

## Preguntas respondidas incorrectamente:

- Si tu contenido trata sobre las distintas soluciones al problema de tu buyer persona, ¿a qué etapa del recorrido del comprador pertenece?
- ¿Qué ocurre durante la etapa de atracción de la metodología inbound?
- ¿Cuál es el propósito de la etapa de deleite de la metodología inbound?
- ¿Quién tiene la responsabilidad de deleitar a prospectos y clientes?
- ¿Verdadero o falso? Todos tus clientes deben tener una experiencia fabulosa con tu empresa para que su ciclo se acelere.
- ¿Cómo puedes aplicar la teoría del ciclo basado en el cliente al presupuesto de tu empresa?
- ¿Cuál de las siguientes NO es una parte clave de la cultura de una empresa?
- ¿Cuáles de las siguientes opciones NO es una "dimensión de trabajo" según la teoría de las tareas a realizar?
- ¿De qué manera el propósito de tu empresa puede afectar a tus equipos administrativos (finanzas, legal, etc.)?
- ¿Verdadero o falso? Una sola persona debe responsabilizarse de la creación y el mantenimiento de tus buyer personas.
- ¿Qué tipo de información sobre cada buyer persona suele necesitar el equipo de servicio al cliente?
- Si un representante de ventas está hablando con un contacto específico y descubre que no coincide exactamente con el buyer persona asignado, ¿qué debería hacer?
- En referencia al establecimiento de objetivos, ¿qué son las metas?
- ¿Verdadero o falso? Las metas suelen tener un período específico, mientras que los resultados clave pueden ser a largo plazo.
- En el marco de los tres horizontes, ¿qué simboliza el primero?
- En el marco de los tres horizontes, ¿qué simboliza el tercero?
- ¿Verdadero o falso? Si el primer horizonte empieza a lograr resultados insuficientes, deberías reasignar recursos a esas iniciativas hasta que mejoren.
- Completa la información necesaria: Puedes atraer prospectos usando \_\_\_\_\_ para crear contenido y conversaciones relevantes.
- En la etapa de atracción, ¿qué información obtienes de un prospecto?
- ¿Qué puede usar un profesional del marketing en la etapa de interacción para interactuar con los distintos segmentos de tu audiencia?
- ¿Cómo se relaciona la teoría de las tareas a realizar con la identidad personal de tus clientes?
- Un amigo quiere fundar una empresa y necesita identificar el trabajo que su producto ayuda a las personas a completar. ¿Qué consejo le darías?
- ¿Verdadero o falso? Si quieres aplicar el modelo del ciclo basado en el cliente en tu empresa, no deberías imaginar tu proceso de ventas como un embudo.
- ¿De qué manera la representación de tu empresa como un ciclo puede mejorar la transferencia de prospectos entre los equipos de ventas y servicios?
- ¿Cuáles de los siguientes son principios de la metodología inbound? Elige todas las opciones que correspondan.
- Completa la información necesaria: Durante la etapa de atracción de la metodología inbound, una empresa inbound debe \_\_\_\_\_. Elige todas las opciones que correspondan.
- Completa la información necesaria: Para generar confianza con tu audiencia objetivo, tienes que adaptarte a su manera de \_\_\_\_\_. Elige todas las opciones que correspondan.

## Preguntas respondidas correctamente:

- ¿Qué es el recorrido del comprador?
- ¿Verdadero o falso? La mayoría de los compradores comienzan a investigar posibles soluciones antes de recurrir a un representante de ventas.
- ¿Verdadero o falso? El recorrido del comprador evoluciona de manera constante. Cuanto más sepas sobre tus buyer personas, mejor podrás mejorarlo y ampliarlo con el tiempo.
- Completa la información necesaria: Tu \_\_\_\_\_ es tu mayor oportunidad de adquisición.
- ¿Qué significa CRM?
- ¿Cuáles son las etapas de la metodología inbound?
- ¿Verdadero o falso? Atraer prospectos es responsabilidad del equipo de marketing; interactuar con ellos, del equipo de ventas; y deleitarlos, del equipo de servicios.
- ¿Cuándo empieza la etapa de interacción de la metodología inbound?
- Completa la información necesaria: El inbound se basa en \_\_\_\_\_ con el mundo.
- ¿Dónde se recomienda guardar la información de tus prospectos?
- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones sobre el ciclo basado en el cliente NO es verdadera?
- En una empresa que adopta el método del ciclo basado en el cliente, ¿cuál de las siguientes es la fuente más importante para ganar nuevos prospectos?
- ¿Cómo es la relación entre un embudo y el ciclo basado en el cliente?
- ¿De qué manera la representación de una empresa como un ciclo puede fomentar la colaboración entre los equipos?
- ¿Cómo se relaciona la metodología inbound con el concepto del ciclo basado en el cliente?
- ¿Verdadero o falso? Obtener ganancias es el propósito principal de todas las empresas.
- ¿Cuál es la mejor manera de lograr que todos los empleados de una empresa compartan un mismo propósito?
- Según la teoría de las tareas a realizar, ¿cuál de los siguientes es un ejemplo de una historia de trabajo?
- ¿Cuál de las siguientes definiciones describe mejor a un buyer persona?
- ¿Quiénes serán los más beneficiados en tu empresa con la creación de buyer personas?
- ¿Quiénes deberían participar en la creación de los buyer personas?
- ¿Cuál es la función de los equipos administrativos (finanzas, legal, etc.) en la creación de buyer personas?
- ¿Cuál es la relación entre el propósito de tu empresa y tus buyer personas?
- ¿Qué tipo de información sobre cada buyer persona suele necesitar el equipo de marketing?
- ¿Qué tipo de información sobre cada buyer persona suele necesitar el equipo de ventas?
- En referencia al establecimiento de objetivos, ¿qué son los resultados clave?
- ¿Qué es el marco de los tres horizontes?
- En el marco de los tres horizontes, ¿qué simboliza el segundo?
- ¿Cuál es el número máximo de prioridades que debería tener una empresa en un período determinado?
- ¿Para qué pueden usar el recorrido del comprador los miembros del equipo de servicio al cliente?
- ¿Cuál es la relación entre las ganancias de una empresa y su propósito?
- Completa la información necesaria: El \_\_\_\_\_ de los consumidores afirma haber suspendido las comunicaciones con una empresa porque recibía promociones o mensajes irrelevantes.
- Completa la información necesaria: El \_\_\_\_\_ de los clientes no volvería a hacer negocios con una empresa tras una experiencia negativa.