

Prompts Multi-turn (Conversacionales)

PROMT

Quiero que seas un experto en ventas digitales, diseño de embudos y en herramientas de inteligencia artificial tanto predictivas como de conexión.

Has trabajado por muchos años como vendedor digital de infoproductos y eres un experto en la conversión de leads en tu estrategia digital.

Yo deseo promocionar un programa de estudio de maestría en administración de empresas y negocios escalables. Somos una universidad en línea llamada Luigi Orione University.

Deseo obtener leads que predictivamente puedan llegar al cierre de la venta en todos los países de centroamérica.

Por favor diseña un embudo sencillo y práctico, altamente interactivo y combina las principales redes sociales, landing pages y whatsapp para lograr el cierre de la venta. Haz las integraciones a través de inteligencia artificial.

Recuerda que tú eres un experto, yo apenas estoy dando mis primeros pasos. Por favor haz todo el diseño y las explicaciones e integraciones de tal manera que yo las pueda comprender.

¡Excelente iniciativa! Como tu experto en ventas digitales, embudos y IA, te guiaré paso a paso en el diseño de un embudo sencillo, práctico y altamente efectivo para tu maestría en administración de empresas y negocios escalables en la Luigi Orione University. Nuestro objetivo es atraer leads de Centroamérica con alta probabilidad de conversión.

Estrategia General: El Camino del "Lead Caliente"

Nuestro embudo se basará en la **personalización y la interacción constante**. Usaremos la inteligencia artificial no solo para predecir, sino para conectar de manera significativa con cada potencial estudiante. Nos enfocaremos en nutrir el interés, resolver dudas y guiar al lead hacia la inscripción, todo de forma automatizada pero con un toque humano.

Diseño del Embudo: De la Curiosidad a la Inscripción

Este embudo lo dividiremos en cuatro etapas principales: **Atracción**, **Interacción**, **Nutrición y Cualificación**, y **Cierre**.

1. Etapa de Atracción: Despertando el Interés

Aquí es donde captamos la atención de nuestro público objetivo en Centroamérica.

- **Redes Sociales (Facebook e Instagram Ads):**
 - **Contenido:** Crearemos anuncios visualmente atractivos con mensajes que resalten los beneficios clave de la maestría: **escalabilidad, liderazgo, herramientas para negocios del futuro, flexibilidad de estudio online.**
 - **Público Objetivo:** Segmentaremos por ubicación (todos los países de Centroamérica), intereses (emprendimiento, negocios, finanzas, educación superior, desarrollo profesional), demografía (edad, nivel de estudios previos) y comportamientos (personas interesadas en formación online).
 - **"Hook" (Gancho):** En lugar de pedir una inscripción directa, ofreceremos algo de valor gratuito que resuelva un **"dolor"** o despierte una **"aspiración"** de nuestro público. Algunas ideas:
 - "Descarga nuestra guía gratuita: 'Los 5 Pilares para Escalar tu Negocio en Centroamérica'."
 - "Participa en nuestro webinar gratuito: 'Dominando la Transformación Digital en Negocios'."
 - "Accede a un mini-curso gratuito: 'Introducción a la Inteligencia Artificial para Emprendedores'."
 - **Llamada a la Acción (CTA):** Clara y concisa: "Descarga Aquí", "Regístrate Gratis", "Aprende Más".
 - **Integración con IA:** Usaremos la IA de las propias plataformas (Facebook/Instagram Ads) para optimizar la entrega de los anuncios al público con mayor probabilidad de hacer clic y, posteriormente, convertirse en lead.

2. Etapa de Interacción: Capturando el Lead

Una vez que el usuario hace clic en el anuncio, lo llevamos a una **Landing Page** (página de aterrizaje) diseñada para la conversión.

- **Landing Page (Página de Aterrizaje):**
 - **Diseño:** Limpia, profesional, con la marca de Luigi Orione University. Que el mensaje sea coherente con el anuncio de origen.
 - **Contenido:**
 - **Título Impactante:** Que refuerce el "gancho" del anuncio.
 - **Beneficios Clave:** Brevemente, ¿qué problema resuelve la maestría? ¿Qué oportunidades abre?
 - **Formulario de Captura:** Corto y al grano. Pide solo lo esencial: **Nombre, Apellido, Correo Electrónico, Número de Teléfono (con**

código de país). Puedes añadir un campo opcional "País de residencia" si no lo detectas automáticamente.

- **Generador de Confianza:** Logos de acreditaciones, testimonios cortos, o un contador de inscripciones (si aplica).
- **Call to Action (CTA):** "Obtén tu Guía Gratuita", "Accede al Webinar", "Descargar Ahora".
- **Integración con IA:**
 - **Chatbot Inteligente (en la Landing Page):** Implementaremos un chatbot conversacional (ej. ManyChat, Landbot, o un servicio de IA como Dialogflow integrado) que aparezca discretamente. Si el usuario no llena el formulario, el chatbot puede preguntar: "Hola, ¿tienes alguna pregunta sobre nuestra maestría o el recurso gratuito?" Si interactúa, puede calificarlo con preguntas sencillas (ej. "¿Estás interesado en iniciar tu maestría pronto?", "¿Qué tipo de negocio te gustaría escalar?"). Esto nos da información valiosa.
 - **Análisis Predictivo de Comportamiento:** Herramientas como Google Analytics 4 (GA4) y otras plataformas de análisis (ej. Hotjar para mapas de calor) nos ayudarán a entender cómo los usuarios interactúan con la landing page. La IA de estas herramientas puede predecir patrones de abandono o de alto interés.

