

Semana de Ventas Inbound

Toma decisiones estratégicas con la Matriz de Impacto y Esfuerzo

Kennedy Monzón,
Inbound Marketer

Organizado por:



“Hay muchísimos métodos de priorización, pero a veces la forma ideal de priorización es la que te permite comenzar cuanto antes con todo lo que tienes que hacer.”

Irene Prieto, Product Manager en IKEA

Conoce al destructor del estrés

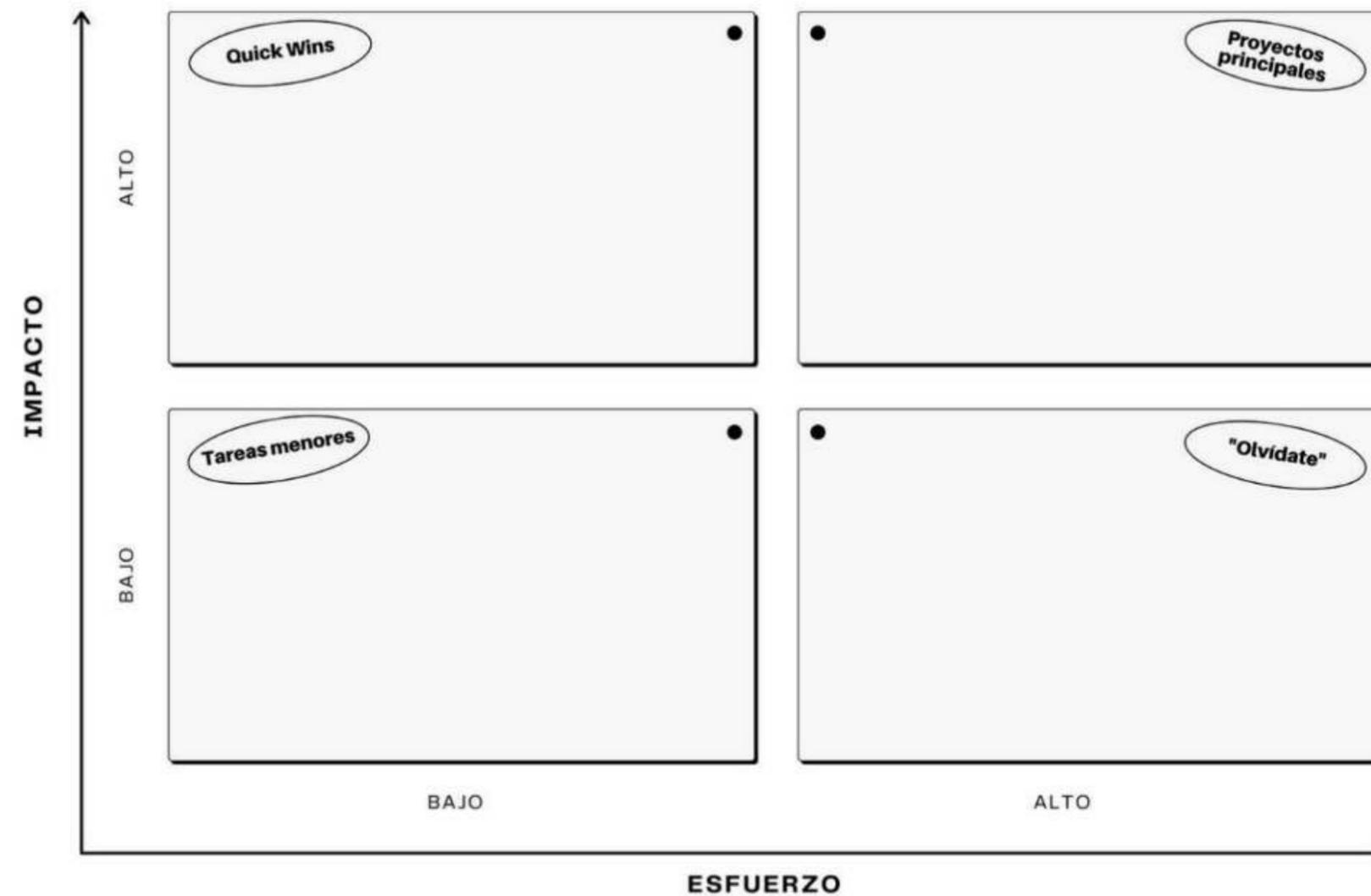
Matriz de Impacto y Esfuerzo

1 Quick Wins

2 Tareas menores

3 Proyectos principales

4 "Olvídate"



