GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Khumbu explica qué es un embudo de ventas

Actualidad Empresarial | 18/03/2024 | 00:00

En el mundo del marketing y las ventas, el embudo de ventas es una herramienta importante para comprender y optimizar el proceso de conversión de clientes potenciales en compradores. También conocido como «Funnel de Ventas«, este concepto representa el recorrido de los consumidores desde el primer contacto con una empresa hasta que hace una compra.

Además, esta herramienta estratégica permite a las compañías visualizar y comprender el flujo de clientes a lo largo de diversas etapas en su viaje hacia la conversión.

Desde la toma de conciencia de un producto o servicio hasta la toma de decisión de compra, Khumbu, ofrece una hoja de ruta precisa para entender y optimizar cada paso del proceso

Las fases del embudo de ventas

El embudo de ventas se asemeja a un embudo real, donde el amplio extremo representa la audiencia inicial de clientes potenciales y el estrecho extremo representa aquellos que finalmente hacer una compra. A medida que los consumidores avanzan a lo largo del embudo, el número de propuestas se reduce, dejando solo a aquellos más comprometidos y dispuestos a convertirse en clientes.

Asimismo, las etapas del embudo de ventas varían según la empresa y la industria, pero suelen incluir la conciencia, el interés, la consideración, la intención y, finalmente, la compra. En cada etapa, los clientes potenciales avanzan hacia la conversión, reduciendo el número de intenciones hasta llegar a aquellos que están listos para realizar una transacción.

Optimizar la estrategia comercial

La etapa de consideración es crucial, ya que aquí los clientes potenciales evalúan activamente la oferta de la empresa y la comparan con la competencia. Una vez que han tomado la decisión de compra, entran en la etapa de intención, donde están listos para llevar a cabo una transacción. Finalmente, en la etapa de compra, el cliente potencial se convierte en cliente al realizar la adquisición.

Por otro lado, en la amplia arena empresarial, el embudo de ventas emerge como una herramienta versátil, encontrando su aplicación en una variedad de sectores. Además, en el ámbito de las firmas B2B, este concepto se convierte en un aliado estratégico al identificar y

focalizar a los leads más prometedores, guiándoles de manera efectiva a lo largo del proceso de compra.

Asimismo, en el mundo digital de las tiendas online, el embudo se posiciona como un facilitador clave para optimizar la experiencia de compra del cliente, impulsando así la tasa de conversión y fortaleciendo la fidelidad del consumidor. Incluso en el terreno altruista de las organizaciones sin fines de lucro, el embudo desempeña un papel significativo al facilitar la captación de nuevos donantes y alentar la participación continua de aquellos que ya están comprometidos con la causa.

En conclusión, el embudo de ventas es una herramienta valiosa para comprender y mejorar el proceso de ventas de una organización. Al adoptar un enfoque estratégico y centrado en el cliente, las empresas pueden capitalizar este concepto para alcanzar el crecimiento y el éxito en el mercado actual.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/232864-khumbu-explica-que-es-un-embudo-de-ventas.htm