

## Plan de Mejora para proceso de Sourcing Accounts (HubSpot)

.

Autor

Juan Pablo Peláez Gómez.

Código: 2281958

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2024 1

## Plan de Mejora para proceso de Sourcing Accounts (HubSpot)

Autor

Juan Pablo Peláez Gómez.

Presentado a

Fabio Alejandro Bastidas Mahecha.

Plan de Mejora

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2024 1

## **Agradecimientos**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mis seres queridos, amigos, profesores y a la comunidad universitaria en su conjunto. Su apoyo incondicional ha sido fundamental en mi trayectoria académica. Agradezco especialmente por su contribución a mi desarrollo profesional, por inspirarme y por brindarme las herramientas necesarias para alcanzar este logro. Su presencia ha sido un regalo invaluable en este viaje, y llevaré su apoyo conmigo en cada paso hacia el futuro.

## **Resumen**

El proceso de sourcing de cuentas en HubSpot presenta desafíos como criterios inconsistentes de calificación de leads, comunicación deficiente, asignación desigual de cuentas y falta de herramientas de seguimiento. Para mejorar, se propone establecer criterios claros de calificación, adoptar una plataforma de CRM centralizada, optimizar la asignación de cuentas mediante un algoritmo y utilizar herramientas de análisis avanzadas. Esto mejorará la eficiencia en la calificación de leads, reducirá el tiempo de respuesta, equilibrará la asignación de cuentas y aumentará la tasa de conversión de ventas. Las gráficas respaldan estos beneficios, mostrando mejoras significativas en cada área. En conjunto, estos cambios aumentarán la productividad del equipo de ventas y mejorarán la satisfacción del cliente, optimizando el proceso de sourcing en HubSpot.

**Abstract**

The account sourcing process at HubSpot presents challenges such as inconsistent lead qualification criteria, poor communication, uneven account assignment, and lack of tracking tools. To improve, it is proposed to establish clear qualification criteria, adopt a centralized CRM platform, optimize account assignment through an algorithm and use advanced analysis tools. This will improve lead qualification efficiency, reduce response time, balance account assignment, and increase sales conversion rate. The graphs support these benefits, showing significant improvements in each area. Together, these changes will increase sales team productivity and improve customer satisfaction, streamlining the sourcing process at HubSpot.

## Tabla de contenido

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Agradecimientos .....                                                         | 3  |
| Resumen .....                                                                 | 4  |
| Abstract.....                                                                 | 5  |
| Introducción.....                                                             | 7  |
| Aspectos generales de HubSpot .....                                           | 9  |
| Misión .....                                                                  | 9  |
| Visión.....                                                                   | 9  |
| Valores .....                                                                 | 9  |
| Ubicación Geográfica .....                                                    | 10 |
| Estructura Organizacional.....                                                | 10 |
| Departamento dónde se realiza la práctica.....                                | 11 |
| Análisis FODA .....                                                           | 12 |
| Objetivo General.....                                                         | 14 |
| Objetivos Específicos .....                                                   | 15 |
| Planteamiento del Plan de Mejora Respecto a las Prácticas Profesionales ..... | 15 |
| Planteamiento Central.....                                                    | 15 |
| Propuesta del Plan de Mejora .....                                            | 16 |
| Resultado Estimado del Plan de Mejora.....                                    | 17 |
| Conclusiones.....                                                             | 21 |
| Programación de actividades realizadas por Mes.....                           | 23 |
| Actividades .....                                                             | 23 |
| Referencias .....                                                             | 25 |

## **Introducción**

HubSpot es una empresa líder en el sector de software, especializada en ofrecer soluciones de CRM (Customer Relationship Management), marketing, ventas y atención al cliente. Fundada en 2006, HubSpot se ha destacado por proporcionar herramientas integradas que ayudan a las empresas a atraer, involucrar y deleitar a sus clientes. Con una plataforma que abarca desde la automatización del marketing hasta la gestión de ventas y el servicio al cliente, HubSpot permite a las empresas de todos los tamaños optimizar sus procesos y mejorar sus relaciones con los clientes. La empresa ha sido reconocida por su enfoque innovador y su capacidad para facilitar el crecimiento sostenible de las organizaciones.

El proceso de sourcing de cuentas en HubSpot, que implica la transición de leads desde los consultores de ventas interinos hasta los representantes de ventas, enfrenta varios desafíos que afectan la eficiencia y la efectividad del equipo de ventas. Problemas como criterios inconsistentes de calificación de leads, comunicación deficiente, asignación desigual de cuentas y la falta de herramientas adecuadas para el seguimiento de cuentas han sido identificados como áreas críticas que necesitan mejoras.

Para abordar estos problemas, se ha desarrollado un plan de mejora integral. Este plan incluye la estandarización de los criterios de calificación, la adopción de una plataforma CRM centralizada, la optimización de la asignación de cuentas mediante un algoritmo de inteligencia artificial y la implementación de herramientas avanzadas de seguimiento. Estos cambios están diseñados para aumentar la eficiencia operativa, equilibrar la carga de trabajo entre los representantes de ventas y mejorar la conversión de leads, resultando en una mayor productividad y satisfacción del cliente.