3. Etapa de Nutrición y Cualificación: Convirtiendo el Interés en Compromiso

Una vez que tenemos los datos del lead, comenzamos un proceso de nutrición automatizado, pero personalizado.

- **Email Marketing Automatizado:**
 - **Secuencia de Bienvenida:**
 - **Email 1 (Inmediato):** Envía el recurso gratuito prometido (guía, acceso a webinar, etc.). Agradece su interés y menciona brevemente la Luigi Orione University.
 - **Email 2 (2-3 días después):** Enfócate en un beneficio clave de la maestría. Por ejemplo, "Cómo nuestra maestría te prepara para los negocios del futuro". Incluye un testimonio corto.
 - **Email 3 (4-5 días después):** Invita a una sesión informativa online o a una consulta personalizada con un asesor. "Agenda una llamada para resolver tus dudas".
 - **Email 4 (7-8 días después):** Resuelve objeciones comunes (costo, tiempo, proceso de admisión). Podría ser un FAQ o un video corto.
 - **Integración con IA:**
 - **Plataforma CRM con IA (ej. HubSpot, Salesforce Sales Cloud):** Todos los leads capturados se integran automáticamente en nuestro CRM. La IA del CRM nos ayudará a **puntuar a los leads (Lead Scoring)** basándose en su interacción:
 - **Comportamiento en la Landing Page:** ¿Cuánto tiempo estuvo? ¿Volvió a visitarla?

- **Interacción con Emails:** ¿Abrió los emails? ¿Hizo clic en los enlaces?
 - **Interacción con el Chatbot:** ¿Respondió preguntas calificadoras?
 - **Puntuación Predictiva:** La IA aprende qué comportamientos se correlacionan con leads que finalmente se inscriben, y asigna una puntuación más alta a los leads con esas características. Esto nos permite identificar los **"leads calientes"**.
 - **Personalización de Contenido:** La IA puede ayudar a seleccionar qué contenido mostrar en los correos basándose en las preferencias o el comportamiento previo del lead.
- **WhatsApp Marketing (Estratégico y con IA):**
 - **Momento Clave:** Solo contactaremos por WhatsApp a los **"leads calientes"** (aquellos con una alta puntuación de lead scoring por la IA) o a aquellos que expresamente lo soliciten en el formulario.
 - **Mensajes Personalizados y Automatizados (con apoyo de IA):**
 - **Primer Contacto (después de 1-2 días de ser "lead caliente"):** "Hola [Nombre], soy [Tu Nombre] de Luigi Orione University. Hemos notado tu interés en nuestra maestría. ¿Hay algo en lo que pueda ayudarte hoy o alguna duda que tengas?"
 - **Respuestas Inteligentes:** Aquí es donde brilla la IA. Usaremos un **Chatbot de WhatsApp avanzado (con IA conversacional)**. Si el lead pregunta sobre el plan de estudios, el bot puede dar la información relevante. Si pregunta sobre costos, puede enviar un enlace a la página de tarifas o indicar que un asesor se pondrá en contacto.
 - **Alertas para Asesores:** Si la IA detecta una pregunta compleja o una intención de inscripción, alertará automáticamente a un asesor humano para que tome el relevo y ofrezca una interacción más personalizada.
 - **Segmentación Avanzada:** La IA puede segmentar aún más a los leads dentro de WhatsApp para enviar mensajes más relevantes (ej. leads interesados en emprendimiento vs. leads interesados en gestión corporativa).

4. Etapa de Cierre: El Empujón Final

En esta etapa, nos enfocamos en facilitar la inscripción y resolver cualquier barrera final.

- **Asesor Personalizado (para Leads Calientes):**
 - Los leads con mayor puntuación (los que la IA nos ha dicho que tienen alta probabilidad de cerrar) serán contactados por un asesor humano.
 - El asesor ya tendrá toda la información de interacción del lead (gracias al CRM): qué anuncios vio, qué emails abrió, qué preguntas hizo al chatbot. Esto permite una conversación altamente informada y personalizada.
 - **Herramientas de IA para el Asesor:**

- **Análisis de Sentimiento:** Algunas herramientas de IA pueden analizar el texto de las conversaciones de chat/WhatsApp para detectar el sentimiento del lead (frustrado, entusiasmado, dudoso), permitiendo al asesor ajustar su enfoque.
- **Recomendaciones de Sigüientes Pasos:** La IA puede sugerir al asesor los próximos pasos más efectivos para cada lead, basándose en patrones de conversión anteriores.
- **Página de Inscripción Clara:**
 - Una vez que el lead está listo, es crucial que el proceso de inscripción sea lo más sencillo posible en la web de la universidad.

