

Nombre del Proyecto

Objetivos

COMIENZA AQUÍ. HAZ BRAINSTORMING CON POST-ITS DE QUIEN ES TU CLIENTE Y CÓMO LO ESTAS ATRAYENDO A TRAVÉS DEL EMBUDO DE CONVERSIÓN

ETAPA EN EMBUDO DE CONVERSIÓN

CUSTOMER PERSONA (Elige un Customer Persona para construir tu Embudo de Conversión)



CARACTERÍSTICA 1

CARACTERÍSTICA 2

CARACTERÍSTICA 3

CARACTERÍSTICA 4

CARACTERÍSTICA 5

CARACTERÍSTICA 6

EMBUDO DE CONVERSIÓN

ATRAER LA ATENCIÓN



CREAR INTERÉS
"LOS SOSPECHOSOS"



CONVENCER QUE QUIEREN EL PRODUCTO
"PROSPECTOS" O "LEADS"



LIDERAR LA TOMA DE ACCIÓN Y COMPRA
"CLIENTES Y USUARIOS"



TUS CLIENTES TE REFIEREN
"LOS DEFENSORES"



RETENES A TUS CLIENTES DELEITÁNDOLOS
"CLIENTES FELICES"



CAMPAÑAS

1

2

3

4

5

6

CUSTOMER PERSONA (CLIENTE)

PROBLEMA EN EL EMBUDO DE CONVERSIÓN

TIPO DE CAMPAÑA

SUPUESTO A PROBAR

MÉTRICA ESPERADA

DURACIÓN

MANTENER O CAMBIAR

APRENDIZAJE

"Si (Variable), entonces (resultado), porque (rationale)"

Ejemplo: Si (el call to action), es cambiado a "completar mi orden", la tasa de conversión (se incrementará 30%) porque este llamado (es más específico y personalizado)".