

GUÍA VISUAL: LEAD NURTURING CON IA

1. Mapa del embudo con puntos de automatización

Etapa del embudo	Objetivo	Automatización clave (IA + CRM)	Disparador típico
TOFU (Atracción)	Captar tráfico y registros	Chatbot predictivo + scoring automático	Visita a página clave o descarga gratuita
MOFU (Consideración)	Educar y segmentar leads	Email dinámico con IA (contenido según comportamiento)	Lead abre o interactúa con correos
BOFU (Conversión)	Cerrar ventas y priorizar leads calientes	Secuencia de nurturing personalizada + alerta de oportunidad	Lead supera umbral de score o pide demo
Postventa (Fidelización)	Retener y reactivar clientes	Automatización de upselling y feedback con IA	Compra completada o baja interacción

Cada transición de etapa debería tener un “gatillo inteligente” que actualice el lead scoring y adapte la comunicación automáticamente

2. Ejemplos de contenido dinámico por etapa

Etapa del embudo	Tipo de contenido	Ejemplo	IA recomendada
TOFU (Atracción)	Blog + Ads dinámicos	“Como elegir la mejor solución para...” adaptado al sector del visitante	GPT + Meta Ads AI
MOFU (Consideración)	Email con recomendación personalizada	Asunto: “María, esto es justo lo que estabas buscando...”	HubSpot Smart Content o Active Campaign Predictive Content
BOFU (Conversión)	Landing page adaptativa	Sección de beneficios que cambia según fuente del tráfico (Google vs LinkedIn)	Landbot o Mutiny
Postventa (Fidelización)	Mensajes de retención	“Tu próxima compra podría tener 10% off si completas tu perfil”	Klaviyo o Customer.io



3. Herramientas recomendadas

Con código (para equipos técnicos)

- OpenAI API/ ChatGPT - Generación de contenido dinámico y scoring semántico
- Zapier + Webhooks personalizados - Integrar comportamiento del usuario con CRM.
- Python + Airtable API → Automatizar segmentaciones y etiquetas según score.

Sin código (para marketers)

- HubSpot o ActiveCampaign → Flujos, scoring y contenido predictivo.
- Make (ex Integromat) → Conecta formularios, correos y CRM con IA.
- Mutiny / Ortto / Customer.io → Personalización web en tiempo real.
- Metricool + GA4 + ChatGPT → Analiza interacciones y genera insights automáticos.

4. Flujos sugeridos

B2B

Objetivo: madurar leads de alto valor antes de pasar al equipo comercial.

Flujo sugerido:

1. Descarga de recurso / Demo agendada.
2. → IA califica nivel de interés (scoring automático).
3. → Se envía email educativo + caso de éxito según sector.
4. → Si hace clic en “ver precios” → notificación al CRM (Sales).
5. → Si no interactúa → IA propone nuevo contenido (webinar o comparativa).

Duración promedio: 14–21 días

KPI: tasa de conversión a SQL, tiempo medio de maduración.

Ecommerce

Objetivo: aumentar el valor promedio del carrito y la recompra.

Flujo sugerido:

1. Lead nuevo (newsletter o abandono de carrito).
2. → IA predice categoría de interés.
3. → Envío automático con productos sugeridos + beneficio personalizado.
4. → Si compra → activar flujo de upselling o fidelización.
5. → Si no compra → recordatorio + oferta dinámica.

Duración promedio: 5–10 días

KPI: tasa de recompra, conversión de carritos recuperados.

