

SEGUIMIENTO DE LEADS

Checklist de seguimiento de leads

Audita tu seguimiento en 25 puntos y ordénalo con una secuencia de 7 días lista para adaptar.

QUÉ INCLUYE

- 01 Checklist de 25 puntos para auditar tu seguimiento
- 02 Plantilla de etapas para tu pipeline
- 03 Secuencia de 7 días con mensajes de ejemplo
- 04 Tablero semanal de control

CÓMO USAR ESTE RECURSO

Antes de empezar

Recorre el checklist marcando lo que ya haces de forma consistente (no lo que haces “a veces”). Después usa las plantillas para ordenar tus etapas, tu secuencia de mensajes y tus métricas semanales.

IMPORTANTE

Este material es una base de trabajo. Cada empresa y cada sector tienen necesidades, pasos e implementaciones distintas: adapta cada punto a tu realidad y, si quieres un análisis de tu caso, solicita el diagnóstico gratuito al final del documento.

01 · CHECKLIST

Auditoría de seguimiento: 25 puntos

Respuesta

- ☐ Respondemos a cada lead nuevo en minutos, no en horas.
- ☐ Existe un mensaje de bienvenida que explica qué pasará después.
- ☐ Hay respuesta automática fuera de horario.
- ☐ Sabemos cuál es nuestro tiempo promedio de primera respuesta.
- ☐ Hay un responsable definido para atender cada canal.

Etapas y orden

- ☐ Tenemos etapas definidas para cada oportunidad (pipeline).
- ☐ Cada lead está registrado en un único lugar.
- ☐ Cualquier persona del equipo puede ver en qué etapa está un prospecto.
- ☐ Cada etapa tiene una acción siguiente clara.
- ☐ Registramos el canal de origen de cada lead.

Cadencia

- ☐ Hacemos más de un intento de contacto si el prospecto no responde.
- ☐ Cada mensaje de seguimiento aporta algo nuevo.
- ☐ Damos seguimiento a todas las cotizaciones enviadas.
- ☐ Tenemos un mensaje de cierre respetuoso para quien no responde.
- ☐ Reactivamos leads antiguos periódicamente.

Calificación

- ☐ Hacemos preguntas para entender la necesidad real.
- ☐ Identificamos presupuesto o capacidad de compra.
- ☐ Sabemos cuándo quiere decidir el prospecto.
- ☐ Sabemos quién más participa en la decisión.
- ☐ Priorizamos a los leads con mayor intención.

Medición

- ☐ Sabemos cuántos leads recibimos por semana.
- ☐ Medimos el porcentaje de leads que se convierten en clientes.
- ☐ Conocemos los motivos de pérdida más frecuentes.
- ☐ Sabemos qué canal genera los mejores clientes.
- ☐ Revisamos estas métricas cada semana.

Interpretación del resultado

Puntos marcados	Diagnóstico	Siguiente paso
0 - 10	El seguimiento depende de la memoria de las personas.	Define etapas y un responsable antes de invertir más en publicidad.
11 - 18	Hay bases, pero se pierden oportunidades en el camino.	Diseña una cadencia y centraliza la información en un CRM.
19 - 25	Tu seguimiento está estructurado.	Automatiza lo repetitivo y optimiza con datos.

02 · PLANTILLA

Etapas de tu pipeline

Completa la definición de cada etapa según cómo vende tu empresa. Ajusta, elimina o agrega etapas si lo necesitas.

Etapas	¿Qué significa en tu negocio?	Responsable	Acción siguiente
Nuevo lead			
En conversación			
Calificado			
Propuesta / cita			
Negociación			
Ganado			
Perdido (motivo)			

03 · SECUENCIA

Seguimiento de 7 días

Mensajes de ejemplo para adaptar a tu tono. Detén la secuencia en cuanto el prospecto responda o avance de etapa.

Día	Objetivo	Mensaje de ejemplo
Día 0	Responder y calificar	“Hola [nombre], gracias por escribirnos. Para ayudarte mejor, ¿me cuentas qué estás buscando y para cuándo lo necesitas?”
Día 1	Aportar valor	“[Nombre], te comparto [recurso / información] que responde la duda más común sobre [tema]. ¿Te sirve?”
Día 2	Resolver objeción	“Muchas personas nos preguntan por [objeción frecuente]. Así lo resolvemos: [respuesta breve].”
Día 3	Prueba social	“Te cuento cómo ayudamos a [tipo de cliente] con una situación parecida a la tuya: [caso real].”
Día 5	Invitar a actuar	“¿Te parece si agendamos 15 minutos para revisar tu caso? Tengo espacio el [día] a las [hora].”
Día 7	Cierre respetuoso	“No quiero llenarte de mensajes. ¿Lo dejamos para más adelante o prefieres que te escriba en unas semanas?”

04 · CONTROL

Tablero semanal de seguimiento

Métrica	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Leads recibidos				
Tiempo promedio de respuesta				
Leads calificados				
Propuestas / citas				
Ventas cerradas				
Tasa de cierre (%)				
Motivo de pérdida principal				

SIGUIENTE PASO

Cada empresa es diferente. Tu solución también debería serlo.

Este recurso te da una base, pero cada necesidad, cada paso a seguir y cada implementación son distintos según tu empresa y tu sector. Por eso trabajo así: primero realizo un diagnóstico y después te presento una propuesta personalizada.

01 Solicitas tu diagnóstico gratuito

Un formulario breve sobre tu empresa y tu reto actual.

02 Analizo tu negocio

Adquisición, conversión, seguimiento, tecnología y oportunidades.

03 Asesoría estratégica de 30 minutos

Hallazgos, cuellos de botella y prioridades para tu caso.

04 Propuesta personalizada

Si tiene sentido trabajar juntos, la arquitectura que necesita tu empresa.

Solicitar diagnóstico gratuito

lucasleon.co/diagnostico-gratuito
WhatsApp +57 310 338 5305

Diagnóstico sin costo · Asesoría de 30 minutos · Sin compromiso

Instagram @lucasleon979 · lucasleon.co