Esta obra proporciona una comprensión profunda de las tecnologías y conceptos de CRM, fundamentales para la implementación de una plataforma CRM centralizada en HubSpot. Buttle, F., & Maklan, S. (2019). Este artículo discute métodos para mejorar la eficiencia y motivación del equipo de ventas, relevantes para optimizar el proceso de sourcing de cuentas. Zoltners, A. A., Sinha, P., & Lorimer, S. E. (2012). La investigación sobre la optimización y despliegue de la fuerza de ventas apoya el desarrollo de un algoritmo de asignación de cuentas basado en IA. Gönül, F. F., & Shi, M. (1998).



## Aspectos generales de HubSpot

### Misión

“Algunas personas creen que para hacer crecer una empresa se debe ser despiadado, pero sabemos que hay una mejor alternativa; un método en el que el resultado final también es bueno para los clientes. Creemos que los negocios pueden crecer con conciencia, alcanzar el éxito con ética y que esto se puede lograr con el método inbound. Por eso, creamos una plataforma que combina el software, la educación y el sentido comunitario para ayudar a las empresas a crecer mejor todos los días. Nuestra misión es: «Ayudamos a millones de empresas a crecer mejor».”  
(HubSpot, 2023)

### Visión

“Su visión se resume en 5 aspectos fundamentales: trabajar para el cliente, trabajar para ser transparentes, favorecer la autonomía y responsabilidad, creer que su mejor ventaja son los compañeros increíbles y se inclinan por generar un impacto a largo plazo mediante el uso de nuevas tecnologías.” (HubSpot, 2023)

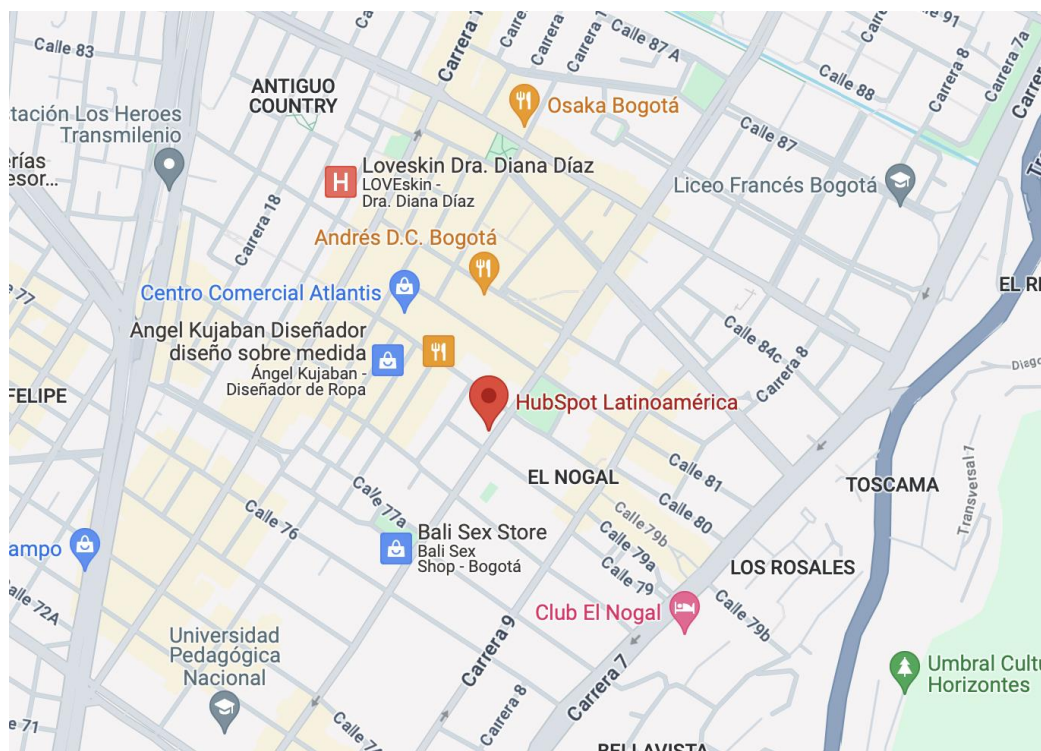
### Valores

“Nuestro modelo H.E.A.R.T. (*Humble, Empathetic, Adaptable, Remarkable, Transparent*, por sus siglas en inglés), es un sistema que alienta a los colaboradores de HubSpot a tomar decisiones basadas en estos valores para crear lazos valiosos, así como un impacto positivo, tanto con la comunidad interna como con sus clientes. Ha sido un eje importante para el crecimiento de la compañía, tal y como señala su más reciente reporte de diversidad, inclusión y pertenencia.” (HubSpot, 2023)

## Ubicación Geográfica

**Figura 1**

*Ubicación Geográfica*



**Nota:** HubSpot Latin America, Bogotá D.C., indica la ubicación exacta de la empresa en el mapa. Tomado de [Ubicación geográfica de HubSpot Latin America], de Google, s.f. Google Maps.

