

Influensell: Una Solución Para Ayudar A Expertos A Vender Su Conocimiento Por Internet

Johan Marín Valencia

Universidad ICESI
Maestría En Estrategia Digital De Negocios
Tutores: Ana Lucía Alzate Alvarado, Jhon Jairo Cuadros González, Juan Guillermo Sánchez

Cali, Colombia
2023 -1

CONTENIDO

Resumen	3
De VentAI A Influensell	4
Planteamiento Del Problema o Necesidad	5
Problem Statement Definido:	7
Propuesta De Valor	8
Definición Del Público	9
Los Demás Elementos Del Canvas	10
Canales de Distribución	10
Relaciones con Clientes	10
Recursos clave	10
Actividades Clave	11
Socios Clave	11
Estructura de Costos	11
Identificación De La Competencia Principal Y Los Factores Diferenciadores	13
Tabla 1. Comparativa de competencia y diferenciador de Influensell	13
Presentación Del Modelo De Generación De Ingresos	15
Muestra Del Producto Mínimo Viable De Baja Resolución	16
Presentación De Las Hipótesis Críticas	18
Diseño Y Evidencias Del Proceso De Experimentación	19
Experimento 1 - Entrevista A Cliente	19
Experimento 2 - Entrevista A Partners	20
Experimento 3 - Mush Up	20
Experimento 4 - Mush Up	21
Observaciones, Aprendizajes Y Acciones Tomadas Respecto Al Proyecto	23
Reflexiones Sobre Hallazgos	27
Propuesta De Valor, El Segmento De Clientes Y Las Características Del PMV	31
Definir Un Roadmap Del Negocio. ¿Cuáles Pasos Se Deben Seguir Para Que El Proyecto Se Implemente?	33
Logros Obtenidos	35
Aprendizajes Del Proceso	36
Conclusiones	37
Referencias	38

Resumen

Este trabajo de grado presenta la propuesta de Influensell, un servicio de sistematización de venta para expertos de diversos campos del conocimiento. A través de la metodología de doble diamante se ha encontrado esta solución apoyada de entrevistas y recopilación de información del público objetivo, donde se identificaron desafíos y necesidades. Tomando como base diversos hallazgos, se ha desarrollado Influensell como una solución que permite a los expertos vender su conocimiento, mediante un proceso de estrategia, atracción, conciencia y conversión, donde se destaca el apoyo de tecnologías de seguimiento de interacciones de los usuarios para hacer un remarketing oportuno y maximizar los resultados del negocio. Con un enfoque en la optimización de webinars y el remarketing por whatsapp, Influensell se presenta como una herramienta clave en la transformación digital de los negocios de los expertos.

PALABRAS CLAVE: automatización, marketing, expertos, webinars, transformación digital.

Abstract

This thesis presents the proposal of Influensell, a sales systematization service for experts in various fields of knowledge. Through the double diamond methodology, this solution has been found, supported by interviews and gathering information from the target audience, where challenges and needs were identified. Based on various findings, Influensell has been developed as a solution that allows experts to sell their knowledge through a process of strategy, attraction, awareness, and conversion, highlighting the support of user interaction tracking technologies to perform timely remarketing and maximize business results. With a focus on webinar optimization and WhatsApp remarketing, Influensell emerges as a key tool in the digital transformation of expert businesses.

KEYWORDS: automation, marketing, experts, webinars, digital transformation

De VentAI A Influensell

El presente trabajo de grado surge a partir de una idea inicial centrada en la automatización de webinars personalizados como una solución para expertos en el ámbito de las ventas digitales apoyados de la inteligencia Artificial. Sin embargo, a medida que se avanzaba en la investigación y a través de valiosas conversaciones y asesorías, se tomó la decisión de redirigir el enfoque hacia una perspectiva más integral y enfocada en ayudar a los expertos a aumentar la tasa de conversión de sus ventas mediante un proceso de venta digital. En este sentido, se adoptó el concepto de Influensell como base para desarrollar esta propuesta de solución.

El cambio de enfoque se fundamenta en la necesidad de brindar una solución integral a los expertos que buscan maximizar sus resultados en las ventas digitales. La automatización de webinars personalizados para las audiencias de los expertos podría catalogarse como solo una pieza del rompecabezas, y que existe un conjunto de elementos interrelacionados que influyen en el éxito de las estrategias de venta en línea. A través de las investigaciones y consultas previas a la experimentación de las hipótesis iniciales, se identificó la importancia de abordar la atracción de públicos de interés de los expertos, la generación de conciencia, la conversión y el remarketing por WhatsApp como componentes esenciales para lograr resultados sólidos.

Esta solución planteada por Influensell no solo se centra en la automatización de webinars, sino que abarca todo el proceso de venta digital, brindando a los expertos una herramienta poderosa para llegar a más clientes potenciales de manera personalizada y aumentar su tasa de conversión.

Planteamiento Del Problema o Necesidad

Gustavo es un coach de oratoria y ha creado un producto digital para la venta online, por lo que se ha convertido en un infoproductor.

Sin embargo, Gustavo ha visto que a veces es complejo atender de manera personalizada a cada persona, ya que internet le ha permitido tener más alcance, y él no cuenta con la suficiente cantidad de personas que le ayuden a asesorar a las personas para que compren su producto digital.

El mercado de la educación en línea ha experimentado un crecimiento sin precedentes en los últimos años. Con la pandemia mundial de COVID-19, la demanda de cursos en línea y venta de conocimiento ha aumentado aún más, lo que ha llevado a una creciente necesidad de plataformas o educación no formal que puedan brindar una experiencia educativa de calidad a través de internet. (Instituto de Innovación by ESIC, 2022)

Esta creciente comercialización de conocimiento, se fundamenta en estrategias de marketing conocidas como venta directa, lanzamientos o webinars. (Universidad Pontificia Comillas, 2021)

Sin embargo, estas estrategias, cuyo principal objetivo es lograr alcanzar la mayor cantidad de personas que se interesen por el producto digital, han hecho que se pierda personalización, por lo que convertir a ventas se hace cada vez más complejo. Y según el estudio de McKinsey & Company “El punto de inflexión digital B2B: Cómo han cambiado las ventas durante COVID-19”, menciona que la personalización sigue siendo importante en el proceso de compra, ya que el 70% de los compradores B2B dicen que es muy importante que los proveedores personalicen su experiencia de compra. (Gavin et al., 2020)

Muchas de las estrategias de comercialización existentes tienen problemas de despersonalización. Por lo tanto, existe una necesidad real de una plataforma que facilite la experiencia de venta a los expertos para que no pierdan alcance y personalización de la experiencia de venta, sin que implique esto más personas en la operación. (Londoño, 2022)

Gustavo no se quiere perder de las bondades de la tendencia de la economía creativa, ya que es una industria que mueve alrededor de 104.2 mil millones de dólares según datos de la plataforma Linktree, y además tiene el conocimiento que el 3.4% del PIB mundial proviene de las industrias creativas y él quiere tomar parte en ella (Hotmart, 2022).

Gustavo sabe que está en buen momento para comercializar su conocimiento y sabe que con su proyecto puede generar unos buenos miles de dólares, siempre y cuando se cuente con las herramientas necesarias para optimizar su proceso de venta.

Además, cabe resaltar que para el año 2023 hay cifras interesantes que define la magnitud de las personas que podrían ser impactadas con un servicio que les ayude a vender más sus conocimientos.

