

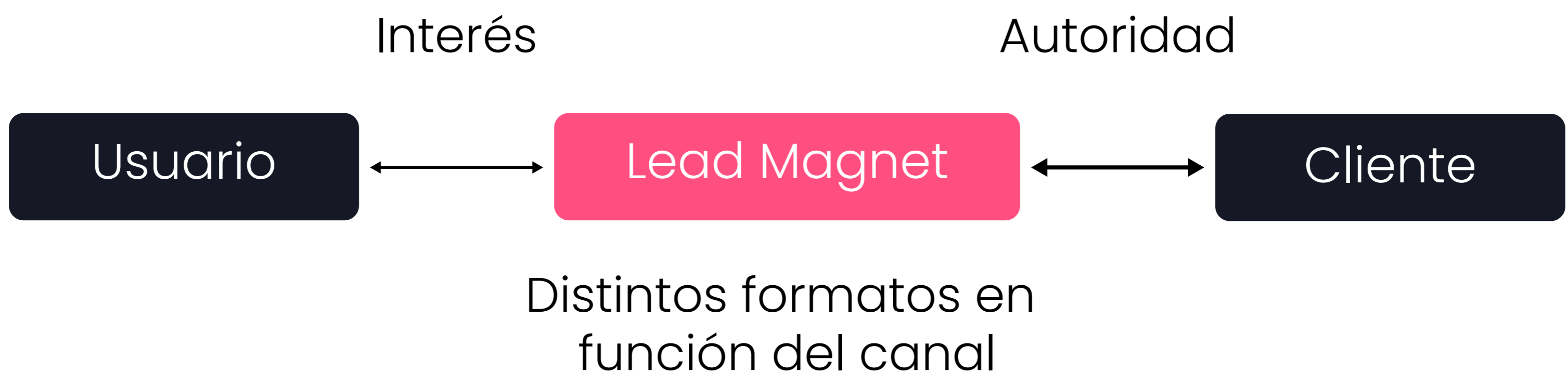
**GENERA ENTRE
15 Y 20 REUNIONES
CUALIFICADAS
TODAS LAS SEMANAS**

- **GUÍA B2B** •



La mejor forma de conseguir que alguien que no nos conoce acabe comprándonos es **conseguir su interés.**

Podemos hacerlo de distintas formas, teniendo un producto o servicio más innovador que el resto, teniendo mejores condiciones, etc. Todo esto puede funcionar muy bien, pero a día de hoy **la mejor manera para captar el interés** de tu público objetivo e incentivarlos a dar el siguiente paso **es a través de un LEAD MAGNET.**



El Lead Magnet será entonces la puerta de entrada que nos permita además generar autoridad e intriga para a partir de ahí proseguir con un segundo contacto con el prospecto.

Como veremos a continuación podemos utilizar **distintos formatos en función del canal:**

Lead Magnet

Es una solución a un problema pequeño que aportamos a los usuarios para generar interés, y que **una vez solucionado revela un nuevo problema**

Industria	Ejemplo
Información	Guía, vídeos Ebook
Servicios	Consultoría, análisis, auditoría
Productos físicos	Muestra gratuita, libro físico, información a papel
Software	Plan freemium, prueba gratuita



Pero... y una vez tenemos el **LEAD MAGNET**
¿Qué hacemos?



Ahora simplemente **tenemos que distribuirlo**, pero primero **tenemos que identificar qué canales son mejores para nuestra industria y sector**, ya que como buen empresario entiendo que querrás sacarle el mayor rendimiento a cada euro invertido.

Canales B2B

Estos son los 3 canales B2B que, a día de hoy, **están generando un mayor ROI**. La **principal ventaja** es que en todas ellas podemos **contactar** con el **tomador de decisiones** de forma **DIRECTA**.

LinkedIn

No se trata de publicaciones, sino de conversaciones.

No intentamos vender, intentamos generar interés.

LinkedIn Ads

Target específico a nuestro público objetivo.

Email

Olvidémonos del formato Newsletter. Trabajamos en **formato conversacional y envíos secuenciales.**

Automatizar
y sistematizar

Lead Magnet

En caso de tener un mercado amplio como por ejemplo puede ser el caso de quien trabaje con abogados, dueños de restaurantes, propietarios de negocios sin importar la industria etc.