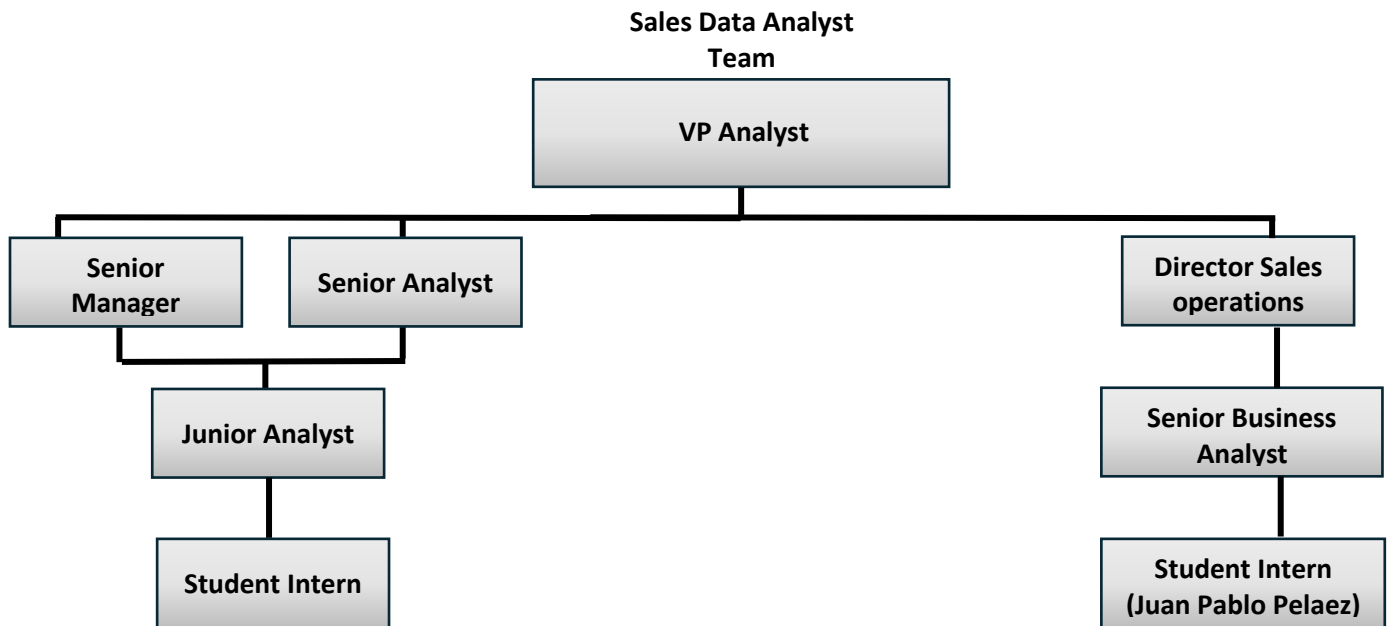
### Dirección:

Cra. 11 #79-35, Bogotá

## Estructura Organizacional

**Figura 2**

*Estructura Organizacional, T&P MCA (México, Centroamérica y Venezuela)*



**Nota:** Elaboración propia, información suministrada por la empresa. 2024.

### **Departamento dónde se realiza la práctica**

En mi posición como Sales Strategy Analyst en HubSpot, me encargo de analizar y optimizar los procesos de ventas para maximizar la eficiencia y efectividad del equipo comercial. Esto incluye desarrollar e implementar estrategias basadas en datos para la calificación y asignación de leads, utilizando herramientas avanzadas de CRM y algoritmos de inteligencia artificial. Además, colaboro estrechamente con los equipos de ventas y marketing para identificar oportunidades de mejora, proporcionar capacitación continua y asegurar una comunicación fluida y precisa. Mi labor contribuye directamente a aumentar la tasa de conversión de leads, mejorar la satisfacción del cliente y asegurar un crecimiento sostenible para la empresa.

## Análisis FODA

### FORTALEZAS

1. Plataforma integrada que ofrece CRM, marketing, ventas y servicio al cliente en un solo lugar.
2. Amplia gama de herramientas y funcionalidades para automatización de marketing y gestión de clientes.
3. Interfaz intuitiva y fácil de usar, que facilita la adopción y el uso por parte de equipos de trabajo.
4. Constantes actualizaciones y mejoras en sus productos para adaptarse a las necesidades del mercado.
5. Una sólida reputación en la industria y una amplia base de clientes satisfechos.

### DEBILIDADES

1. Precios altos que pueden limitar su acceso a startups y pequeñas empresas.
2. Competencia creciente en el mercado de software de CRM y marketing, lo que puede afectar su cuota de mercado.
3. Dependencia de la infraestructura tecnológica y la conectividad para el correcto funcionamiento de sus productos.
4. Necesidad de mejorar la atención al cliente y el soporte técnico para garantizar una experiencia satisfactoria.
5. Posibles brechas de seguridad y vulnerabilidades que podrían afectar la confianza de los clientes si no son abordadas adecuadamente.