Se estima que hay 200 millones de creadores, personas que usan su influencia, creatividad o habilidades para agregar valor y monetizar su audiencia. Cifras tomadas del reporte Linktree (*2022 Creator Report by Linktree, 2022*)

Según este estudio, clasifican a los creadores de contenido como:

- Recreacional (Hasta 1000 seguidores): 23 millones
- Semi-pro (Entre 1.000 y 10.0000 seguidores): 139 millones
- Pro (Entre 10.000 y 100.000 seguidores): 41 millones
- Expert (Entre 100.000 y 1 millón de seguidores): 2 millones
- Expert (Más de 1 millón de seguidores): 2 millones

Sobre el tiempo que dedican a la creación de contenidos:

- El 66% se consideran creadores a tiempo parcial
- El 43% dedica menos de 5 horas a la semana
- El 36% lleva como máximo un año dedicados a la creación

El tiempo dedicado y los ingresos obtenidos no siempre guardan relación:

- El 53% de los que ingresan menos de 100 dólares al año dedican menos de 5 horas a la semana a la creación de contenidos
- El 32% de los que ingresan entre 100 y 10.000 dólares al año dedican más de 10 horas a la semana
- El 52% de los creadores con ingresos entre 50.000 y 100.000 dólares al año dedican menos de 10 horas a la semana
- El 48% de los creadores que ingresan entre 100.000 y 500.000 dólares al año pasan más de 10 horas semanales creando contenidos

Los inicios como creador son complicados:

- El 59% todavía no monetiza su contenido
- El 35% lo monetiza algo, pero no le da para vivir de ello
- El 6% de los “beginners” ingresa más de 10.000 dólares al año

Otros datos interesantes:

- Solo el 12% de los creadores a tiempo completo ingresa más de 50.000 dólares al año
- Solo el 3% de los creadores a tiempo parcial tiene ingresos por encima de los 50.000 dólares al año
- El 46% de los creadores a tiempo completo gana menos de 1.000 dólares al año
- El 68% de los creadores a tiempo parcial gana menos de 1.000 dólares al año

Dadas estas cifras se refleja que hay una necesidad en los creadores y es que tengan estrategias claras para monetizar su contenido y que la inversión de tiempo no sea algo que frustre su objetivo de agregar valor por no percibir retribución económica alguna. Un estudio realizado por converkit reflejaba que conforme aumentaba el nivel de ingresos por generar contenido, más aumentaba su percepción de felicidad, por lo que ayudar a los expertos en su proceso de venta puede ser bien valorado y se proyecta como una oportunidad de monetización para Influensell (*2022 Creator Report by Linktree, 2022*)

Problem Statement Definido:

Expertos, coaches, profesores y artistas enfrentan una dificultad para vender sus conocimientos en línea de manera masiva, personalizada y adaptada a las necesidades y preferencias de cada prospecto.

A los expertos les resulta complejo vender sus productos digitales uno a uno de manera masiva, y el desconocimiento de las estrategias de venta digital no son efectivas por no contar con las herramientas y equipo necesario.

Por lo que se busca plantear una propuesta de solución, mediante la creación de un servicio integral que ayude al experto a convertir más ventas de sus productos digitales.

El Problem Statement definido sería:

“Cómo podemos ayudar a los expertos a tener un sistema de venta digital con el que puedan vender todos los días a más de una persona al tiempo y de forma que se sienta personalizado”

Propuesta De Valor

Influensell es un servicio que ofrece una solución para expertos, coaches, terapeutas, profesores y artistas que buscan aumentar su tasa de conversión de los programas que venden de manera digital y llegar a más clientes potenciales de manera personalizada, apoyados en las bondades de la tecnología.

La propuesta de valor de Influensell se basa en cuatro elementos clave: estrategia, atracción, conciencia y conversión.

Estrategia:

Influensell ayuda los expertos que desean vender sus productos digitales a plantear la estrategia que se llevará a cabo para la atracción y conversión de las ventas. En esta etapa se plantea la estrategia más efectiva que lleve a la conversión. Aquí se define cómo se atraerá al público, qué herramientas se usarán para atraer y qué estrategia de generación de conciencia se debe plantear.

Atracción:

En segundo lugar, Influensell se enfoca en ayudar al experto a atraer sus públicos objetivos de manera efectiva mediante la creación de contenido en redes sociales, ya sea orgánico o pago y esto fundamentado en la estrategia de *lead magnets* para la captación de público.

Conciencia:

En tercer lugar, el servicio prestado por Influensell ayuda a los expertos en una etapa de generación de conciencia de sus públicos mediante la estructuración de un webinar semi personalizado que hace sentir al público objetivo del experto cercano y como si solamente se les estuviera hablando a ellos directamente.

Conversión:

En cuarto lugar, Influensell se enfoca en la conversión. El servicio de influensell ayuda a los expertos a que aumenten la conversión mediante el seguimiento de los clientes potenciales por mensajes de remarketing en WhatsApp.

Ahora bien, la propuesta de valor de Influensell de forma resumida es potenciar las ventas de los expertos mediante sistemas de ventas automatizados.

Definición Del Público

Influensell está dirigido a expertos, coach, terapeutas, creadores de contenido, artistas y docentes que venden sus servicios en internet para ayudar a sus públicos objetivos y que ya han generado ventas en internet.

Estos expertos son personas ocupadas que constantemente se están formando para crear contenidos y están en función de aprender y enseñar lo que conocen.

En cuanto a su perfil, se encuentran en un estrato medio y alto, están principalmente ubicados en ciudades grandes y medianas, con acceso a internet. Como personas interesadas en aprender y mejorar sus habilidades, utilizan herramientas tecnológicas y tienen conocimiento en manejo de redes sociales, pero no son expertos en funcionalidades avanzadas.

Las necesidades de este segmento de clientes son diversas, pero tienen en común la necesidad de herramientas eficaces para mejorar sus ventas y aumentar sus ingresos. Sin embargo, muchos de ellos no tienen tiempo o capacidad para crear un gran equipo y se apoyan de servicios de freelance para sacar adelante su proyecto.

Los principales dolores de este segmento de clientes son:

- a. Dificultades para llegar a su público objetivo de manera efectiva y personalizada.
- b. Falta de tiempo para crear y producir contenido de alta calidad de manera constante.
- c. Baja tasa de conversión y ventas en sus esfuerzos de marketing y ventas
Escasa automatización en sus procesos de venta y marketing.
- d. Poca capacidad para medir y analizar el desempeño de sus esfuerzos de marketing y ventas.

Los factores clave de compra para este segmento de clientes son:

- a. **La efectividad:** Buscan soluciones que les ayude a mejorar su tasa de conversión y llegar a sus clientes potenciales.
- b. **Personalización:** Valorarán una solución que les permita ofrecer una experiencia más personalizada a sus clientes.
- c. **Experiencia:** Buscan soluciones que ya hayan sido probadas y con resultados
- d. **Retorno de inversión:** Evalúan el costo y beneficio de la solución en términos de su capacidad para generar un mayor retorno de inversión en sus programas digitales.

Los Demás Elementos Del Canvas

Canales de Distribución

Plataforma En Línea De Influensell

Donde los clientes acceden e interactúan con un el equipo de influensell, ponen la información pertinente de su negocio para el montaje de la estrategia de comercialización y las métricas de desempeño

Redes Sociales

Utilizados para la generación de conciencia y atracción de clientes potenciales.

Eventos En Línea

Para mostrar la propuesta de valor y brindar contenido relevante.

Relaciones con Clientes

Atención personalizada

Consultoría estratégica para adaptar las soluciones a las necesidades de cada cliente.

Comunicación Por Plataforma

Comunicación a través de la plataforma en línea.

Canales de Soporte

Soporte técnico para resolver cualquier problema o consulta.

Recursos clave

Plataforma en línea de Influensell

Permite a los clientes acceder a los datos generados de su estrategia y donde se genera una comunicación con el equipo.

Equipo de Desarrollo Tecnológico

Equipo que facilita una plataforma intuitiva para que por medio de esta se permita el montaje de las estrategias de automatización del sistema de venta mediante los funnels y mensajes de remarketing.

Equipo de Marketing

Equipo que está en la búsqueda de estrategias comerciales de atracción del cliente potencial.

Equipo estratégico

Equipo que le brinda asesoría y guía al cliente potencial para sacar adelante la estrategia de conversión.

Actividades Clave

Desarrollo y mantenimiento de la plataforma

Optimización continua de la plataforma, analizar y proponer nuevas funcionalidades para mejorar la experiencia del usuario.

Creación de estrategias de marketing y generación de conciencia

Investigación exhaustiva y el diseño de estrategias de marketing efectivas para promover sus servicios.

Personalización de la experiencia del cliente

Brindar un servicio personalizado a sus clientes para lograr la personalización del cliente final a quien quiere llegar el experto. Esto implica la comprensión de las necesidades individuales de cada cliente, la adaptación de las estrategias y herramientas a sus objetivos específicos y el seguimiento cercano de su progreso y resultados.

