



CÓMO CONSTRUIR UN FUNNEL DE VENTAS PASO A PASO

DE DESCONOCIDO A CLIENTE FIEL:
GUÍA PARA CREAR UN FUNNEL QUE CONVIERTA



GENERALITAT
VALENCIANA

Ací.
ARA.

IVACEY*i*



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Valencia

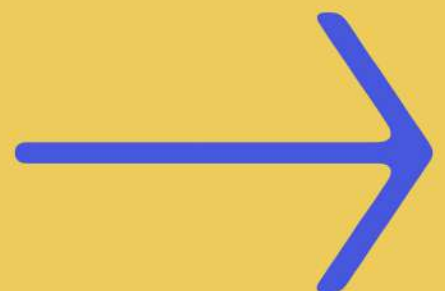


FASE 1

ATRACCIÓN

ATRAE A TU CLIENTE IDEAL.

- > Define tu propuesta de valor. Qué haces, para quién y por qué deberían elegirte.
- > Entiende dónde consume y busca información tu cliente ideal. Dónde se informa y cómo, a quién pregunta, qué información quiere conseguir.
- > Crea contenido estratégico. Crea contenido en los canales que usa, orientado a resolver dudas y mostrar soluciones.



FASE 2

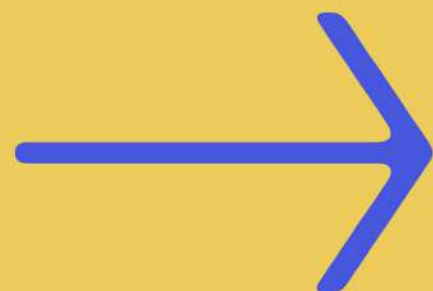


FASE 2

CAPTACIÓN

CONVIERTE VISITANTES EN CONTACTOS INTERESADOS.

- > **Diseña un lead magnet irresistible.**
Guía, checklist, mini-curso, plantilla, reto...
Debe resolver un problema concreto.
- > **Crea una landing clara y persuasiva.**
Una sola idea, pocos textos, beneficios visibles, formulario simple.
- > **Automatiza la entrega.**
Configura un email de bienvenida y la primera impresión será profesional y cuidada.



FASE 3



FASE 3

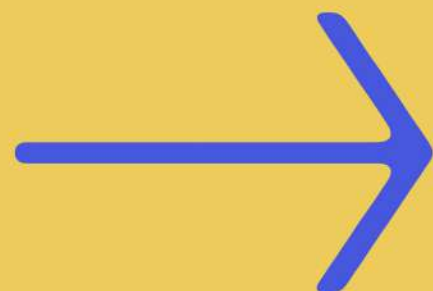
CONFIANZA

CONVIERTE EL INTERÉS INICIAL EN CONFIANZA.

> **Segmenta desde el inicio.**
No todos tus leads están en el mismo punto.

> **Envía secuencias de valor.**
Emails y contenido que enseña, inspira y acompaña hacia la decisión.

> **Combina formatos.**
Vídeos, casos reales, historias, mini consejos... Educa y conecta emocionalmente.



GENERALITAT
VALENCIANA

Aci.
ARA.

IVACE+i



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Valencia

FASE 4



FASE 4

CONVERSIÓN

MOMENTO DE TOMAR LA DECISIÓN.

- > **Presenta tu oferta con claridad.**
Beneficios, precio, cómo funciona, qué incluye.
- > **Usa elementos de prueba social.**
Testimonios, casos prácticos, resultados.
La validación externa reduce la incertidumbre.
- > **Minimiza objeciones.**
Garantías, preguntas frecuentes, proceso de compra simple.





FASE 5

FIDELIZACIÓN

UN CLIENTE SATISFECHO PUEDE CONVERTIRSE EN EMBAJADOR.

> Haz seguimiento.

Agradecimientos, soporte inicial, recursos extra.

> Ofrece valor continuo.

Programas de membresía, upsells, contenidos exclusivos, comunidad.

> Pide feedback real.

Mejora tu oferta con las opiniones de quienes ya confiaron en ti.