También es muy interesante y recomendable **ampliar el alcance y utilizar plataformas como Instagram, Facebook y Google.**



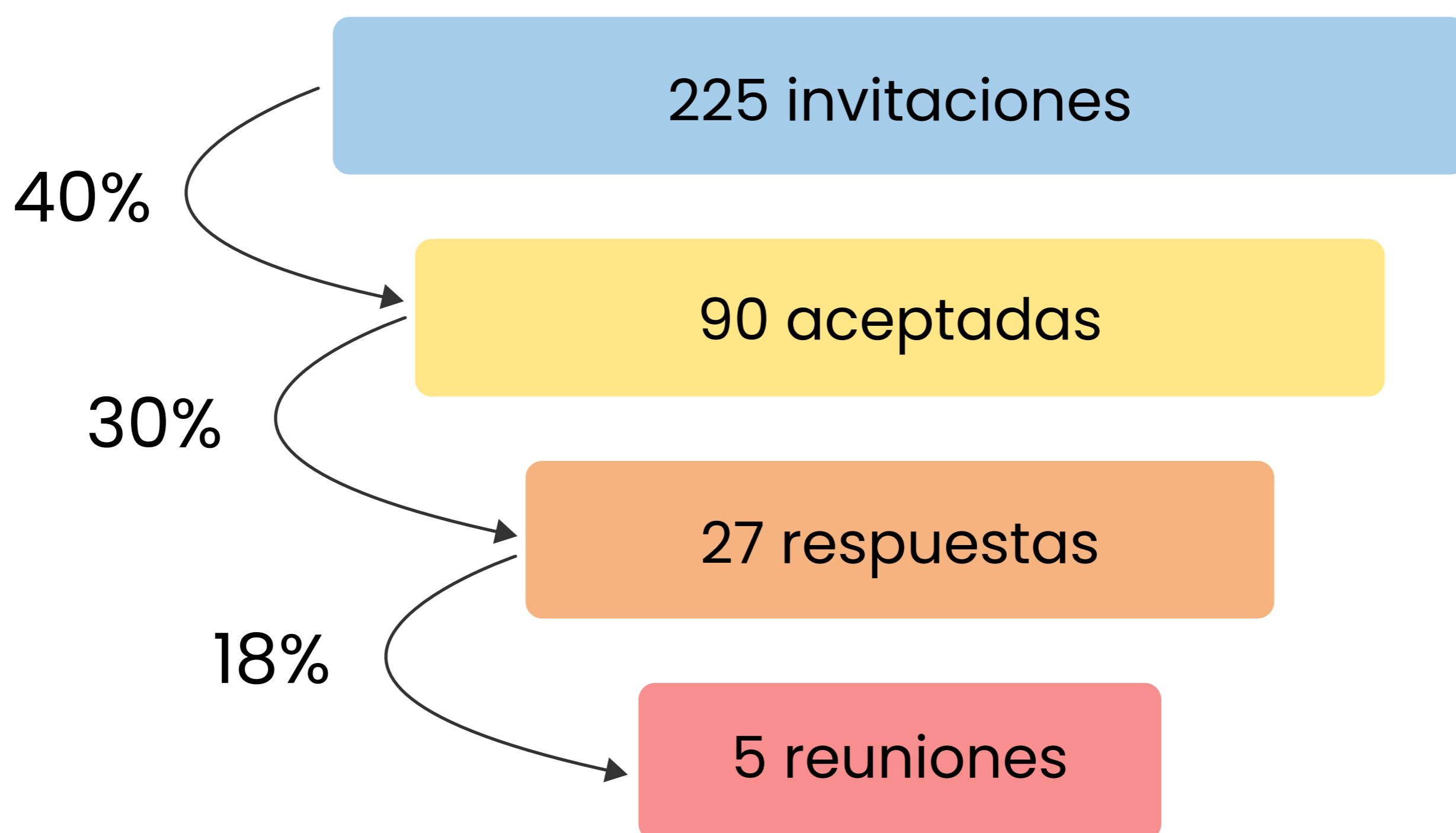
LinkedIn Outreach

Datos semanales

Actualmente, en **LinkedIn** podemos hacer un total de **100 invitaciones semanales**, pero existen **herramientas que nos permiten doblar esa cifra.**

Estos datos son el promedio de un total de más de 30 clientes. De modo que, enviando un total de 225 invitaciones por semana, el 40% de ellas serían aceptadas, lo que supone 90 nuevos contactos en nuestra red. Les enviamos un mensaje a todos y el 30% de ellos (27 usuarios) nos responden.

Finalmente acabamos agendando un total de 5 reuniones (el 18% de las respuestas y el 2.22%) del total..