Investigación y desarrollo de nuevas funcionalidades

Desarrollo de nuevas funcionalidades de la plataforma que permitan la optimización de la experiencia del cliente. Además de la creación de nuevas estrategias de marketing para el montaje de webinar que aumenten la conversión.

Socios Clave

Proveedores de tecnología

Proveedores de tecnología para asegurar el buen funcionamiento de su plataforma en línea y para incorporar herramientas y funcionalidades actualizadas.

Alianzas estratégicas

Agencias de marketing digital, expertos en generación de contenido, prestadores de servicio de diseño gráfico, expertos en tráfico publicitario.

Estructura de Costos

Desarrollo y mantenimiento de la plataforma

Costos asociados al desarrollo de software, la contratación de desarrolladores y personal técnico, así como los gastos de servidores, alojamiento web y seguridad informática.

Gastos de marketing y publicidad

Recursos a estrategias de marketing y promoción para generar conciencia sobre sus servicios y atraer a clientes potenciales. Costo de publicidad en redes sociales, campañas de correo electrónico, estrategias de contenido y otras tácticas de marketing digital.

Servicios y herramientas externas

servicios y herramientas externas para complementar las operaciones. Estos pueden ser herramientas de chatbot, servicios de alojamiento y respaldo de datos, software de gestión empresarial, herramientas de análisis y seguimiento.

Costos operativos y de personal

Equipo de profesionales cualificados para llevar a cabo las actividades clave, como el desarrollo tecnológico, el marketing, la atención al cliente y la gestión operativa.

Identificación De La Competencia Principal Y Los Factores Diferenciadores

Influensell tiene competencia que definimos como de primer grado y de segundo grado.

La competencia de primer grado es aquella competencia directa, donde enmarcamos a las agencias de marketing digital, los consultores de ventas digitales para marcas y plataformas de venta en línea donde los expertos ponen su contenido y la plataforma se encarga de vender.

Por otro lado, tenemos la competencia de segundo grado, que es la competencia de herramientas que pueden facilitar la creación de sistemas de ventas automatizados como Hubspot, Clickfunnels, webinarjam, everwebinar y Vturb.

A continuación se expondrá una tabla que da más detalle:

Tabla 1. *Comparativa de competencia y diferenciador de Influensell*

Competencia	¿Qué Hace?	Diferenciador Influensell
Agencias de marketing	Empresas que brindan de marketing digital en general, que pueden ofrecer estrategias de conversión y generación de leads	Enfoque en soluciones integrales y estrategias tecnológicas apuntando a la personalización de la experiencia para el usuario final.
Consultores de venta digitales	Profesionales independientes o empresas que ofrecen asesoramiento y estrategias de ventas en línea, que pueden ser atractivos para expertos que buscan mejorar su tasa de conversión.	Apoya al experto según una ruta estratégica y apoyada de la tecnología.
Plataformas de aprendizaje en línea	Empresas que ofrecen plataformas de aprendizaje y capacitación en línea, donde los expertos pueden promocionar y vender sus programas digitales. Aunque no se centren en la parte de marketing y estrategias de conversión	El experto tiene conocimiento del servicio que se presta y de las métricas que se obtienen de sus acciones de marketing
Hubspot	Ofrece una plataforma integral de marketing, ventas y servicio al cliente que ayuda a las empresas a	Enfoque específico en expertos y creadores de contenido con marcas personales, y el servicio es

	aumentar sus conversiones y generar clientes potenciales.	operado por un externo y no por el experto mismo
Clickfunnels	Proporciona una plataforma para la creación y optimización de embudos de ventas en línea, con el objetivo de maximizar la conversión de prospectos en clientes.	Estrategias de atracción, conciencia y personalización para una mayor conversión.
Webinarjam	Plataforma que permite crear y transmitir webinars, así como hacer algunas automatizaciones de recordatorio a los usuarios.	Manejo de toda la estrategia para que el webinar tenga alto nivel de retención y conversión

El principal diferencial estratégico de Influensell es su enfoque integral en la combinación de herramientas tecnológicas y de marketing para maximizar la conversión de sus clientes. Esta solución no solo se centra en aspectos específicos como el marketing digital o la optimización de conversiones, sino que ofrece una solución completa que abarca desde la planificación estratégica hasta la implementación y seguimiento de resultados.

Además, se destaca por su enfoque en la personalización de la experiencia del cliente final a través de estrategias de generación de conciencia desde la etapa de atracción con *lead magnets* y la creación de webinars semi personalizados, Influensell busca establecer una conexión cercana con el público objetivo de sus clientes, lo que crea una experiencia más relevante y efectiva para los posibles compradores.

Estos factores hacen que el público objetivo elija este servicio, ya que ofrece una combinación única de tecnología, marketing y personalización para ayudar a los expertos y profesionales a alcanzar sus objetivos de ventas digitales.

Presentación Del Modelo De Generación De Ingresos

Servicio De Montaje Y Ejecución Tecnológica (Base)

Influensell ofrecería inicialmente el servicio de consultoría personalizada a su cliente objetivo para plantearle el montaje de la estrategia adaptado a sus necesidades específicas. En esta fase con el servicio de Influensell se incluye la adaptación tecnológica de la automatización. Montaje de tecnología de atracción y generación de conciencia mediante webinar y automatización de mensajes por WhatsApp para el remarketing según la interacción de la persona.

Pago Por Servicios Complementarios (Upsell)

Servicios adicionales y complementarios a la solución principal, los cuales estarían disponibles para aquellos clientes que deseen contar con servicios específicos como generación de tráfico, diseño, cierre de ventas, grabación y edición del webinar, entre otras necesidades relacionadas.

Comisiones Por Ventas Generadas

Influensell podría establecer acuerdos de comisión con sus clientes, donde recibirían un porcentaje de las ventas generadas a través de las estrategias y herramientas proporcionadas por la solución. Esto implicaría una asociación más estrecha y basada en resultados.

Muestra Del Producto Mínimo Viable De Baja Resolución

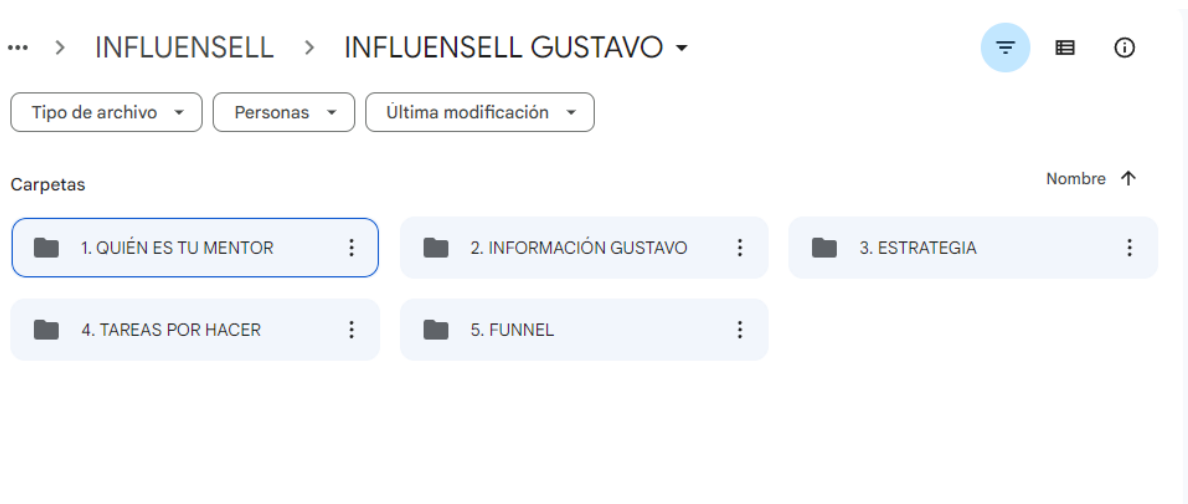
El producto mínimo viable para Influensell se montó en la plataforma de Drive como se puede ver en la Figura 1, ya que se prestaba para cumplir con las funcionalidades correspondientes para ejecutar los testeos.

