

BN PYMES

CHARLA

**“Construyendo un Embudo de
Conversión Efectivo”**





De visitantes a clientes

Construyendo un embudo de conversión efectivo

Yolanda Esquivel

¿Qué es un embudo de conversión y por qué es esencial?

Este representa el proceso por el cual un cliente potencial se convierte en cliente activo y, posteriormente, en cliente leal.

Es una herramienta estratégica que representa el recorrido que hace un cliente desde que conoce tu negocio hasta que realiza una compra. Su forma de embudo simboliza la disminución progresiva del número de personas que avanza de una etapa a otra.

Al optimizar su embudo logrará:

- Captar clientes de manera eficiente.
- Reducir el costo de adquisición.
- Personalizar los servicios financieros.
- Mejorar la experiencia del usuario.
- Aumentar la tasa de conversión en cada etapa.
- Garantizar la fidelización y retención del cliente.

Importancia del embudo de conversión

1. Facilita la adquisición de clientes mediante estrategias digitales avanzadas.
2. Reduce costos operativos y mejora la eficiencia de los procesos bancarios.



3. Permite segmentar usuarios y personalizar ofertas según necesidades específicas.
4. Optimiza el journey del cliente, eliminando fricciones en el proceso de conversión.

Construcción de las Etapas del Embudo de Conversión y Estrategias de Optimización

Atracción: Captación de Clientes Potenciales. Uso de Google Ads, Facebook Ads y optimización SEO para generar tráfico.

Marketing de Contenidos. Creación de blogs, videos educativos y webinars sobre finanzas personales y productos bancarios.

Inbound Marketing. Generación de contenido de valor que eduque y atraiga clientes potenciales.

Herramientas y Plataformas:

Google Analytics. Para medir tráfico y comportamiento del usuario en la web.

SEMrush / Ahrefs. Para análisis SEO y mejora de posicionamiento.

LinkedIn Ads y Meta Ads. Para llegar a clientes segmentados con campañas estratégicas.

Caso de Éxito: BANCO ESPAÑOL

Problema: Baja captación de leads en plataformas digitales.

Solución: Implementación de campañas de Google Ads con remarketing y segmentación avanzada.

Resultado: Aumento del 40% en generación de clientes potenciales y reducción del costo de adquisición en un 30%.





Consideración: Construcción de Confianza

Automatización de CRM. Uso de Salesforce Financial Services Cloud y HubSpot para la gestión y seguimiento de leads.

Asesoramiento Virtual. Implementación de chatbots financieros con respuestas personalizadas.

Comparaciones y Testimonios. Publicación de casos de éxito y testimonios reales en redes y sitios web.

Herramientas y Plataformas:

Salesforce / Zoho CRM. Seguimiento y gestión de clientes potenciales.

Rift / Intercom. Chatbots y asistencia en tiempo real.

HubSpot: Automatización de correos electrónicos y generación de contenido atractivo.

Caso de Éxito: BBVA

Problema: Alto abandono en la solicitud de tarjetas de crédito.

Solución: Implementación de un chatbot con IA para guiar el proceso.

Resultado: Reducción del 60% en el abandono del proceso y aumento del 25% en la aprobación de tarjetas.

Decisión: Conversión a Cliente Activo

Firma Digital y Onboarding Online: Agilizar los procesos de apertura de cuentas con herramientas como DocuSign.

Autenticación Biométrica: Implementación de reconocimiento facial y validación digital.





Optimización de Formularios: Rediseñar formularios para facilitar su llenado.

Herramientas y Plataformas:

DocuSign / SignNow: Firma electrónica para agilizar trámites.

Onfido / Jumio: Verificación de identidad y reducción de fraude.

Hotjar / CrazyEgg: Análisis de comportamiento en formularios para reducir fricción.

Caso de Éxito: Bank of América

Problema: Clientes abandonaban la apertura de cuentas por procesos largos.

Solución: Implementación de autenticación biométrica y simplificación de formularios.

Resultado: Reducción del tiempo de apertura de cuentas de 3 días a 10 minutos, aumento del 45% en conversiones.

Fidelización: Retención y Crecimiento del Cliente

Programas de Lealtad: Incentivos personalizados según el comportamiento del cliente.

Ofertas Inteligentes: Uso de análisis de datos para ofrecer productos financieros adaptados.

Atención Omnicanal: Soporte en WhatsApp, email, call centers y aplicaciones móviles.



Herramientas y Plataformas:

Oracle Eloqua: Personalización de campañas de fidelización.

Zendesk / Freshdesk: Soporte al cliente multicanal.

Power BI / Google Data Studio: Análisis avanzado de métricas de fidelización.

Caso de Éxito: Wells Fargo

Problema: Baja retención de clientes en productos de inversión.

Solución: Implementación de análisis de datos con IA para personalizar ofertas.

Resultado: Aumento del 35% en retención de clientes y un 20% en venta cruzada de productos.

Optimización del Embudo para el Éxito

Uso de IA predictiva

Automatización inteligente

Personalización de la experiencia

Indicadores de Éxito y Métricas Clave

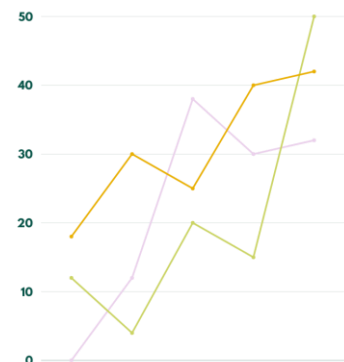
Tasa de conversión en cada etapa del embudo.

