

# Fluxtech

Sep 30, 2025 - Oct 06, 2025

## Desempeño Rebeca

Conversaciones Totales - Whatsapp

4

↓ 89.19% vs Last 7 Days

**Audiencia 1:** Soy profesional, emprendedor o empresa que no tiene ERP y todo lo manejo con Excel o algún software contable simple.

**Audiencia 2:** Soy empresa que tiene un ERP (no SAP) en servidor físico.

**Audiencia 3:** Soy empresa que tiene SAP pero en servidor físico.

**Audiencia 4:** Soy empresa que ya tiene SAP en la nube (AWS / Azure).

Leads en Conversación

4

↓ 89.19% vs Last 7 Days

Tipo de Producto de Interés

1

↓ 90% vs Last 7 Days



Tipos de Audiencia

1

↓ 90% vs Last 7 Days



Audiencia 2... - 1

Fuente de Prospecto

4

↓ 89.19% vs Last 7 Days

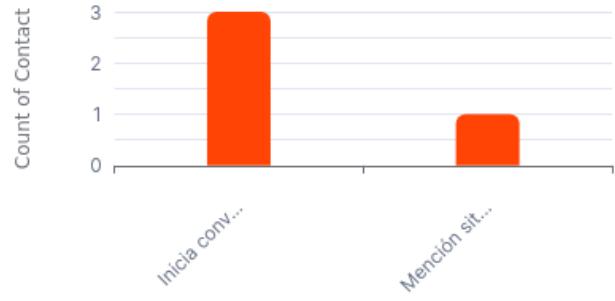


Facebook - 2  
WhatsApp Or... - 2

Status Conversaciones

4

↓ 88.57% vs Last 7 Days



## Brochure Audiencia 1

0

↓ 100% vs Last 7 Days

## Brochure Audiencia 2

0

↑ 0% vs Last 7 Days

## Brochure Audiencia 3

0

↓ 100% vs Last 7 Days

## Brochure Audiencia 4

0

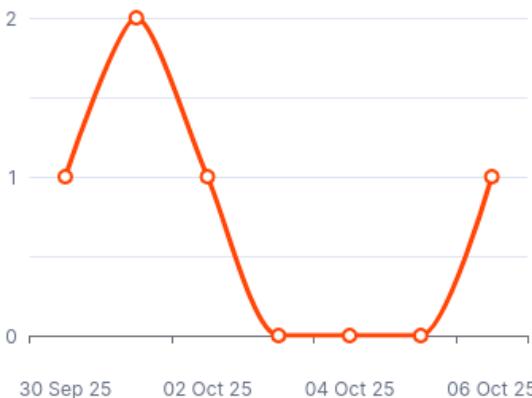
↑ 0% vs Last 7 Days

## Recuento de contactos a lo largo del tiempo

5

↓ 86.49% vs Last 7 Days

Count of Contact

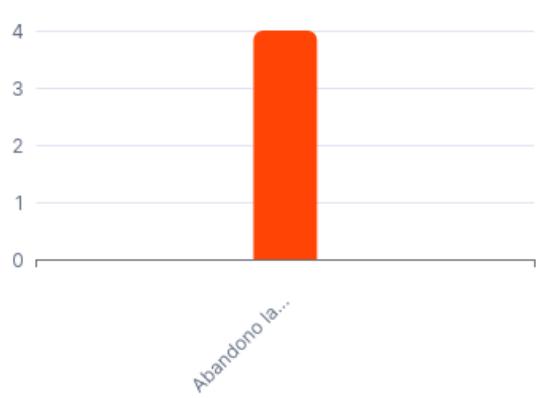


## Oportunidades perdidas - Rebeca

4

↓ 87.1% vs Last 7 Days

Count of Opportunity



## Leads en Exploración

2

↓ 88.24% vs Last 7 Days

## Leads Maduros

0

↓ 100% vs Last 7 Days

## Leads Nutridos

0

↓ 100% vs Last 7 Days

## Desempeño Ventas

### Oportunidades perdidas - Ventas



No Data  
Found

### Distribución por Etapas



No Data  
Found

Tasks

Pend... ▾

Due Date (... ▾)

All Us... ▾

Llamada de seguimiento Due in 8 days - 14/10/2025

El día Jueves me comentó que la siguiente semana tiene...  
: a. h. Assigned to: Cindy Pezzarossi

Status

All Pipelines ▾

62

↑ 129.63% vs Last 7 Days

62

Lost - 62

# Análisis

## Insights Clave

- Embudo activo sin conversión:** Se generaron 4 conversaciones en WhatsApp, pero no se registraron leads maduros ni nutridos, evidenciando una posible desconexión entre la interacción y la conversión efectiva.
- Interacción vs. acción:** La tasa de leads en exploración es del 50%, lo cual indica que el 50% de las conversaciones no resultó en interés real, destacando un potencial cuello de botella en la calidad de leads.
- Cuello de botella:** La falta de leads maduros y nutridos sugiere que el agente IA REBECA no está logrando transformar el interés inicial en intención de compra claramente, afectando la tasa de conversión.
- Valor no comunicado:** La tasa de leads en exploración refleja una desconexión con el valor percibido del producto, lo que puede estar impidiendo una comunicación efectiva del valor de la marca.
- Oportunidad:** 5 documentos se descargaron, sugiriendo un interés inicial; sin embargo, no se tradujo en leads calificados, lo cual requiere una revisión de contenido y estrategia de seguimiento.

---

## Estado Actual del Funnel

| KPI                   | Valor | Meta        | Brecha |
|-----------------------|-------|-------------|--------|
| Leads en Conversación | 4     | $\geq 10\%$ | -6     |
| Leads Nutridos        | 0     | $\geq 1$    | -1     |
| Leads Maduros         | 0     | $\geq 1$    | -1     |
| Leads en Exploración  | 2     | $\leq 10\%$ | +10    |

### Diagnóstico:

- La falta de leads maduros y nutridos indica que la estrategia de prospección y el contenido publicitario deben ser revisados para conectar mejor con el público y mejorar la calidad de los leads.

---

## Indicadores de Intención

- Documentos descargados:** 5 - Indicativo de interés preliminar, pero sin conversión efectiva a leads calificados.

- **Leads en exploración:** 2 - Excelente tasa de leads exploradores, pero con necesidad de desarrollo hacia un interés real.
- 

## Riesgos Críticos

1. **Desconexión en la comunicación del valor** que impacta negativamente en la conversión de conversaciones a leads calificados.
  2. **Falta de leads maduros y nutridos** que compromete el embudo de ventas y afecta las oportunidades de negocio.
- 

## Recomendaciones Prioritarias

1. **Revisar el contenido publicitario** para asegurarse de que comunique efectivamente el valor diferenciador de la marca, aumentando la percepción y atracción de leads calificados.
  2. **Establecer un seguimiento más activo** y personalizado de los leads en exploración, ofreciendo contenido significativo que empuje a la decisión de compra.
  3. **Desarrollar casos de éxito y testimonios** de clientes para aumentar el valor percibido y autenticidad de la marca, incentivando la conversión de leads curiosos a interesados.
- 

## Conclusión Ejecutiva

*La actual etapa de prospección requiere ajustes estratégicos inmediatos para mejorar la eficacia del agente IA, optimizar la calidad de los leads y cerrar la brecha existente entre la interacción y las conversiones.*