En esta plataforma se crearon diferentes carpetas contenedoras que sirven para la interacción entre el cliente potencial de Influesell.

Cada carpeta lleva un orden en que el experto debe interactuar para depositar y conocer información relevante sobre la estrategia que se está montando para la automatización de las ventas.

Figura 1

MVP Influensell para cliente Gustavo



Cada carpeta tiene una intención para la interacción con el usuario

1. Quién es tu mentor

Es una carpeta que da información de quien es el mentor que acompañará el proceso de montaje de la estrategia digital automatizada. Con el fin de que el experto esté en contexto de quién lo guiará.

2. Información Gustavo

En este contenedor el experto deberá responder una serie de preguntas estándares que le ayudarán al experto a entender las bases de su producto o servicio y con las que empezará a montar la estrategia de venta digital masiva y personalizada

3. Estrategia

En este contenedor el mentor pone información de interés de cómo se ejecutará la estrategia para que el experto tenga pleno conocimiento de lo que se llevará a cabo. Se especifican los entregables y los avances de cada etapa de la estrategia.

4. Tareas por hacer

En esta carpeta el experto encontrará las tareas que debe cumplir para avanzar en la estrategia. También conocerá las estrategias que ejecutará el equipo Influensell.

5. Funnel

En este contenedor el experto verá de forma tangible cómo se está haciendo el montaje de la estrategia digital. Allí podrá ver los funnels que se están montando y podrá dejar comentarios al respecto.

Adjunto el link de acceso al MVP para que puedas detallar lo que cada contenedor contiene y con la información que interactúa el experto.

ACCEDER AL MVP DE INFLUENSELL

Presentación De Las Hipótesis Críticas

Hipótesis 1

Los creadores de cursos o prestadores de servicios de forma online valoran que un experto les acompañe en su proceso de montaje de automatización de ventas con webinars

Esta hipótesis se basa en la suposición de que los creadores de cursos o prestadores de servicios en línea ven como beneficioso contar con el acompañamiento de un experto en la automatización de sus ventas a través de webinars. Es relevante validar esta hipótesis para entender si existe una demanda real por parte de este segmento y si están dispuestos a invertir en servicios especializados para optimizar sus resultados.

Estas hipótesis críticas son fundamentales para guiar el proceso de experimentación y validar las suposiciones clave sobre las que se sustenta el servicio de Influensell. Al respaldar o refutar estas hipótesis, se obtendrá información valiosa que permitirá tomar decisiones informadas y realizar ajustes en la estrategia y en el modelo de negocio, en caso de ser necesario

Hipótesis 2

Los recursos tecnológicos necesarios para el cumplimiento de la promesa de valor de Influensell están disponibles y accesibles.

La operación de esta propuesta depende en gran medida de recursos tecnológicos para implementar sus estrategias de venta digital. Es importante validar si los recursos necesarios, como plataformas de automatización, herramientas de análisis de datos, sistemas de seguimiento y comunicación, están disponibles y son accesibles para Influensell. La validación de esta hipótesis garantiza que el servicio pueda operar de manera eficiente y efectiva.

Hipótesis 3

El método propuesto de estrategia, atracción, conciencia y conversión genera ventas para los expertos.

Esta hipótesis es fundamental para evaluar si los expertos perciben la propuesta de valor de Influensell como beneficiosa y relevante para sus necesidades. Si los expertos encuentran valor en los elementos clave de la propuesta (estrategia, atracción, conciencia y conversión), verán que el trabajo con influensell les ayudará a convertir a ventas.

Hipótesis 4

El modelo de ingresos basado en comisión por venta genera los ingresos necesarios para mantener la operación de Influensell.

Esta hipótesis es esencial para evaluar la viabilidad financiera de Influensell. Si los costos operativos del servicio pueden ser cubiertos por los ingresos generados, esto indica que el modelo de negocio puede ser sostenible y rentable a largo plazo. Es importante probar y validar esta hipótesis para asegurar la viabilidad económica de la propuesta.

Diseño Y Evidencias Del Proceso De Experimentación

Presentación Y Justificación De Los 3 Experimentos

Experimento 1 - Entrevista A Cliente

We Believe That. Los creadores de cursos o prestadores de servicios de forma online valoran que un experto les acompañe en su proceso de montaje de automatización de ventas con webinars.

To verify that, we will. Entrevista a 5 expertos que tienen proyectos digitales

And measure. Nivel de deseabilidad de acompañamiento en estrategia

We are right if. 4 de 5 desearían comenzar un proceso de acompañamiento inmediato.

¿Cómo Se Ejecutó La Hipótesis 1?

El experimento para validar la hipótesis 1, se llevó a cabo utilizando la metodología de entrevista a cliente. Se realizaron entrevistas a 5 expertos con proyectos digitales con el objetivo de obtener información valiosa sobre sus percepciones y necesidades con relación a la asesoría de un experto en el proceso de automatización de ventas con webinars.

A continuación se presenta el listado de preguntas utilizadas en estas entrevistas:

- ¿Qué desafíos has enfrentado al intentar automatizar tus ventas?
- ¿Has considerado la posibilidad de recibir asesoría de un experto en el montaje de la automatización de ventas con webinars?
- ¿Qué beneficios crees que podría ofrecerte la asesoría de un experto en este proceso?
- ¿Qué aspectos específicos te gustaría abordar o aprender durante la asesoría de un experto en automatización de ventas con webinars?
- ¿Cuál es tu percepción sobre el valor que un experto podría aportar en términos de aumentar la eficacia y la conversión de tus webinars de venta?
- ¿Qué características o habilidades consideras importantes en un experto que te acompañe en el montaje de la automatización de ventas con webinars?
- ¿Qué nivel de interés tendrías en recibir asesoría de un experto en automatización de ventas con webinars?
- ¿Qué tipo de resultados esperarías obtener de esta asesoría en términos de mejoras en tus estrategias de venta?
- En una escala del 1 al 10, donde 1 significa "nada deseoso" y 10 significa "muy deseoso", ¿qué tan interesado estarías en recibir la asesoría de un experto en automatización de ventas con webinars para mejorar tus estrategias de venta?

Durante las entrevistas, se realizaron análisis cualitativos para identificar patrones y tendencias en las percepciones y necesidades manifestadas. Estos resultados fueron fundamentales para respaldar la hipótesis de que los creadores de cursos o prestadores de servicios en línea valoran la asesoría de un experto en el proceso de montaje de la automatización de ventas con webinars.

Experimento 2 - Entrevista A Partners

We Believe That. Los recursos tecnológicos necesarios para el cumplimiento de la promesa de valor de Influensell están disponibles y accesibles.

To verify that, we will. Entrevista a 5 expertos en el área de tecnología y programación

And measure. Tendencias de recomendaciones de estos expertos en las herramientas y estimado en dólares sobre el uso de ellas para la operación

We are right if. Coinciden en un costo factible de ejecución

¿Cómo Se Ejecutó La Hipótesis 2?

El experimento de la hipótesis 2, que busca validar que los recursos tecnológicos necesarios para el cumplimiento de la promesa de valor de Influensell están disponibles y accesibles, se llevó a cabo mediante entrevistas a partners especializados en programación y tecnología.

En las entrevistas, se buscó recopilar información valiosa sobre los recursos tecnológicos necesarios para automatizar un proceso de venta con webinars, donde se incluye el componente de automatización del remarketing basado en la interacción de los usuarios con el contenido del webinar.

A continuación, se presenta una lista de posibles preguntas que se podrían incluir en la entrevista a los partners:

- ¿Cuáles son las herramientas o plataformas tecnológicas que recomendarías para la automatización de un proceso de venta con webinars personalizados?
- ¿Qué recursos o servicios tecnológicos son necesarios para enviar mensajes de remarketing personalizados según la interacción de los usuarios con el webinar?
- ¿Existen soluciones de software que permitan rastrear y medir la interacción de los usuarios con el contenido del webinar?
- ¿Qué recursos técnicos se necesitan para integrar un sistema de seguimiento por WhatsApp con el proceso de webinar y remarketing?
- ¿Cuáles son las mejores prácticas en términos de recursos tecnológicos para garantizar la seguridad de los datos de los usuarios durante el proceso de automatización de venta con webinars?