Reducción del costo de adquisición de clientes.

Tiempo promedio de conversión.

Índice de satisfacción del cliente (NPS).

Eficiencia en la retención de clientes.



Conclusiones y recomendaciones

Simplificación y automatización

Personalización









Eliminación de fricciones

La optimización del embudo de conversión en la banca permite no solo aumentar las conversiones, sino también mejorar la satisfacción y fidelización del cliente, asegurando un crecimiento sostenible y rentable para las instituciones financieras.

Práctica

1. Taller: Creación y Optimización de un Embudo de Conversión Bancario
2. 📌 Objetivo:
 3. Los participantes desarrollarán un embudo de conversión optimizado para un banco ficticio, aplicando estrategias de atracción, consideración, decisión y fidelización, utilizando herramientas digitales.
4. 📅 Duración: 1 hora
5. 👥 Modalidad: Trabajo en equipos (3-5 personas)
6. 📁 Materiales: Laptop o tablet con acceso a internet, pizarra o papelógrafos, post-its, marcadores
7. Agenda del Taller
8. Introducción (10 min)
9. Breve repaso del embudo de conversión y su importancia en banca.



- 
10. Explicación de la dinámica del taller.
 11.  Creación del Embudo de Conversión (30 min)
 12. Cada equipo creará un embudo de conversión para un banco ficticio con base en el siguiente escenario:
 13.  Escenario:
 14. El banco "FinTech 360" busca aumentar la captación de clientes jóvenes (18-30 años) para sus cuentas digitales. Actualmente, tienen una alta tasa de visitas en su sitio web, pero baja conversión en aperturas de cuenta.
 15.  Instrucciones:
 16. Cada equipo debe definir y desarrollar las estrategias para cada fase del embudo:
 17.  Atracción: ¿Cómo generar tráfico y captar clientes potenciales?
 18.  Consideración: ¿Cómo construir confianza y convertir visitas en leads?
 19.  Decisión: ¿Cómo mejorar la conversión de leads a clientes activos?
 20.  Fidelización: ¿Cómo mantener la relación y fomentar la lealtad?



Formato de Entrega:

Presentación con el esquema del embudo y las estrategias propuestas.

Uso de herramientas digitales si aplicable (Google Ads, CRM, Chatbots, etc.).

Presentación de Estrategias (30 min)

Cada equipo expone su embudo en 5 minutos, destacando:

Estrategias digitales utilizadas.


Herramientas clave seleccionadas.

Caso de éxito en el que se inspiraron.

Feedback y Discusión Final (20 min)

Se eligen las mejores estrategias y se analiza su viabilidad en el mundo real.

Retroalimentación y recomendaciones.


 Cierre: Reflexión sobre la importancia de la optimización del embudo y las tendencias futuras en la banca digital. Taller: Creación y Optimización de un Embudo de Conversión Bancario

 Objetivo:

Los participantes desarrollarán un embudo de conversión optimizado para un banco ficticio, aplicando estrategias de atracción, consideración, decisión y fidelización, utilizando herramientas digitales.

 Duración: 1 horas

 Modalidad: Trabajo en equipos (3-5 personas)

 Materiales: Laptop o tablet con acceso a internet, pizarra o papelógrafos, post-its, marcadores



Agenda del Taller

1. Introducción (10 min)

Breve repaso del embudo de conversión y su importancia en banca.

Explicación de la dinámica del taller.

2. Creación del Embudo de Conversión (30 min)

Cada equipo creará un embudo de conversión para un banco ficticio con base en el siguiente escenario:

✦ Escenario:

El banco "FinTech 360" busca aumentar la captación de clientes jóvenes (18-30 años) para sus cuentas digitales. Actualmente, tienen una alta tasa de visitas en su sitio web, pero baja conversión en aperturas de cuenta.

✦ Instrucciones:

Cada equipo debe definir y desarrollar las estrategias para cada fase del embudo:

✓ Atracción: ¿Cómo generar tráfico y captar clientes potenciales?

✓ Consideración: ¿Cómo construir confianza y convertir visitas en leads?

✓ Decisión: ¿Cómo mejorar la conversión de leads a clientes activos?

✓ Fidelización: ¿Cómo mantener la relación y fomentar la lealtad?

💡 Formato de Entrega:

Presentación con el esquema del embudo y las estrategias propuestas.

Uso de herramientas digitales si aplicable (Google Ads, CRM, Chatbots, etc.).

3. Presentación de Estrategias (30 min)



Cada equipo expone su embudo en 5 minutos, destacando:

Estrategias digitales utilizadas.


Herramientas clave seleccionadas.

Caso de éxito en el que se inspiraron.

4. Feedback y Discusión Final (20 min)

Se eligen las mejores estrategias y se analiza su viabilidad en el mundo real.

Retroalimentación y recomendaciones.

 Cierre: Reflexión sobre la importancia de la optimización del embudo y las tendencias futuras en la banca digital



Bibliografía

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Fundamentos de marketing* (14.ª ed.). Pearson Educación.

Halligan, B., Shah, D., & Scott, D. M. (2014). *Inbound marketing: Atrae, convierte, cierra y enamora a tus clientes en Internet* (2.ª ed.). Gestión 2000.

Fishkin, R. (2015). *The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization* (3rd ed.). O'Reilly Media.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education Limited.

Google Analytics Academy. (s.f.). *Marketing funnel: Cómo funciona un embudo de conversión*. Recuperado de: <https://analytics.google.com>