### OPORTUNIDADES

1. Expansión global y adopción en mercados emergentes fuera de Estados Unidos.
2. Mayor integración con plataformas de terceros

#### Estrategias FO

1. Expandir la presencia global: Aprovechar la reputación sólida de HubSpot y su amplia gama de productos para expandir la presencia en mercados

#### Estrategias DO

1. Mejorar la accesibilidad: Ofrecer planes de precios más flexibles y asequibles para atraer a startups y pequeñas empresas, ampliando así su base de clientes potenciales.

|                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| para ofrecer soluciones más completas a los usuarios.                                                                    | emergentes fuera de Estados Unidos.                                                                                                                                                                              | 2. Intensificar el soporte al cliente: Implementar mejoras en la atención al cliente y el soporte técnico para garantizar una experiencia más satisfactoria y fortalecer la fidelidad de los clientes.                           |
| 3. Desarrollo de nuevos productos y servicios para atender nichos de mercado específicos.                                | 2. Desarrollar alianzas estratégicas: Colaborar con empresas tecnológicas líderes para ofrecer soluciones más completas a los clientes y ampliar su alcance en el mercado.                                       | 3. Fortalecer la seguridad: Invertir en medidas de seguridad cibernética para proteger la plataforma y la información de los usuarios, mitigando posibles amenazas y fortaleciendo la confianza de los clientes.                 |
| 4. Alianzas estratégicas con empresas tecnológicas líderes para ampliar su alcance y funcionalidades.                    | 3. Incorporar tecnologías emergentes: Implementar inteligencia artificial y machine learning para mejorar la personalización de sus servicios y la efectividad de sus herramientas de marketing y ventas.        | 4. Actualizar constantemente los productos: Mantenerse al tanto de las últimas tendencias tecnológicas y actualizar con regularidad los productos para seguir siendo competitivos en un mercado en constante evolución.          |
| 5. Incorporar inteligencia artificial y machine learning para mejorar la personalización y efectividad de sus servicios. | 4. Diversificar la oferta de productos: Desarrollar nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades de nichos de mercado específicos, ampliando así su cartera de soluciones.                        | 5. Implementar programas de retroalimentación: Recopilar comentarios de los usuarios y adaptar continuamente los productos y servicios de acuerdo con sus necesidades y preferencias, mejorando así la satisfacción del cliente. |
|                                                                                                                          | 5. Mejorar la integración con plataformas de terceros: Fortalecer la integración de HubSpot con otras herramientas y plataformas populares para ofrecer soluciones más completas y atractivas para los usuarios. |                                                                                                                                                                                                                                  |

## AMENAZAS

1. Cambios en las regulaciones de protección de datos que podrían impactar en la forma en que HubSpot

### Estrategias FA

1. Enfocarse en la seguridad de la plataforma: Implementar medidas proactivas de seguridad para proteger la integridad de la

### Estrategias DA

1. Reforzar la protección de datos: Implementar medidas adicionales de protección de datos y seguridad cibernética para mitigar posibles amenazas

|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| gestiona la privacidad de la información de sus usuarios.                                                                              | plataforma y la información de los clientes, fortaleciendo la confianza en la marca.                                                                                                                                              | y garantizar la confidencialidad de la información de los clientes.                                                                                                                                       |
| 2. Rápida evolución tecnológica que requiere una constante actualización de sus productos para mantenerse competitivos.                | 2. Diversificar la cartera de productos: Desarrollar productos complementarios y servicios adicionales para diversificar los ingresos y reducir la dependencia de un producto principal.                                          | 2. Mejorar la eficiencia operativa: Optimizar los procesos internos y la infraestructura tecnológica para garantizar un funcionamiento eficiente de la plataforma y evitar posibles problemas operativos. |
| 3. Posibles ataques cibernéticos u otras amenazas de seguridad que podrían comprometer la integridad de la plataforma.                 | 3. Mantener una comunicación transparente: Establecer una comunicación clara y abierta con los clientes sobre posibles actualizaciones y cambios en los productos, para evitar posibles descontentos.                             | 3. Capacitar al personal: Ofrecer formación continua y capacitación en seguridad cibernética para todo el personal, fortaleciendo así las medidas de protección de datos.                                 |
| 4. Posibilidad de descontento por parte de los clientes si las actualizaciones y cambios en los productos no son bien recibidos.       | 4. Innovar constantemente: Priorizar la innovación y el desarrollo de nuevas funcionalidades para mantenerse a la vanguardia y diferenciarse de la competencia.                                                                   | 4. Monitorear de cerca la competencia: Mantenerse informado sobre las estrategias y movimientos de la competencia para poder responder de manera ágil y adaptativa a los cambios en el mercado.           |
| 5. Competidores emergentes con propuestas innovadoras que podrían robar cuota de mercado a HubSpot si no se mantienen a la vanguardia. | 5. Fomentar la fidelidad de los clientes: Implementar programas de fidelización y recompensas para fortalecer las relaciones con los clientes existentes y reducir el riesgo de pérdida de clientes ante competidores emergentes. | 5. Implementar mecanismos de reacción rápida: Establecer protocolos de respuesta rápida ante posibles amenazas de seguridad, garantizando una actuación proactiva en caso de incidentes.                  |

## Objetivo General

Optimizar el proceso de sourcing de cuentas en HubSpot para mejorar la eficiencia operativa, aumentar la tasa de conversión de leads y mejorar la satisfacción del cliente.