Experimento 3 - Mush Up

We Believe That. El método propuesto de estrategia, atracción, conciencia y conversión genera ventas para los expertos.

To verify that, we will. Emplearemos este método con 1 experto que vende su programa educativo en internet.

And measure. Personas alcanzadas, personas interesadas en el producto y compras.

We are right if. Si se atrae 50 personas interesadas en el producto del experto y se genera por lo menos 1 venta.

¿Cómo Se Ejecutó La Experimentación De Validación De La Hipótesis 3?

El experimento para validar la hipótesis 3, se llevó a cabo utilizando la metodología de *Mush Up*, que permitió la creación de un sistema integral para respaldar la propuesta de valor de Influensell y comprobar la efectividad del método.

En primer lugar, se seleccionó a un experto con el que se haría la implementación de la estrategia, para este caso se trabajó con Gustavo Henao, experto en oratoria. Se realizó un análisis exhaustivo del experto en oratoria para definir la estrategia inicial. Esta estrategia se centró en la atracción de público objetivo a través de un *lead magnet* que incentivaba a las personas a solicitar un ebook gratuito en el WhatsApp del experto, dado que se esperaba una llegada de varias personas a la vez se automatizó este proceso con un chatbot que recopilaba el nombre de la persona interesada, facilitando el posterior remarketing con mensajes estratégicos hablándole por el nombre a la persona. La atracción de estos públicos se llevó a cabo mediante el uso de tráfico orgánico en las redes sociales del experto.

Este ebook se creó haciendo el análisis del público del experto y se creó un título atractivo para hacer esta atracción.

Además, a estas personas que se captaban por WhatsApp por medio de una automatización se les invitaba a un entrenamiento gratuito y se les dirigía a que vieran cuatro webinars estratégicamente diseñados para aumentar la conciencia sobre los productos o servicios ofrecidos.

El primer webinar tenía la intención de generar el deseo de aprender del experto, el segundo webinar se dirigía a presentarle a la persona interesada una metodología desarrollada por el experto para aprender a hablar en público, en el tercer webinar se buscaba activar la emoción de la persona para ser parte del curso y en el último webinar se proyectaba una oferta y allí se activaba la compra.

Paralelamente, se desarrolló otra estrategia centrada únicamente en un solo webinar y de menor tiempo. Esto permitió probar ambos enfoques y evaluar su efectividad en la generación de ventas. Cada webinar tenía un llamado a la acción a la compra.

Para facilitar el proceso de compra, se integró el webinar con una pasarela de pagos, lo que permitió a los participantes realizar sus pagos de manera segura y conveniente. A través de esta implementación, se logró el objetivo de generar ventas, respaldando así la hipótesis de que el método propuesto por Influensell, basado en estrategia, atracción, conciencia y conversión, efectivamente impulsa las ventas para los expertos.

Experimento 4 - Mush Up

We Believe That. El modelo de ingresos basado en comisión por venta genera los ingresos necesarios para mantener la operación de Influensell.

To verify that, we will. Acordaremos un 50% de comisión de venta generada y plantearemos una base de costos y al fin del ejercicio haremos cálculo

And measure. Cubrimiento de costos

We are right if. Costos están por debajo de lo obtenido

¿Cómo Se Ejecutó La Experimentación De Validación De La Hipótesis 4?

El experimento para validar la hipótesis 4, se llevó a cabo utilizando la metodología de Mush Up, que permitió la creación de un sistema completo para respaldar la propuesta de valor de Influensell y evaluar la viabilidad del modelo de ingresos.

En este experimento, se estableció una estrategia inicial en colaboración con el experto, donde se acordó que el 50% de comisión por cada venta generada. Esto permitió evaluar la capacidad del modelo de ingresos basado en comisión por venta para cubrir los costos de operación de Influensell.

A lo largo del experimento, se monitorearon y registraron todas las ventas realizadas a través de la plataforma de Influensell, asegurando un seguimiento preciso de los ingresos generados. Se realizaron análisis y evaluaciones periódicas para determinar si los ingresos obtenidos a través de las comisiones por venta eran suficientes para mantener la operación de Influensell de manera sostenible.

Se tuvieron en cuenta factores como los costos operativos, el volumen de ventas y las tasas de conversión para determinar si el modelo de comisiones por venta era viable y podía generar los ingresos necesarios para cubrir los gastos y mantener la operación de Influensell de manera rentable.

Observaciones, Aprendizajes Y Acciones Tomadas Respecto Al Proyecto

Learning Card Experimento 1

We believed that. *Los creadores de cursos o prestadores de servicios de forma online valoran que un experto les acompañe en su proceso de montaje de automatización de ventas con webinars.*

We observed.

- La falta de conocimientos técnicos en el uso de herramientas de automatización y seguimiento de leads es una barrera común para los expertos al intentar automatizar sus ventas digitales.
- Cada experto tiene necesidades y desafíos únicos en su área de especialización, por lo que Influensell debe ofrecer soluciones personalizadas y flexibles para abordar estas necesidades individuales.
- Los expertos valoran la capacidad de un asesor de explicar conceptos técnicos de manera comprensible y brindar orientación personalizada.
- Se requiere una mayor eficacia y conversión de los webinars de venta.
- El seguimiento de prospectos es un desafío importante que enfrentan los expertos en ventas digitales.
- Existe un nivel de interés considerable por parte de los expertos en recibir asesoría de un experto en automatización de ventas con webinars.

From that we learned that.

- Es importante ofrecer capacitación y soporte técnico a los clientes de Influensell para garantizar una implementación exitosa.
- Existe la necesidad de brindar orientación especializada a los expertos en la creación de contenido y campañas de marketing que se destaquen y generen interés en su nicho específico.
- Desarrollar herramientas y procesos que faciliten el seguimiento y la gestión de leads, mejorando así las tasas de conversión.
- Los expertos quieren asesoría y también ejecución por parte de personas que conozcan.
- Esencial trabajar en la estructura, contenido y presentación de los webinars para captar la atención de la audiencia

Therefore, will.

- Influensell debe asegurar un experto en venta digital para cada experto que quiera incrementar sus ventas, no tener a muchas personas interviniendo en el proyecto porque se pueden desviar del objetivo del proyecto
- Influensell debe primero elevar el nivel de conciencia de los expertos en cómo se plantea la estrategia y se hace una automatización, para luego ofrecerles servicios de software que ellos puedan implementar por sí solos. En el momento requieren apoyo.

Learning Card Experimento 2

We believed that. *Los recursos tecnológicos necesarios para el cumplimiento de la promesa de valor de Influensell están disponibles y accesibles.*

We observed.

- Desde el desarrollo web se puede crear una secuencia de automatizaciones que permita la semipersonalización y el remarketing a usuarios
- La automatización se puede hacer con herramientas externas sin tener que crearse desde cero
- No es costoso montar una solución de automatización de webinars con funciones de remarketing por whatsapp.
- Importancia de garantizar la seguridad de los datos de los usuarios durante el proceso de automatización de venta con webinars

From that we learned that.

- Las automatizaciones se pueden hacer como un desarrollo web conectado a otras herramientas para la ejecución de la labor.
- Existen herramientas prestadoras de servicio de automatización que pueden integrarse a Influensell para su operación y no se tienen que crear desde cero.
- Es importante implementar medidas de seguridad y cumplir con las regulaciones de privacidad
- Se puede hacer remarketing a los usuarios según el avance de lo que haya visto del webinar.
- Uso de tecnologías web comunes como PHP, Laravel, MySQL, HTML, CSS, JavaScript y React. Estas tecnologías web comunes pueden ser empleadas para desarrollar y personalizar soluciones de automatización de ventas con webinars

Therefore, will.

- Explorar el uso de la API de WhatsApp como canal de comunicación para llegar a los clientes potenciales y brindar un servicio más personalizado.
- Hacer un desarrollo desde cero absoluto que cumpla con las características de la promesa de valor de Influensell.
- Influensell haga un remarketing más minucioso a las personas, según el avance de su interacción con el webinar

Learning Card Experimento 3

We believed that. *El método propuesto de estrategia, atracción, conciencia y conversión genera ventas para los expertos.*

We observed.