¿Qué significa cada cuadrante?

Quick wins: esfuerzo bajo e impacto alto.
Empieza con estas tareas para rápidamente generar un impacto en tu organización.

Tareas menores: esfuerzo bajo e impacto bajo. Estas tareas no cambiarán el juego, pero quitarlas de en medio te ayudarán a enfocarte en tareas más importantes.

¿Qué significa cada cuadrante?

Proyectos principales: esfuerzo alto e impacto alto. Aquí considerarás el lanzamiento de nuevos productos o ingreso a nuevos mercados. Tendrás que volver a dividir esta tarea en formas más pequeñas y volver a priorizar.

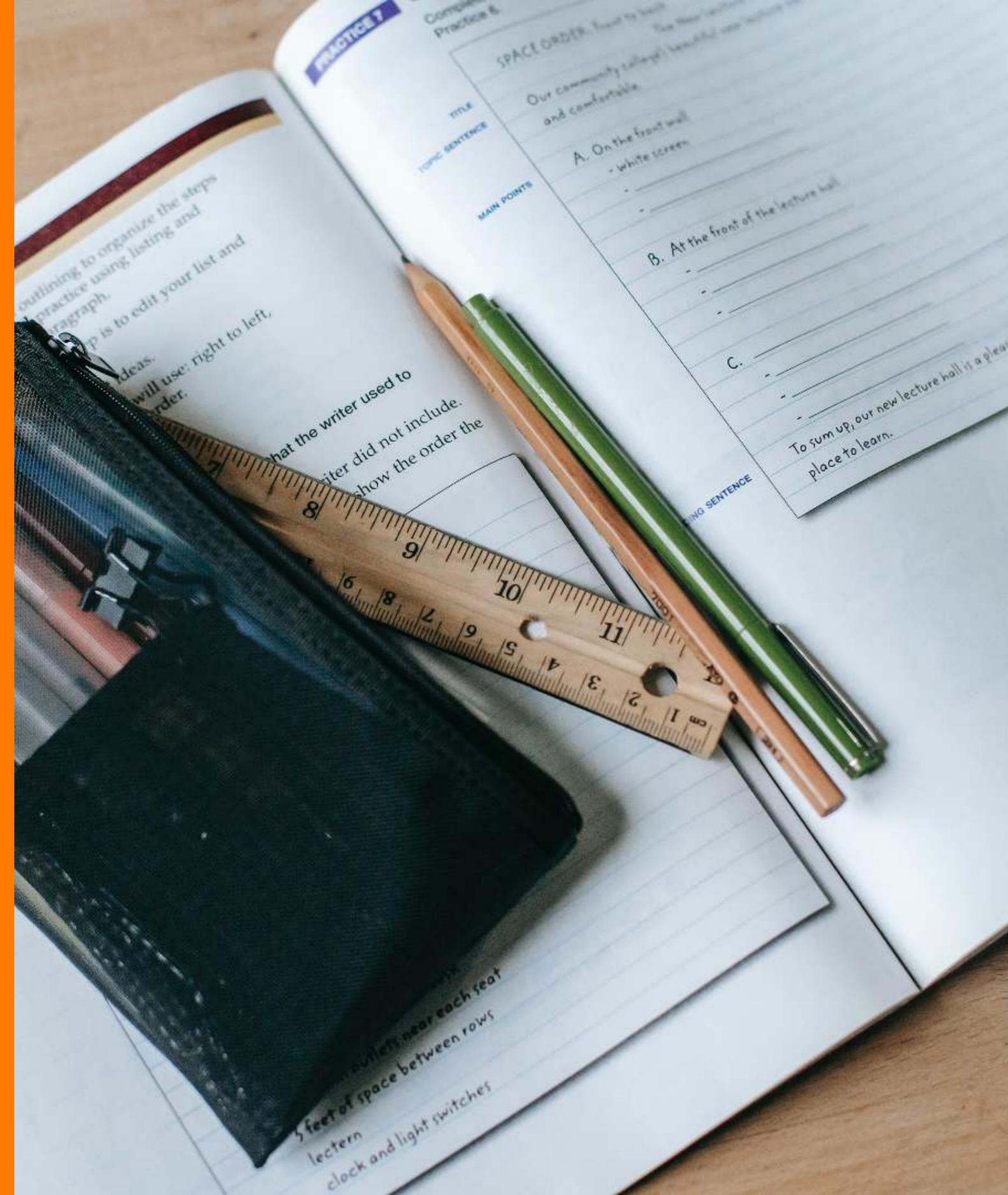
Olvídate: esfuerzo alto e impacto bajo. No suelen ser relevantes y hay que aceptarlas así e ignorarlas hasta que se cuente con el tiempo suficiente o se reevalúe su prioridad.