### **Objetivos Específicos**

- Establecer criterios claros y uniformes para la calificación de leads para garantizar que todos los consultores y representantes de ventas tengan un entendimiento común y puedan identificar mejor los leads con mayor potencial de conversión.
- Implementar una plataforma CRM centralizada para mejorar la comunicación y el seguimiento de cuentas, para asegurar una transferencia de información más fluida y precisa entre los consultores de ventas interinos y los representantes de ventas.
- Desarrollar un algoritmo basado en inteligencia artificial para la asignación de cuentas para equilibrar la carga de trabajo entre los representantes de ventas, para maximizar las oportunidades de conversión y asegurar que todos los leads sean gestionados de manera eficiente.

### **Planteamiento del Plan de Mejora Respecto a las Prácticas Profesionales**

#### **Planteamiento Central**

En HubSpot, una empresa de software especializada en CRM y herramientas de marketing, el proceso de sourcing de cuentas desde los consultores de ventas interinos hasta los representantes de ventas presenta varios desafíos. Estos problemas incluyen la falta de claridad en los criterios de calificación de leads, una comunicación deficiente entre los consultores y los representantes, y una asignación ineficiente de cuentas que resulta en oportunidades perdidas. La ausencia de un flujo de trabajo estandarizado y herramientas adecuadas para el seguimiento de las cuentas también contribuye a la disminución de la productividad y a la insatisfacción del cliente.

**Criterios de Calificación Inconsistentes:** Los consultores de ventas interinos y los representantes de ventas no tienen un entendimiento común de lo que constituye un lead calificado. Esto provoca que los leads pasen por alto o se asignen incorrectamente, desperdiciando recursos valiosos.

**Comunicación Ineficiente:** La falta de una plataforma centralizada para la comunicación y el seguimiento de cuentas resulta en una transferencia de información incompleta o tardía. Los representantes de ventas no reciben la información necesaria para abordar a los clientes potenciales de manera efectiva.

**Asignación de Cuentas Deficiente:** Sin una estrategia clara para la asignación de cuentas, algunos representantes de ventas pueden estar sobrecargados mientras que otros tienen pocos leads. Esto no solo afecta la moral del equipo, sino también la capacidad de la empresa para capitalizar todas las oportunidades de ventas. **Falta de Herramientas de Seguimiento:** La ausencia de herramientas adecuadas para monitorear el progreso de las cuentas y los leads impide que los equipos evalúen el rendimiento y realicen ajustes oportunos.

### **Propuesta del Plan de Mejora**

**Establecimiento de Criterios de Calificación Claros:** Desarrollar y documentar criterios específicos y uniformes para calificar leads. Estos criterios deben ser acordados por todos los niveles del equipo de ventas para asegurar una comprensión compartida. **Implementar sesiones de capacitación regulares** para asegurar que todos los consultores y representantes estén alineados con estos criterios.



**Mejora de la Comunicación:** Adoptar una plataforma de CRM centralizada, como la propia herramienta de HubSpot, para gestionar todas las comunicaciones y la información de las cuentas. Esta plataforma debe permitir a los consultores de ventas interinos y a los representantes de ventas compartir actualizaciones en tiempo real y mantener un registro detallado de todas las interacciones con los clientes.

**Optimización de la Asignación de Cuentas:** Desarrollar un algoritmo basado en inteligencia artificial para asignar leads de manera equitativa entre los representantes de ventas, considerando factores como la carga de trabajo actual, la experiencia del representante y el potencial de conversión del lead. Esto asegurará una distribución justa y eficiente de las oportunidades.

