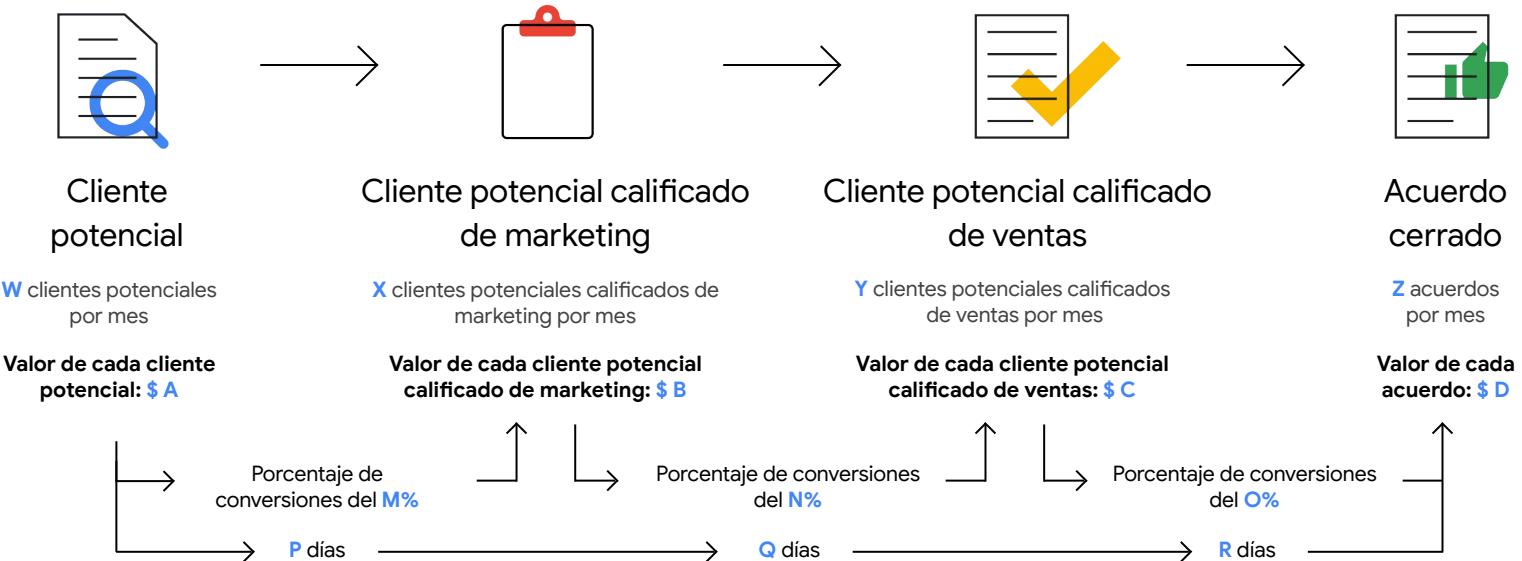
# Cuidado de la salud

Los números de color azul son ejemplos: personaliza el recorrido (volumen de eventos, valor y cantidad) en función de tus propios datos



# Toma medidas

Haz una copia de la [plantilla](#) que mejor se adapte a tu negocio y compártela con el equipo de Google



Reemplaza todos los campos **azules** con los valores que reflejen el rendimiento de tu empresa.