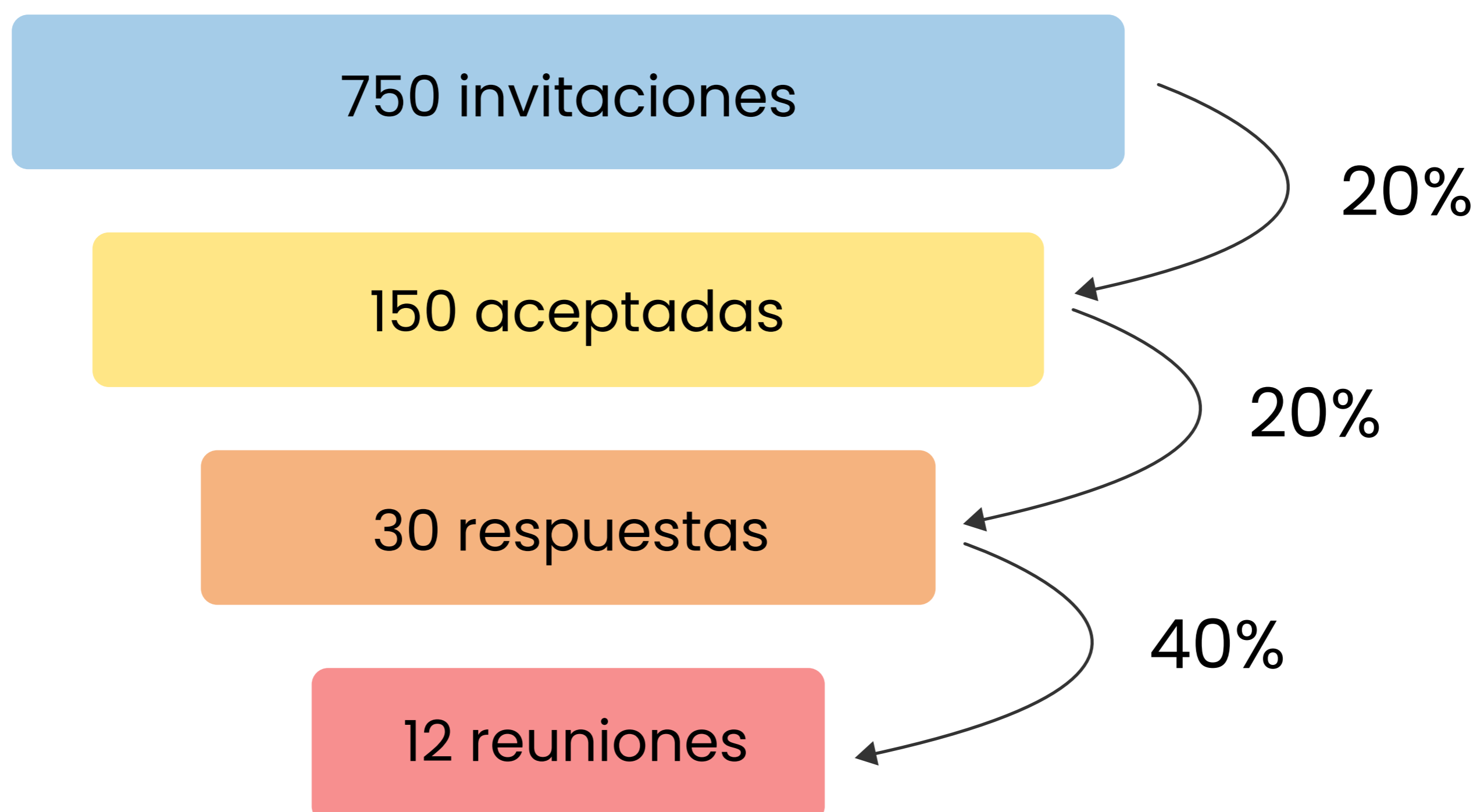
Email Outreach

Datos semanales

Con Cold Email, los **envíos** que podemos hacer son prácticamente **ilimitados**, únicamente depende el número de cuentas de correo que dispongamos para hacerlo.

Estos datos son estimados para un **contacto semanal de 750 usuarios**. La tasa de respuesta promedio es del 20%, lo que supone un total de 150 respuestas de las que 30 personas acaban siendo interesadas, y nos permite agendar un total de 12 reuniones (40% de los interesados y 1.6% del total).

