GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

¿Qué es el embudo de ventas? Neftalí García

Actualidad Empresarial | 18/09/2021 | 00:00

Cada día más emprendedores están incluyendo el marketing digital como una disciplina indispensable para llevar sus negocios hacia el éxito. El embudo de ventas es una estrategia que ha demostrado ser altamente efectiva para captar clientes. Este proceso consiste en planificar el recorrido del cliente desde su primer contacto con la empresa hasta que decide comprar el producto o servicio.

Para crear un funnel de ventas efectivo que convierta usuarios o seguidores en clientes potenciales, es preciso aplicar algunas técnicas de mercadeo que consultores como Neftalí García dominan a la perfección. Su pasión por el mundo del emprendimiento, además de su amplia trayectoria como especialista en marketing digital, le han permitido asesorar a muchos negocios, ayudándolos a crear embudos de conversión efectivos.

El funcionamiento y la importancia del embudo de ventas

El pilar que sustenta cualquier negocio, independientemente del sector o industria en el que se encuentren, son las ventas y, para asegurarse que este proceso se lleve a cabo de manera efectiva, las empresas crean dentro de su plan de marketing una hoja de ruta que va desde que el cliente entra en contacto con la marca hasta que compra el producto o servicio. Todo este recorrido estratégico se conoce como “embudo o funnel de ventas”.

Tener un funnel de ventas es un recurso muy importante para cualquier emprendimiento porque permite detectar errores en el proceso de mercadeo y afinar las estrategias de conversión. Además, los datos que se generan durante este proceso permiten captar potenciales clientes, identificar sus necesidades, guiarles para que confíen en la marca y convencerles definitivamente para que compren.

Un embudo de conversión se compone de cinco fases principales. La primera es el contacto, que consiste en atraer a los usuarios a través de diferentes métodos, como contenidos en redes sociales, lead magnets y publicidad, entre otros. Luego viene la fase de prospecto, en la cual se clasifican los posibles usuarios interesados en la compra del servicio de acuerdo a ciertos intereses. Posteriormente llega la etapa de oportunidad, en la que el usuario manifiesta su interés en la oferta y comparte sus datos personales. La cuarta fase es la calificación, y en ella se determina qué necesidades tiene el usuario para poder ofrecerle un producto o servicio en consonancia. Y, finalmente, llega la etapa de cierre en la cual se lleva al cliente a la negociación para que compre el producto o servicio final.

Asesoría y formación en embudos de ventas de la mano de Neftalí García

Neftalí García es CEO de Garcya Media SL, una empresa referente en el mundo de marketing digital que ofrece formaciones y asesorías personalizadas para emprendedores. Además, son especialistas en la creación y diseño de estrategias de embudos de ventas efectivos que convierten usuarios en clientes potenciales.

La pasión de Neftalí por el mundo de los negocios le ha permitido incentivar a muchas otras personas a emprender. En su canal de YouTube, redes sociales y página web comparte testimonios, técnicas y consejos de marketing digital que ayudan a los dueños de negocio a tomar la decisión de crear un negocio propio con éxito.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/156621-que-es-el-embudo-de-ventas-neftali-garcia.htm