- El experto por ratos no ponía de su tiempo para la ejecución de las tareas propuestas
- El lead magnet fue una fuente de captación de datos a bajo costo

- No hubo claridad al principio de qué hacía el experto, y qué hacía yo como ejecutor de la estrategia
- El experto quiere toda la ruta clara de qué es lo que debe hacer
- El experto no quiere hacer nada técnico
- El experto se siente tranquilo cuando se le atiende a cualquier necesidad técnica, automatización, diseño, estrategia
- Los webinars aumentan la conciencia de la persona interesada que llega hasta allí; sin embargo, se debe analizar bien qué estructura manejar según el tipo de cliente
- Los mensajes recordatorios por WhatsApp hacía que las personas tomaran acción y manifestaran su estado frente a lo que vieron o están por ver
- El email llegaba a la bandeja de spam, por lo que la apertura era muy baja

From that we learned that.

- Se deben hacer acuerdos iniciales para poder tener claras las reglas de juego y saber la manera de implementar la metodología
- Se debe hacer un plan de exploración de usuarios del experto para saber cuál es el mejor lead magnet que atraiga a las personas.
- Se debe ser muy detallado con el experto en cuanto le corresponde a ejecutar
- Los expertos quieren enfocarse en su área de conocimiento, no quieren involucrarse en nada técnico, por lo que hacer la mayoría de cosas por ellos se valora y están dispuestos a pagar por eso
- Aunque el experto no quiere saber nada técnico, sí quiere estar pendiente de las métricas de cómo fluyen
- Se debe ofrecer al experto un apoyo 360 de su negocio con el fin de no retrasar los procesos
- Los webinars cortos llevan a la acción más rápida, hacer una secuencia de webinars hace que las personas se pierdan del objetivo
- El WhatsApp es una herramienta que activa la apertura más que el email, y hace que la persona tome la decisión rápida

Therefore, will.

- Para una organización del servicio a prestar al experto se debe centralizar la información en una plataforma donde el experto pueda visualizar lo que debe hacer de su parte, en qué va el avance del proyecto y las métricas de lo que está sucediendo.
- En la negociación con el experto se debe dejar claro por acuerdo la manera en que operará
- Automatizar el envío de mensajes según la interacción con el webinar, es decir, si el usuario ve un 25% del webinar, enviarle un mensaje con una intención, si ve hasta el 80% y abandona, enviarle otro mensaje, si ve hasta el 100% enviarle mensajes de activación a la compra.

Learning Card Experimento 4

We believed that. *El modelo de ingresos basado en comisión por venta genera los ingresos necesarios para mantener la operación de InfluenSell.*

We observed.

- Para este ejercicio se hizo una inversión aproximada de \$200 USD en recursos tecnológicos, sin contar el valor del tiempo en ejecución

- El experto requería que se le prestara servicios por otras actividades
- Las comisiones por venta generan un compromiso de parte y parte para que los resultados se cumplan

From that we learned that.

- Lo correcto es hacer un cobro inicial al experto por la asesoría y montaje de la estrategia a partir de \$1.000 USD y variable según los requerimientos.
- A un experto se le puede ofrecer paquetes de otros servicios que le ayuden a ejecutar ciertas tareas como por ejemplo grabación y edición de vídeos, diseño de piezas gráficas para redes sociales
- Las comisiones por venta incentivan a la excelencia en la ejecución

Therefore, will.

- Definir claramente la forma en que se hace el acuerdo comercial con el experto.
- Definir el valor mínimo para comenzar con el proceso de análisis e implementación con el que se alcance a cubrir costos

Reflexiones Sobre Hallazgos

Reflexiones Sobre Hallazgos Hipótesis 1

Dados los hallazgos obtenidos a partir de las entrevistas con Avril, experta en Masajes; Julio, experto en Excel y Power BI; Guillermo, experto en Redes Sociales y Gustavo, experto en Oratoria, se puede afirmar que los datos recolectados proporcionan una base sólida para validar la hipótesis de que los creadores de cursos o prestadores de servicios en línea valoran el acompañamiento de un experto en el montaje de la automatización de ventas con webinars. Inicialmente, se buscaba realizar cinco entrevistas, solo se llevaron a cabo cuatro; sin embargo, los resultados obtenidos son altamente concluyentes y respaldan esta hipótesis.

En estas entrevistas se identificaron desafíos comunes entre los expertos en diferentes áreas, como la falta de conocimientos técnicos, la dificultad para escalar el negocio con estrategias de marketing claras, la complejidad de la integración de plataformas y la necesidad de una estrategia clara de atracción y conciencia para luego generar conversión. Además, se destacó el interés y la disposición de los entrevistados para recibir asesoría de expertos en automatización de ventas con webinars.

La asesoría de un experto en este proceso se percibe como altamente beneficiosa, ya que puede brindar conocimientos especializados, ayudar a superar los desafíos técnicos, optimizar las estrategias de venta y aumentar la eficacia y conversión de los webinars. Los entrevistados expresaron sus expectativas de mejorar sus estrategias de venta, incrementar las conversiones y maximizar el rendimiento de sus campañas de remarketing.

A pesar de haber realizado cuatro entrevistas en lugar de cinco, los resultados obtenidos son consistentes y representativos de la muestra. Sin embargo, para asegurar aún más la validación de la hipótesis, se debe realizar más entrevistas en el futuro. Esto permitirá obtener una perspectiva más amplia y diversa de los creadores de cursos y prestadores de servicios en línea, validando aún más la necesidad y el interés de contar con la asesoría de expertos en automatización de ventas con webinars.

En conclusión, los hallazgos obtenidos hasta ahora confirman la importancia y el valor que los expertos en diferentes nichos otorgan al acompañamiento de expertos en el montaje de la automatización de ventas con webinars. Los desafíos identificados y las expectativas expresadas respaldan la necesidad de contar con asesoría especializada para optimizar las estrategias de venta y maximizar los resultados. A medida que se realicen más entrevistas, se espera obtener una validación aún más sólida de la hipótesis planteada.

Reflexiones Sobre Hallazgos Hipótesis 2

Después de realizar entrevistas con Luis, Daniel y Mateo para validar la hipótesis de *"Los recursos tecnológicos necesarios para el cumplimiento de la promesa de valor de Influensell están disponibles y accesibles"*, se pueden extraer algunos hallazgos y reflexiones.

Aunque originalmente se planeaban ejecutar cinco entrevistas y solo se llevaron a cabo tres, los conocimientos y recomendaciones proporcionadas por los expertos entrevistados nos ofrecen una perspectiva interesante. Los tres desarrolladores mencionaron

que es posible lograr la automatización de ventas con características similares a las de Influensell con recursos tecnológicos disponibles y asequibles.

Luis mencionó herramientas como Zapier, MailChimp y Google Analytics, resaltando la importancia de elegir plataformas adecuadas para la automatización de un proceso de venta con webinars personalizados. Por su parte, Daniel destacó la necesidad de contar con servicios tecnológicos para enviar mensajes de remarketing personalizados, así como soluciones de software para rastrear y medir la interacción de los usuarios con el contenido del webinar. Mateo, por su parte, enfatizó la importancia de tener conocimientos en tecnologías web comunes y optimizar los recursos disponibles para lograr resultados eficientes.

Si bien la muestra de entrevistas no fue tan amplia como se esperaba, los insights obtenidos sugieren que los recursos tecnológicos necesarios para el cumplimiento de la promesa de valor de Influensell están al alcance. Los expertos demostraron que es posible lograr la automatización de ventas con webinars personalizados, remarketing efectivo y seguimiento de usuarios utilizando herramientas y plataformas accesibles.

Sin embargo, para asegurar aún más la validación de la hipótesis, se recomienda llevar a cabo más entrevistas e indagar y también interactuar con plataformas que faciliten la automatización. Esto permitiría obtener una visión más completa y asegurar que los recursos tecnológicos necesarios para el éxito de Influensell estén ampliamente disponibles y accesibles.

