



## TALLER ONLINE : GESTIÓN DE LEADS. LEAD MANAGEMENT

*En este taller práctico aprenderás a generar y gestionar leads que te ayudaran a conseguir tus objetivos estratégicos y una fuerza de ventas eficiente.*

*Diseña tu plan de Leads con el asesoramiento de expertos*

**TALLER PRÁCTICO ONLINE**  
**12, 13 Y 14 de de 2021**  
**9:00-12:00**

**Duración:**  
Taller práctico de 8 horas

**Fechas y horario:**  
**12 , 13 Y 14 de abril de 2021**

**Horario:** 9:00-12:00

**Lugar de celebración:**  
EVENTO ONLINE

### **Matrícula de la jornada:**

- No Socio:120€
- Socio Club:  
Consúltenos su  
descuento

Para que su empresa pueda ser socia del Club Cámara Madrid y beneficiarse de ésta y muchas más ventajas, consúltenos el Tlf: 91 538 36 00 / 35 00, por correo [clubcamara@camaramadrid.es](mailto:clubcamara@camaramadrid.es) o en la web [www.camaramadrid.es](http://www.camaramadrid.es)

**Más información:**  
**Natalia Rodríguez**

[natalia.rodriguez@camaramadrid.es](mailto:natalia.rodriguez@camaramadrid.es)



Tlf: 91 538 35 00/36 36

## **Objetivos del Taller:**

- Mejorar los ratios de conversión de nuestro negocio a través de una adecuada gestión de leads que dirijan al usuario al final del funnel de ventas en el menor tiempo y con el menor esfuerzo.
- Conseguir mayor número de leads cualificados aplicando las técnicas de generación de leads idóneas según nuestro tipo de negocio.
- Determinar el lead scoring con precisión realizando el análisis y medición de los resultados obtenidos.
- Conocer y aplicar los principios del lead nurturing, lead distribution, lead pursuit y lead report de nuestro proceso de gestión de leads para lograr una correcta vinculación entre los departamentos de ventas y marketing maximizando nuestros resultados comerciales.

## **Ponente:**

### **SILVIA BANEGAS POZO**

Consultora senior, experta en consultoría estratégica, con 22 años de experiencia internacional en transformación organizacional, planificación estratégica, ventas y desarrollo de negocios, customer experience, desarrollo de talento, liderazgo y management





**Más información:  
Natalia Rodríguez**

[natalia.rodriguez@camaramadrid.es](mailto:natalia.rodriguez@camaramadrid.es)



Tif: 91 538 35 00/36 36



**Cámara**  
MADRID

## Contenido:

### ¿Qué es un lead?

### El funnel de ventas

### Introducción al inbound marketing

- Diferencias entre inbound marketing y outbound marketing
- El ciclo de compra. Pirámide de Chet Holmes
- Fases del inbound marketing

### Técnicas de generación de leads

- Producción de contenidos que generen interés y Lead Magnet
- Automatización de procesos de marketing
- Diversificación de canales de contacto con potenciales clientes
- Automatización de procesos de prospección
- Herramienta Predictive Lead Scoring
- Adwords o SEA (Search Engine Advertising)

### Lead Scoring

- Tipos de Lead
  - ✓ Lead frío / Top of the funnel (TOFU)
  - ✓ Lead tibio / Middle of the funnel (MOFU)
  - ✓ Lead caliente o cualificado / Bottom of the funnel (BOFU)
- Tipos de lead scoring: unidimensional y tridimensional

### Lead Nurturing. Proceso y herramientas de aplicación

### Lead distribution

### Lead pursuit

### Lead Report

CASO PRÁCTICO: Creación de plan de Gestión de Leads