¿Cómo lo usamos?

1. Escribe tus ideas en post-its, tarjetas o pequeñas hojas de papel.
2. A cada tarea asígnale un nivel de Impacto y de Esfuerzo. Para empezar utiliza dos niveles: Alto y Bajo.
3. Coloca las ideas sobre la matriz, ubicándolos en su lugar correcto.
3. Empieza a ejecutar basado en el nuevo orden de tus ideas.

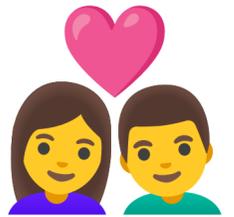


**Ahora,
creemos un
caso de uso**



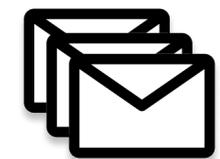
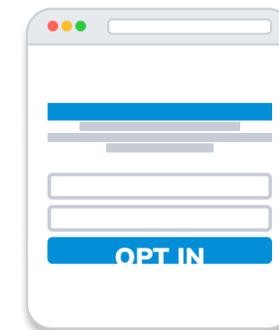
Hoy trabajaremos con

- 3 buyer personas
 - Felipe marido demostrativo (comprador eventual)
 - Pablo colega proactivo (comprador de una sola vez)
 - Ana estudiante de universidad (compradora recurrente)
- 3 canales de ventas
 - WhatsApp Business
 - Tienda virtual
 - Llamada directa



Hoy trabajaremos con

- 5 herramientas de marketing y ventas
 - Acortador y rastreador de enlaces (Bit.ly)
 - Gestor de relación con clientes (HubSpot CRM)
 - Facebook Ads
 - Página de aterrizaje
 - Correos electrónicos