En resumen, aunque se realizaron menos entrevistas de las planeadas, los insights obtenidos hasta ahora sugieren que los recursos tecnológicos necesarios para el cumplimiento de la promesa de valor de Influensell son alcanzables. Sin embargo, se necesita continuar investigando y recopilando información para obtener una validación más concluyente. Por lo que se define que esta hipótesis es altamente concluyente.

Reflexiones Sobre Hallazgos Hipótesis 3

Basándonos en los hallazgos y observaciones obtenidos durante el testeo del método Mush Up para la validación de la hipótesis *"El método propuesto de estrategia, atracción, conciencia y conversión genera ventas para los expertos"*, puedo reflexionar sobre la evidencia recopilada y afirmar que la hipótesis es aceptada.

Durante el testeo, se identificaron diversas observaciones que proporcionan información valiosa sobre la efectividad del método propuesto. En primer lugar, se observó que algunos expertos no cuentan con suficiente tiempo para la ejecución técnica y estratégica para montar un sistema de venta online, por lo que tener una guía e instrucción ayuda a que los expertos puedan aumentar su probabilidad de venta. También, se destacó que es necesario el estudio a profundidad del público objetivo del experto para saber de qué formas se puede atraer al público interesado en sus servicios, para este caso de estudio un *lead magnet* como un ebook fue una estrategia efectiva y rentable para la captación de datos.

Algo que hizo que existieran más trabas en la ejecución fue la falta de claridad inicial sobre las responsabilidades y roles tanto del experto como del ejecutor de la estrategia. Por lo tanto, es importante establecer acuerdos iniciales para definir las reglas del juego y garantizar una implementación adecuada de la metodología.

Otro aprendizaje significativo fue que los expertos prefieren centrarse en su área de conocimiento y no desean involucrarse en tareas técnicas. Valoraron especialmente el apoyo integral brindado en aspectos técnicos, automatización, diseño y estrategia. Por otro lado, también se evidenció que los webinars aumentan la conciencia de los interesados, aunque se recomienda adaptar la estructura del webinar según el tipo de cliente para lograr mejores resultados. En este ejercicio el webinar que más funcionó fue el webinar de menor tiempo; sin embargo, tenía una estructura que elevaba la conciencia rápidamente y hacía que la persona tomara acción más rápida por la oferta allí planteada.

En cuanto a la comunicación con el público objetivo del experto, se afirma que los mensajes recordatorios por WhatsApp generaron una mayor acción y respuesta de los usuarios en comparación con los correos electrónicos, que a menudo terminaban en la bandeja de spam.

Con base en estos hallazgos, se proponen acciones para optimizar la implementación del método. Una de ellas es centralizar la información en una plataforma que permita al experto visualizar las tareas asignadas, el avance del proyecto y las métricas relevantes. Además, es crucial establecer acuerdos claros durante la negociación con el experto para garantizar una operación fluida.

La automatización del envío de mensajes según la interacción del usuario con el webinar también se identificó como una estrategia efectiva, es decir, enviar mensajes personalizados en función del porcentaje de visualización del webinar y utilizarlos como activadores para la compra puede aumentar la tasa de conversión.

En conclusión, los hallazgos y observaciones obtenidos durante el testeo del método *Mush Up* respaldan la hipótesis de que el método propuesto de estrategia, atracción, conciencia y conversión genera ventas para los expertos. Aunque se recomienda realizar más pruebas y recopilar información adicional, la evidencia hasta ahora es sólida y respalda la aceptación de la hipótesis.

Reflexiones Sobre Hallazgos Hipótesis 4

Para validar la hipótesis “*El modelo de ingresos basado en comisión por venta genera los ingresos necesarios para mantener la operación de Influensell*”, se hizo el análisis con la metodología *Mush Up*, era lo más acorde, ya que del mismo ejercicio de validación para la hipótesis 3 se podía recopilar observaciones relevantes sobre la efectividad del modelo propuesto.

Para la ejecución de esta prueba se realizó una inversión aproximada de \$200 USD en recursos tecnológicos para acercarnos lo más posible al cumplimiento de la propuesta de Influensell. Sin embargo, es importante tener en cuenta que este costo no incluye el valor del tiempo invertido en la ejecución y además se ejecutaron otras actividades que no se habían contemplado y allí se sumaba tiempo.

Uno de los aprendizajes clave fue la importancia de cobrar una tarifa inicial al experto por la asesoría y el montaje de la estrategia. Establecer un valor mínimo, por ejemplo, de 1.000 USD esto puede asegurar que no haya desequilibrios en la percepción de ganancias y garantiza un compromiso por parte del experto y de Influensell. Además, se identificó la

oportunidad de ofrecer paquetes de servicios adicionales que puedan ayudar al experto en la ejecución de ciertas tareas, como la grabación y edición de videos o el diseño de piezas gráficas para redes sociales.

Las comisiones por venta se destacaron como un incentivo para lograr una ejecución excelente y generar un compromiso mutuo entre Influensell y el experto. Este modelo crea una relación de beneficio mutuo y fomenta la dedicación para obtener resultados satisfactorios.

Algunas acciones recomendadas incluyen definir claramente la forma en que se realiza el acuerdo comercial con el experto y establecer un valor mínimo que cubra los costos iniciales del análisis e implementación de la estrategia. Estas medidas ayudarán a garantizar una relación sólida y una ejecución efectiva del proyecto.

Para este ejercicio de validación se hizo un acuerdo con el experto de un 50% de comisión por venta, sin un pago inicial, en este ejercicio se estaba vendiendo un programa educativo de 397 USD, y se logró recaudar aproximadamente 1.455 USD para Influensell.

En conclusión, aunque se reconoce que se necesitan más experimentos y pruebas para obtener conclusiones concluyentes, se deduce que el cobro por comisiones es un componente claro que se debe implementar en el modelo de ingresos de Influensell. Este enfoque asegura un compromiso mutuo y alienta a ambas partes a trabajar juntas para lograr el éxito del proyecto. Además, es importante fijar una tarifa inicial por la prestación del servicio, estableciendo acuerdos claros sobre las comisiones a medida que se generen ventas.

Propuesta De Valor, El Segmento De Clientes Y Las Características Del PMV

Propuesta De Valor

“Encárgate de ser mejor en lo que haces, nosotros nos encargamos de vender”

Influensell ayuda a expertos, coach, artistas y mentores a vender sus productos y servicios mediante la automatización de un sistema de venta digital.

Ofrecemos un servicio integral para el montaje de un sistema de venta automatizada que permite al experto vender de forma masiva y a cualquier hora del día, gracias a una metodología de venta que se apoya de webinars y remarketing por WhatsApp.

Ayudamos al experto desde la estrategia inicial hasta la conversión de ventas. Nuestro enfoque todo en uno incluye la automatización de procesos de captación de usuarios, aumento de conciencia sobre el servicio a prestar, estrategias de conversión, el diseño de estrategias de marketing, la creación de contenidos y la medición de resultados.

Simplificamos el camino hacia el éxito para los expertos al proporcionarles un servicio que integra todas las herramientas y recursos necesarios para su crecimiento. Esta propuesta de valor permite a los expertos centrarse en su conocimiento y dejar que nosotros nos encarguemos de todos los aspectos técnicos y de marketing.

El Segmento De Clientes

El segmento de clientes objetivo para Influensell son los expertos en un área específica que desean vender su servicio o producto digital de forma masiva.

Estos expertos son profesionales, emprendedores o creadores de contenido que han desarrollado conocimientos especializados en un campo en particular, como el coaching, la consultoría, la educación en línea o la creación de contenido digital.

Pueden ser coaches, consultores, expertos en marketing, profesores, artistas o cualquier profesional que tenga un producto o servicio digital que ya comercialice y que quiera escalar sus ventas con la automatización de ventas.

Nos enfocamos en aquellos que ofrecen servicios o productos digitales, como cursos en línea, ebooks, programas de capacitación, plantillas o herramientas digitales. Estos productos son escalables y pueden llegar a un gran número de personas a través de canales digitales.

Características del PMV

Algunas características clave que debe tener el PMV de Influensell dados los hallazgos obtenidos en la etapa de experimentación.