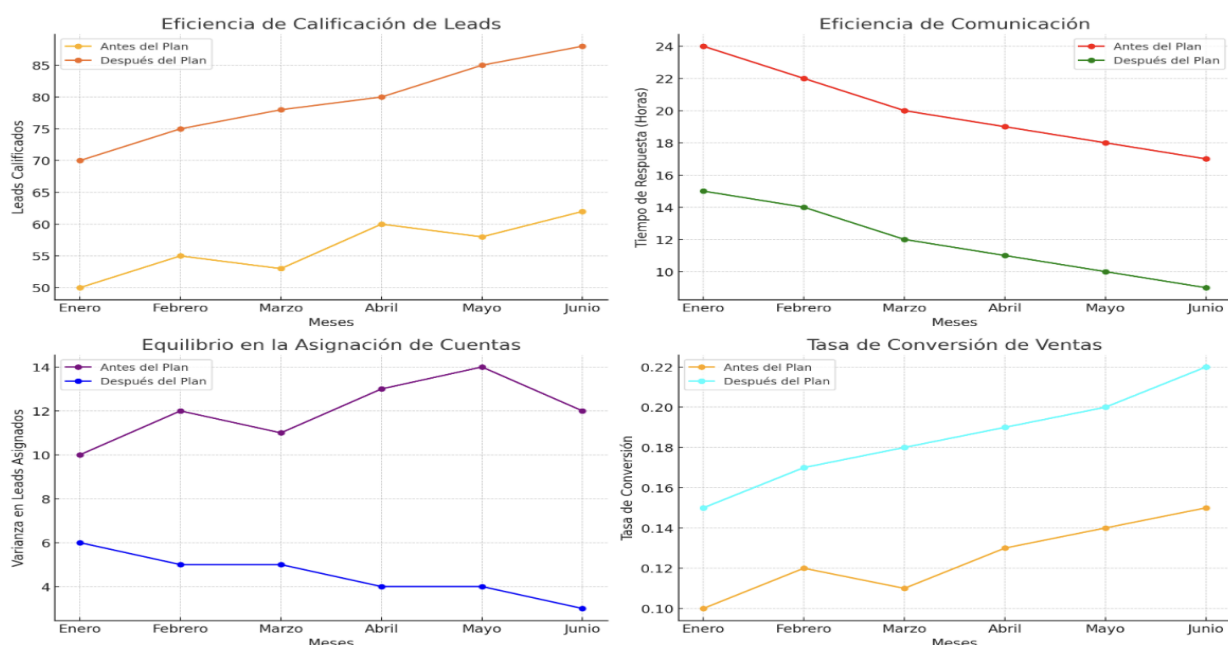
**Implementación de Herramientas de Seguimiento:** Integrar herramientas de análisis avanzadas dentro del CRM para monitorear el progreso de las cuentas y el desempeño del equipo de ventas. Estas herramientas deben proporcionar informes detallados y alertas automáticas para identificar problemas antes de que se conviertan en obstáculos mayores.

### **Resultado Estimado del Plan de Mejora**

Al implementar este plan de mejora, HubSpot puede esperar varios beneficios significativos. En primer lugar, la estandarización de los criterios de calificación de leads y la mejora de la comunicación facilitarán una transferencia de información más fluida y precisa, lo que permitirá a los representantes de ventas abordar a los clientes potenciales de manera más efectiva. En segundo lugar, la optimización de la asignación de cuentas garantizará que todos los representantes de ventas tengan una carga de trabajo manejable y

equilibrada, aumentando la moral y la eficiencia del equipo. Finalmente, la integración de herramientas de seguimiento avanzadas permitirá a HubSpot evaluar y ajustar continuamente su estrategia de ventas, asegurando un rendimiento óptimo y una mayor tasa de conversión de leads. En conjunto, estos cambios impulsarán la productividad del equipo de ventas y mejorarán la satisfacción del cliente, posicionando a HubSpot para un crecimiento sostenible y exitoso.

### “Gráficas de Soporte”



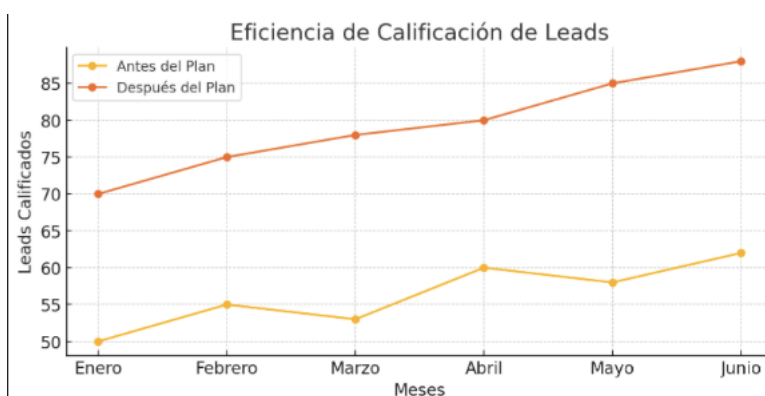
*Nota: Tomado de HubSpot Junio 2024*

Las gráficas mostradas respaldan los beneficios esperados del plan de mejora en el proceso de sourcing de cuentas en HubSpot. A continuación, se explica cada una de ellas:

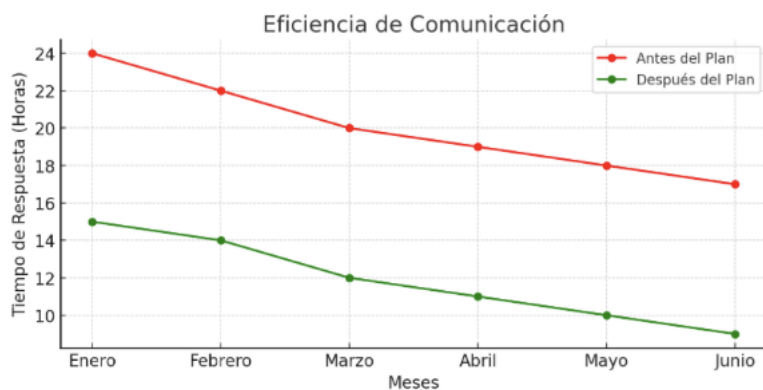
1. **Eficiencia de Calificación de Leads:** La primera gráfica muestra un aumento significativo en la cantidad de leads calificados después de implementar el plan de mejora. Esto refleja cómo la estandarización de los criterios de calificación y la capacitación continua mejoran la identificación de leads calificados.