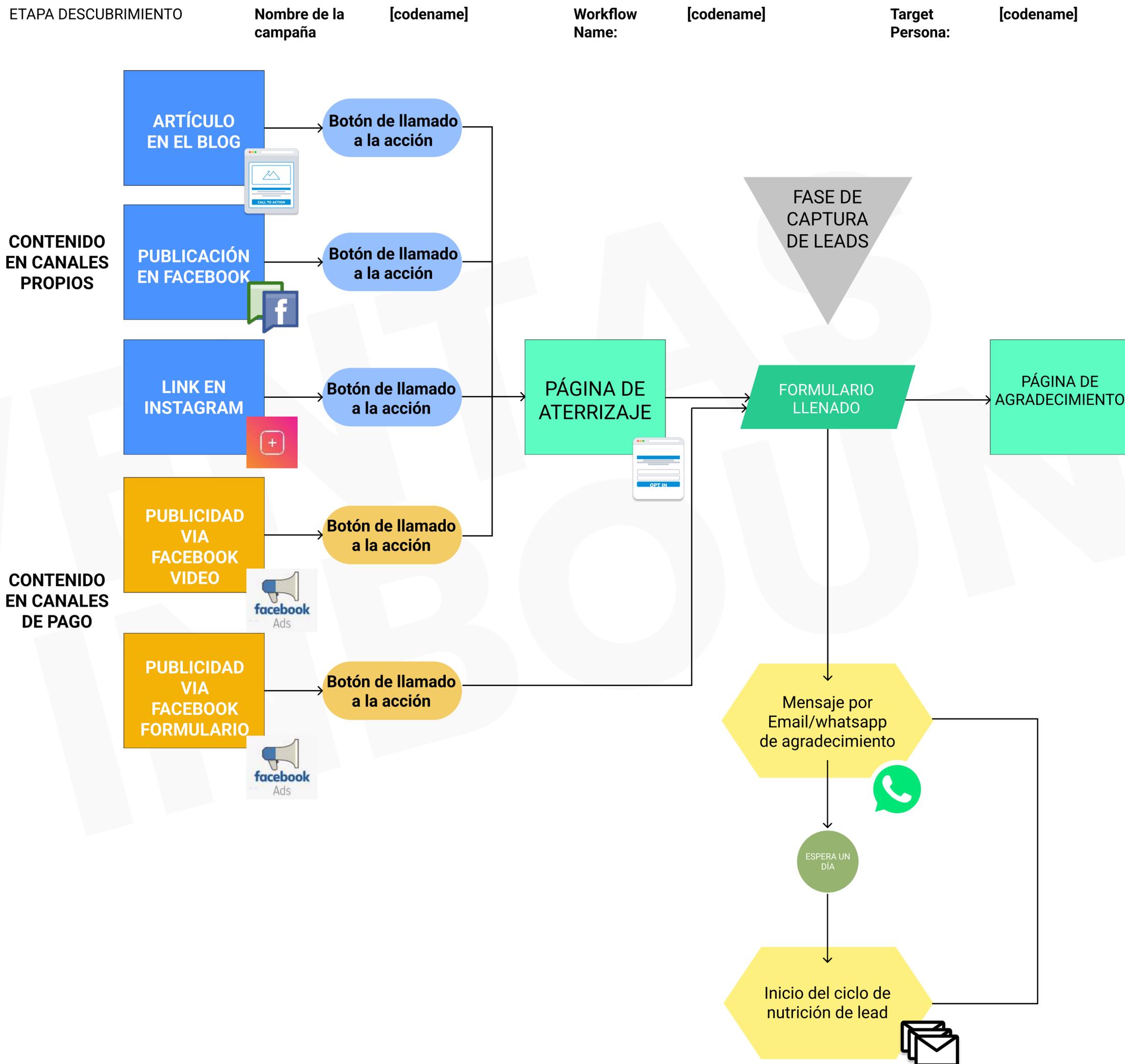
The logo for Bitly, featuring the word "bitly" in a lowercase, orange, cursive font.The logo for HubSpot CRM, with "HubSpot" in blue and orange, and "CRM" in blue below it.The logo for Facebook Ads, featuring a blue megaphone icon above the word "facebook" in blue and "Ads" in grey below it.

Hoy trabajaremos con

- 3 embudos
 - Embudo de adquisición de leads
 - Embudo de retención de leads
 - Embudo de monetización de leads
- 1 metodología de ventas
 - Ventas Inbound

Embudo de Adquisición

- Buyer personas
- Felipe marido demostrativo
 - Pablo colega proactivo
 - Ana estudiante de universidad



**CONTINUA EN LA
TRANSMISIÓN**

GRACIAS.

¿Con dudas?
¡Conversemos un poco!

Kennedy Monzon
Inbound Marketer

kennedy.monzon@gmail.com,
hola@arkeywave.com

+51 923 498 573