Integración de Herramientas (Ejemplos para Principiantes)

Para que sea sencillo de entender, te propongo un "stack" de herramientas que, aunque algunas requieren una inversión, son fundamentales para la IA y la automatización:

1. **Redes Sociales:**
 - **Facebook Business Manager:** Para crear y gestionar tus anuncios en Facebook e Instagram. Su IA interna ya es muy potente para la segmentación y optimización.
2. **Landing Pages:**
 - **Leadpages, Unbounce, o incluso WordPress con Elementor:** Plataformas sencillas para construir landing pages sin necesidad de código.
3. **CRM y Email Marketing:**
 - **ActiveCampaign o HubSpot (versión gratuita para empezar):** Son excelentes para automatización de emails, gestión de leads y tienen funcionalidades de lead scoring (la IA que puntúa a tus leads). Puedes conectar tu Landing Page directamente con ellos.
4. **WhatsApp Marketing (con IA):**
 - **API de WhatsApp Business (para soluciones más avanzadas) o plataformas como ManyChat (que tiene integración con WhatsApp y Facebook Messenger):** Te permiten automatizar respuestas y calificar leads. Para la IA conversacional, podrías explorar integraciones con Dialogflow de Google o ChatGPT a través de estas plataformas. Es un paso más avanzado, pero muy potente.
5. **Análisis Predictivo:**
 - **Google Analytics 4 (GA4):** Fundamental para entender el comportamiento en tu web y landing page. GA4 utiliza IA para ofrecer insights predictivos sobre tus usuarios.

Flujo Sencillo del Embudos con IA en Acción

1. **Anuncio en Facebook/Instagram:** "Descarga nuestra guía gratuita: 'Los 5 Pilares para Escalar tu Negocio en Centroamérica'."
2. **Clic en Anuncio > Landing Page:** Usuario llega a la página, ve el formulario.
3. **IA de Chatbot en Landing Page:** Si no llena el formulario inmediatamente, el chatbot salta: "¿Necesitas ayuda con la guía o la maestría?"
4. **Captura de Datos:** Usuario llena formulario.
5. **Integración Automática > CRM (ActiveCampaign/HubSpot):** Los datos del lead entran directamente al CRM.
6. **Automatización de Email (CRM):**
 - o Email 1: Envía la guía.
 - o Email 2: Presenta un beneficio clave de la maestría.
 - o Email 3: Invita a sesión informativa.
7. **IA de Lead Scoring (CRM):** La IA en el CRM monitorea la apertura de emails, clics, visitas a la web y le asigna una puntuación al lead.
8. **Condición de "Lead Caliente" (CRM):** Si la puntuación del lead supera un umbral (ej. abrió todos los emails, visitó la página de la maestría varias veces), el CRM lo marca como "Lead Caliente".
9. **Activación de WhatsApp Automatizado (si es "Lead Caliente"):**
 - o El sistema envía un mensaje automático vía WhatsApp Business API/ManyChat: "Hola [Nombre], soy [Tu Nombre] de Luigi Orione University. Hemos notado tu interés en nuestra maestría. ¿Tienes alguna pregunta?"
 - o **Chatbot de WhatsApp (con IA):** Responde preguntas frecuentes. Si la pregunta es compleja o muestra alta intención de compra, el chatbot activa una alerta para un asesor humano.
10. **Asesor Humano y Cierre:** El asesor recibe la alerta, revisa todo el historial del lead en el CRM (gracias a la IA que lo consolidó) y se comunica personalmente para resolver las últimas dudas y guiar el proceso de inscripción.

Consejos Clave para tus Primeros Pasos

- **Empieza Sencillo:** No intentes implementar todo a la vez. Comienza con Facebook Ads, una buena landing page y una secuencia de emails automatizados. A medida que te sientas cómodo, integra WhatsApp y las funcionalidades más avanzadas de IA.
- **Mide Todo:** Utiliza Google Analytics 4 y los reportes de tu CRM y plataformas de anuncios. Entender los números te dirá qué funciona y qué no.
- **Prueba y Optimiza:** El marketing digital es un proceso de mejora continua. Prueba diferentes mensajes en tus anuncios, variaciones en tu landing page, y ajusta tus secuencias de emails. La IA te ayudará a encontrar los patrones, pero tu análisis humano es crucial.
- **El Contenido es Rey:** Asegúrate de que tus materiales (guías, webinars, textos de anuncios) sean de alta calidad y resuelvan problemas reales de tu audiencia.

- **Humaniza la Experiencia:** Aunque automatices mucho con IA, el toque humano al final del embudo (la llamada con el asesor) es lo que a menudo cierra la venta en productos de alto valor como una maestría. La IA te ayuda a encontrar a las personas correctas para esa interacción.

¡Estoy aquí para guiarte en cada paso de este emocionante viaje! ¡Vamos a llevar a la Luigi Oriene University a la cima!

EMBUDO DE EMBUDA EN DIGITAL