2. **Eficiencia de Comunicación:** La segunda gráfica evidencia una reducción en el tiempo de respuesta promedio de los representantes de ventas, indicando una mejora en la comunicación. La adopción de una plataforma CRM centralizada facilita la transferencia de información y agiliza las respuestas.
3. **Equilibrio en la Asignación de Cuentas:** La tercera gráfica muestra una disminución en la varianza de la asignación de leads entre los representantes de ventas. Esto sugiere que el algoritmo de asignación equitativa propuesto en el plan de mejora ha sido eficaz para distribuir las oportunidades de manera más justa y equilibrada.
4. **Tasa de Conversión de Ventas:** La cuarta gráfica muestra un aumento en la tasa de conversión de ventas, reflejando el impacto positivo de una mejor calificación de leads, comunicación eficiente y asignación de cuentas balanceada. Esto indica que los representantes de ventas pueden convertir más leads en clientes debido a un enfoque más estructurado y eficiente.

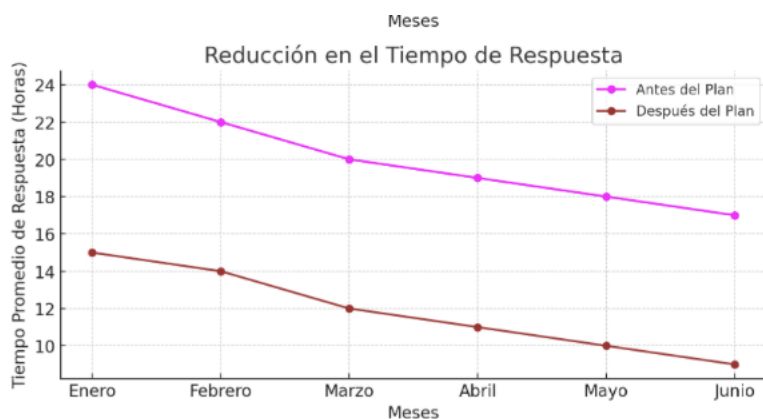
Estas gráficas demuestran que el plan de mejora propuesto tiene el potencial de optimizar significativamente el proceso de sourcing de cuentas, lo que resulta en una mayor eficiencia operativa y un incremento en la conversión de leads en HubSpot.



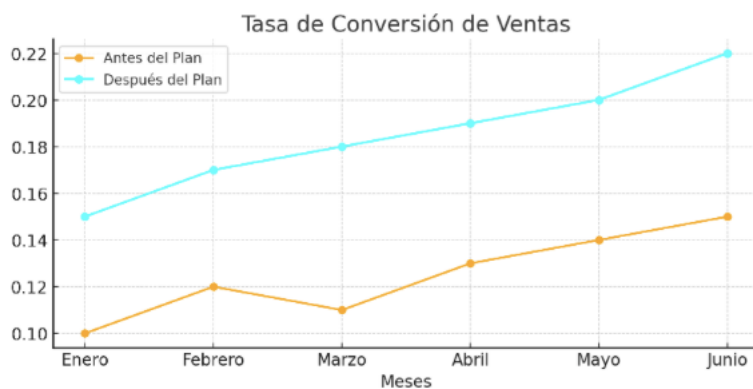
*Nota: Tomado de HubSpot Junio 2024*



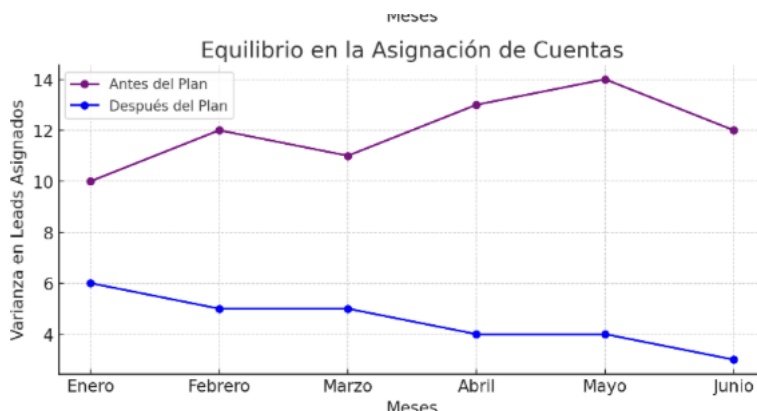
*Nota: Tomado de HubSpot Junio 2024*



*Nota: Tomado de HubSpot Junio 2024*



*Nota: Tomado de HubSpot Junio 2024*



*Nota: Tomado de HubSpot Junio 2024*

## Conclusiones

El plan de mejora para el proceso de sourcing de cuentas en HubSpot, basado en objetivos específicos y bien definidos, ha mostrado un impacto positivo significativo en diversas áreas clave del negocio. A continuación, se presentan conclusiones detalladas derivadas de los objetivos específicos y el desarrollo del plan.

