



Universidad
Tecmilenio®





Servicio al cliente

Prospección y
nuevos clientes



Semana 12



Te invito a realizar la siguiente actividad de bienestar-mindfulness antes de comenzar a revisar el tema:

https://youtu.be/_hSq87Fz0lY



Una vez que tenemos nuestra cartera de clientes bien atendidos, si queremos crecer es necesario hacer un espacio para aumentar, a través de prospección, clientes nuevos.

Un cliente nuevo es una nueva serie de posibilidades de ofrecer nuestros servicios, lograr incrementar nuestra participación en el mercado, aumentar ventas y satisfacer una serie de necesidades no atendidas.

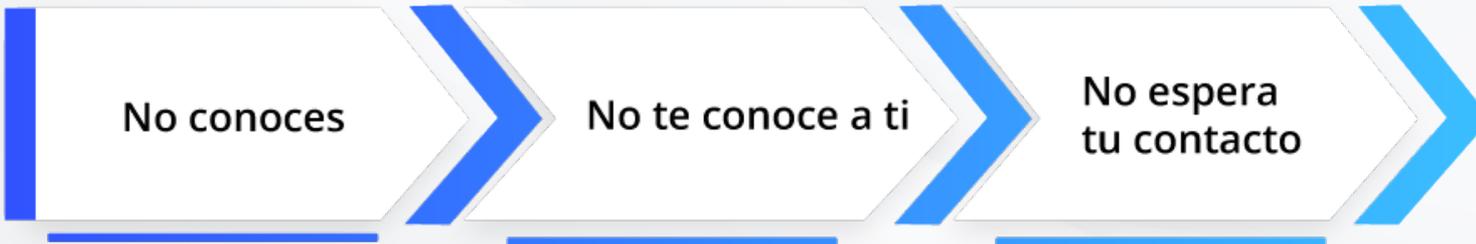
Teniendo la experiencia de nuestros clientes actuales será relativamente más sencillo replicar aquellas buenas prácticas que ya utilizamos.



Prospección y nuevos clientes.

Prospectar, para ventas, son las actividades enfocadas en buscar nuevos clientes, conocidos como prospectos, de una manera proactiva.

La prospección parte de un primer contacto con una persona que (Laseca, s.f.):



Algunas reglas básicas que te harán más productivo a ti o a tu equipo comercial cuando tengas que prospectar son las siguientes (Laseca, s.f.):

- Listas de prospectos.
- Aprovecha tus contactos y redes sociales.
- Crea una agenda para realizar llamadas y enviar correos electrónicos.
- Enfócate solo en prospectar y elimina las distracciones.
- Identificar a la persona con quien precisas hablar.
- Conocer más de la empresa y sus proyectos.
- Cualificar si realmente es un cliente potencial.
- Conseguir una reunión o presentación.

Todos los pasos anteriores te ayudarán en la generación de leads. Un “lead” es un candidato potencial a convertirse en tu cliente.



Guuldenaar (2019) nos propone los siguientes pasos fundamentales que debemos considerar para prospectar nuevos clientes:

- Definir tu cliente ideal
- Definir el mercado por industrias
- Definir el tamaño de las empresas
- Identificar las <empresas dentro de los parámetros previos
- Conectar por redes sociales



El funnel o embudo de conversión es una metodología de marketing digital que busca definir los pasos que debe dar el usuario para cumplir con un objetivo determinado dentro de un sitio Web. El resultado es un registro o lead, hasta completar la compra de un producto o servicio (Franco, 2019).



Imagen adaptada de Franco, J. (2019). El Funnel de Conversión para la Captación de Leads. Recuperado de <https://www.womgp.com/blog/inbound-marketing/funnel-de-conversion-captacion-de-leads/>

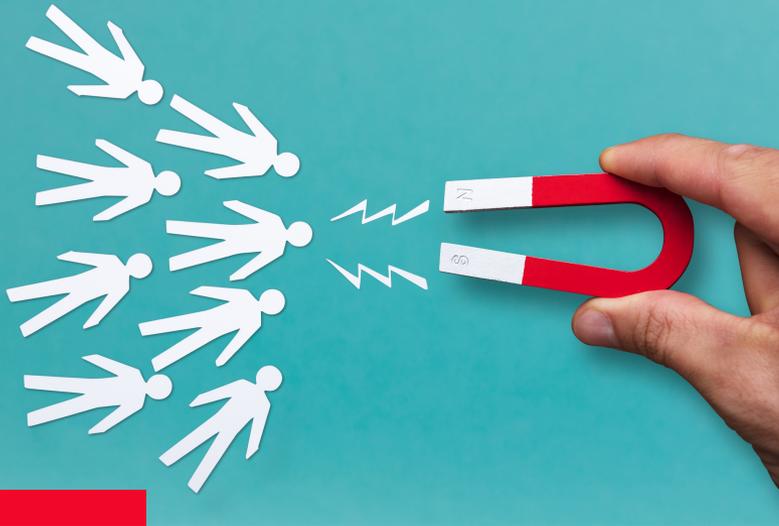
Con base en la información vista en el tema, responde lo siguiente:

Tu área de servicio al cliente quiere hacer acercamiento con todos los clientes actuales de tu empresa. Identificaste que son cerca de 100 los clientes recurrentes mes con mes obviamente variando mucho la participación en venta entre ellos.

Responde lo siguiente:

- a) ¿Qué criterios utilizarías para segmentar a tus clientes? Define al menos 3.
- b) ¿Cómo podría ayudarte el embudo de conversión para desde el inicio de la prospección identificar mejor a tus clientes?
- c) Realiza una propuesta de prospección para tu empresa.





Uno de los mejores resultados para tener buenos clientes es haber realizado una buena prospección.

Los pasos anteriores no son los únicos ni son mágicos. Se requiere de mucho trabajo para lograr una buena conversión de prospectos a clientes, sin embargo, son bases que pueden apoyarte en tus actividades de segmentación y prospección de clientes.

Herramientas como el embudo de prospección son necesarias para poder enfocarse en aquellos candidatos que podremos convertir de manera eficaz.



- Franco, J. (2019). *El Funnel de Conversión para la Captación de Leads*. Recuperado de <https://www.womgp.com/blog/inbound-marketing/funnel-de-conversion-captacion-de-leads/>
- Guldenaar, R. (2019). *5 pasos para prospectar clientes*. Recuperado de <https://www.robguldenaar.com/5-pasos-para-prospectar-clientes/>
- Laseca, E. (s.f.). *Guía de 10 Pasos para Prospectar en Frío*. Recuperado de <https://developingthebusiness.com/como-prospectar-en-frio/>