La clave del secreto está en **no hacer envíos en formato newsletter y maximizar el ratio de entrega**, ya que si conseguimos que nuestros emails lleguen a la Bandeja de Entrada, nuestro ratio de apertura será muy bueno (60 a 90%)



Cold Outreach

Imagina ahora que **en lugar de utilizar un único perfil** de LinkedIn **utilizamos los del equipo y ampliamos el volumen de envíos diarios**. Con 3 perfiles de LinkedIn activos y 1500 contactos por correo semanales tendríamos un total de 39 reuniones con prospectos cualificados por semana

LinkedIn Outreach

Perfiles	Reuniones
1	5
2	10
3	15
4	20
5	25

Email Outreach

Perfiles	Reuniones
750	12
1000	16
1500	24
2000	32
2500	40

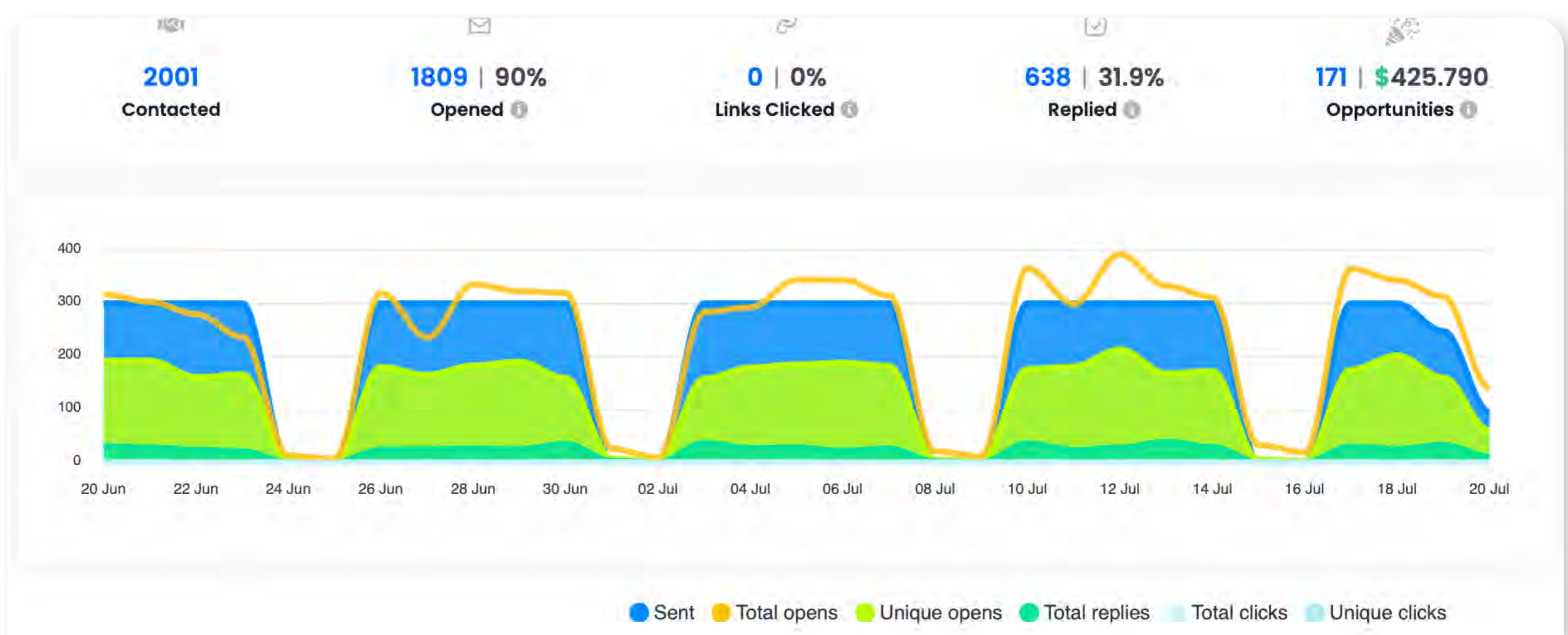
LinkedIn Outreach

Recorte de una campaña en la que del 28 de Agosto al 28 de Septiembre **enviamos un total de 934 invitaciones y 638 mensajes. Generando 18 reuniones** desde un perfil de LinkedIn con prospectos cualificados por semana.



LinkedIn Outreach

Recorte de una campaña del 20 de Junio al 20 de Julio en la que **contactamos con un total de 2.000 prospectos** por correo, **generando un total de 171 oportunidades de venta** y 70 reuniones. **La tasa de apertura de los correos es del 90% y la de respuesta del 31,9%.**



Adquisition Experts

Genera entre 15 y 20 nuevas oportunidades todas las semanas

- ✓ LinkedIn Outreach Full Funnel
- ✓ Email Outreach Full Funnel
- ✓ Descubre los flujos de conversaciones
- ✓ Te ayudamos a configurar todas las secuencias
- ✓ Más tips para generar conversiones

Agenda tu llamada estratégica