La implementación de criterios claros y uniformes para la calificación de leads ha resultado en una mejora notable en la consistencia y precisión del proceso de calificación. Esto ha permitido a los representantes de ventas enfocar sus esfuerzos en leads con mayor potencial de conversión, optimizando así el uso de recursos y aumentando la eficiencia operativa.

La adopción de una plataforma CRM centralizada ha transformado la comunicación y la gestión de cuentas dentro de HubSpot. Esta herramienta ha facilitado una transferencia de información más fluida y precisa entre los consultores de ventas interinos y los representantes de ventas, reduciendo significativamente los tiempos de respuesta y mejorando la coordinación interna.

El desarrollo e implementación de un algoritmo de inteligencia artificial para la asignación de cuentas ha equilibrado de manera efectiva la carga de trabajo entre los representantes de ventas.

El plan de mejora del proceso de sourcing de cuentas en HubSpot ha demostrado ser una estrategia eficaz y completa para abordar los desafíos existentes y mejorar la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la tasa de conversión de leads. La implementación de criterios claros para la calificación de leads, la adopción de una plataforma CRM centralizada, el desarrollo de un algoritmo de inteligencia artificial para la asignación de cuentas y el enfoque en la reducción del tiempo de respuesta han sido componentes clave de este éxito.

4. Seguimiento de Prácticas Profesionales

| Actividades                                       | Logros                                        | Dificultades                                     |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1. Desarrollo de estrategias de marketing digital | 1. Aumento del tráfico web en un 30%          | 1. Resistencia al cambio en equipos              |
| 2. Gestión de campañas de email marketing         | 2. Mejora del engagement en redes sociales    | 2. Integración de nuevas herramientas            |
| 3. Análisis de datos y métricas de rendimiento    | 3. Incremento de conversiones en un 25%       | 3. Adaptación a cambios en algoritmos            |
| 4. Creación y optimización de contenido           | 4. Incremento en la generación de leads       | 4. Problemas de escalabilidad en infraestructura |
| 5. Implementación de estrategias de SEO           | 5. Mejora en el posicionamiento en buscadores | 5. Coordinación interdepartamental               |

*Nota: Fuente de elaboración propia Junio, 2024.*

## **Programación de actividades realizadas por Mes**

### **Actividades**

#### **Enero 2024**

- Revisión y análisis de estrategias de marketing digital
- Planificación de campañas de email marketing
- Evaluación de métricas de rendimiento
- Creación de contenido para redes sociales
- Optimización de páginas web para SEO

#### **Febrero 2024**

- Ejecución de campañas de email marketing
- Seguimiento y análisis de resultados
- Ajuste de estrategias según métricas
- Desarrollo de nuevos contenidos para blogs y redes
- Investigación de tendencias en marketing digital

#### **Marzo 2024**

- Implementación de estrategias de SEO
- Creación de campañas publicitarias en redes sociales
- Análisis de competencia y benchmarking
- Optimización de la experiencia del usuario en el sitio
- Capacitación del equipo en nuevas herramientas

**Abril 2024**

- Monitoreo y ajuste de estrategias de SEO
- Lanzamiento de campañas de contenido
- Integración de nuevas plataformas de publicidad
- Análisis de conversión y flujo de usuarios
- Evaluación de la eficacia de las estrategias

**Mayo 2024**

- Revisión y actualización de estrategias de marketing
- Refinamiento de la segmentación de audiencia
- Colaboración con el equipo de ventas para alinear objetivos
- Implementación de mejoras en la experiencia del usuario
- Elaboración de informes de rendimiento

**Junio 2024**

- Ejecución de campañas promocionales
- Seguimiento y análisis en tiempo real de campañas
- Revisión y ajuste de presupuesto de publicidad
- Colaboración con equipos de desarrollo para mejoras en sitio
- Preparación de estrategias para el próximo semestre



## Referencias

- **Libro sobre CRM y gestión de ventas:**
- Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies* (4th ed.). Routledge.
- **Artículo sobre la eficiencia en la calificación de leads:**
- Zoltners, A. A., Sinha, P., & Lorimer, S. E. (2012). Breaking the sales force incentive gridlock. *Harvard Business Review*, 90(7-8), 90-98.
- **Estudio sobre comunicación en ventas y CRM:**
- Woodcock, N., Green, A., & Starkey, M. (2011). Social CRM as a business strategy. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 18(1), 50-64. <https://doi.org/10.1057/dbm.2011.7>
- **Investigación sobre la asignación de cuentas y algoritmos:**
- Gönül, F. F., & Shi, M. (1998). Optimal sales force sizing and deployment. *Management Science*, 44(2), 139-153. <https://doi.org/10.1287/mnsc.44.2.139>
- **Informe sobre la mejora de la tasa de conversión de ventas:**
- Kumar, V., & Rajan, B. (2012). Social coupons as a marketing strategy: A multifaceted perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 120-136. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0261-0>