- 1. Plataforma Del Servicio:** Para prestar el servicio de Influensell y centralizar toda la información se propone una plataforma en la que cada cliente pueda hacer seguimiento de la estrategia que se está implementando, esté al tanto de cada acción

que se ejecuta, conozca allí qué tareas le corresponden ejecutar y también pueda hacer seguimiento de las métricas.

- 2. Medición De Resultados:** Se debe incluir una funcionalidad capaz de rastrear y medir el impacto de la estrategia, como la cantidad de registros de clientes potenciales para los expertos, participación en el webinar, porcentaje de retención y conversión de ventas. Esto permite que el experto conozca de primera mano los resultados del servicio.
- 3. Definición de Estrategia:** Esta característica es fundamental porque en ella se centra el servicio. Estrategia, atracción, conciencia y conversión son fases que deben tener una ruta sistematizada que permita ser más efectivos a la hora de la implementación. Si bien cada fase debe ser flexible porque cada experto es diferente, cada fase debe tener su paso a paso definido de ejecución.
- 4. Remarketing Por Interacción:** El servicio de Influensell debe incluir automatizaciones de remarketing basadas en la interacción de la persona con los webinars, por ejemplo, según el avance de visualización del webinar enviarle un mensaje recordatorio para que culmine de ver, o también de ofertas exclusivas para que se aumente el nivel de compra.

En este link comparto una propuesta de PMV

PMV INFLUENSELL

Definir Un Roadmap Del Negocio. ¿Cuáles Pasos Se Deben Seguir Para Que El Proyecto Se Implemente?

Este roadmap se basa en la planificación de 4 fases para la correcta puesta en marcha del servicio.

La primera fase consta de refinar el PMV y crear base de la automatización, la segunda fase es de pruebas y más validaciones, la tercera fase de ajustes y la cuarta fase de etapa real comercial con clientes.

- 1. Creación de Equipo Mínimo Viable:** Se requiere la creación de un equipo mínimo con el que se pueda ejecutar las tareas que implican la prestación del servicio, se requiere de la búsqueda de un desarrollador web, un creador de funnels, diseñador gráfico y copywriter.
- 2. Desarrollo de la plataforma básica:** Desarrollar la versión básica de la plataforma Influensell, que incluiría las características y funcionalidades mínimas viables (PMV) necesarias para seguir en la validación de la propuesta de valor con otros expertos. En esta plataforma el experto podrá interactuar con el estratega con el que montará la estrategia. Esto implica el desarrollo de secciones para que el experto esté en pleno conocimiento, como quién es el mentor, seguimiento de la estrategia, tareas, métricas, leads, ingresos.
- 3. Programación Base Del Sistema De Atracción y Remarketing:** Se debe montar la programación base del flujo para la atracción de usuarios y remarketing por WhatsApp según la interacción del cliente potencial con los webinars. Esto implica determinar las herramientas, los recursos y las plataformas en las que se deberá hacer este desarrollo.
- 4. Más Pruebas Y Más Validación:** Una vez que se haya refinado el PMV, se llevaría a cabo pruebas exhaustivas y validación con otros expertos de otras áreas. Esto implica colaborar con un grupo selecto de expertos que estén dispuestos a probar y proporcionar comentarios sobre el servicio. Se analizarían los resultados obtenidos, se recopilarían opiniones y se realizarían iteraciones con base en los comentarios recibidos.
- 5. Mejora y expansión de características:** Utilizando los comentarios y aprendizajes obtenidos durante las pruebas, trabajaríamos en mejorar y expandir las características y funcionalidades de Influensell.
- 6. Implementación De Estrategias De Marketing Y Ventas:** Implementar estrategias de marketing y ventas para generar conciencia y captar a los expertos como clientes. Esto puede incluir estrategias de contenido, publicidad en línea y contacto a expertos estratégicos.
- 7. Escalado y Crecer:** A medida que Influensell adquiriera tracción en el mercado y se establezca una base sólida de clientes, se buscará el crecimiento y la escalabilidad del negocio. Esto implica la contratación de talento adicional, la expansión de la infraestructura técnica y el fortalecimiento de las alianzas estratégicas.

Hasta aquí se plantea una serie de pasos para un servicio que se le presta a expertos que quieren automatizar las ventas de sus servicios o productos digitales. Esta solución está enfocada en que el servicio Influensell sea quien ejecute por el cliente y construya la estrategia junto con el cliente mediante un proceso de consultoría, sin embargo, se proyecta a que en un futuro preste el servicio de software para el montaje de webinars automatizados, donde el experto o el equipo del experto sea quien monte sus webinars según la estrategia y automatice el remarketing según la interacción del cliente potencial.

- 8. Fase De Automatización:** Este es el siguiente paso en el desarrollo de Influensell, en el cual el servicio prestado se convierte en un software que permite al experto o su equipo montar webinars y automatizar el remarketing sin la necesidad de la intervención de un experto de Influensell. Esta fase tiene como objetivo empoderar al experto con un mayor nivel de conciencia y conocimiento en marketing, permitiéndole ejecutar estas actividades como una herramienta dentro de su sistema de marketing.

Logros Obtenidos

Durante este ejercicio de validación de hipótesis mediante el uso de las diferentes herramientas de experimentación, se logró obtener diferentes resultados importantes para este ejercicio

- 1. Captación De Leads:** En la estrategia de captación de leads por medio de *Lead Magnet* se crearon 2 estrategias para la implementación. Por un lado, se creó una platilla para ayudar a las personas a “*cómo inspirar 1000 personas aunque sientas temor a hablar en público*”. Este lead magnet trajo 537 leads que llegaron a Whatsapp a solicitar el acceso a este contenido, este lead magnet tenía un objetivo y era enviar a las personas a ver el entrenamiento compuesto de 4 webinars. Por otro lado se creó un *Lead Magnet* llamado “*Cómo convertirse en un conferencista de alto impacto por menos de 100 USD*”, esta estrategia trajo 87 leads interesados y su objetivo era llevar a los interesados a un webinar de 12 minutos.
- 2. Visualización de Webinar:** De los 537 leads que se captaron con el lead magnet 1, 154 personas comenzaron por ver el entrenamiento y 54 vieron los 4 webinars y una persona compró el entrenamiento de 397 USD de contado. El porcentaje de conversión con el entrenamiento de los 4 webinars fue de 0.18%.

Por otro lado, las 87 personas registradas en el lead magnet 2, llegaron a ver el webinar corto, sin embargo, junto con el experto se creó una estrategia de enviar a las personas a ver el webinar sin registrarse y llegaron allí 333 personas. Y se efectuaron 10 compras con pago a cuotas. Esta estrategia de pagos a cuotas aumentó el nivel de compra en el público objetivo del experto Gustavo. La conversión de compra con esta estrategia fue de 3%.

- 3. Ingresos Totales:** En el periodo de experimentación de la implementación de estos 2 webinars trajo un total de facturación de 3.022 USD. Esto representado en 50% para el experto y 50% para Influensell.

Aprendizajes Del Proceso

Durante el proceso de desarrollo de Influensell, se han obtenido importantes aprendizajes que han contribuido a la comprensión y mejora del modelo de negocio. Estos hallazgos han proporcionado una visión clara sobre los elementos clave que impulsan el éxito de la plataforma. A continuación, se presentan algunos de los aprendizajes más significativos:

La automatización se ha demostrado como una herramienta fundamental para optimizar los procesos de marketing. La implementación de soluciones tecnológicas permite agilizar las acciones de remarketing, personalizar la interacción con los usuarios y mejorar el nivel de conversión.

La orientación al cliente debe ser un pilar central en el desarrollo de Influensell. Comprender las necesidades y expectativas de los expertos ha sido fundamental para adaptar las estrategias y ofrecer soluciones que generen valor para ellos.

Con relación a lo anterior, también se deben establecer acuerdos claros y transparentes desde el inicio para el buen desarrollo de la estrategia entre Influensell y los expertos. Estos acuerdos definen las responsabilidades, el alcance de los servicios y los modelos de captación de valor.

La identificación de necesidades complementarias de los expertos hace que se plantee una solución 360 para la ejecución de la estrategia del experto. Por lo que se plantea la prestación de servicios complementarios, como diseño gráfico o producción de contenido multimedia, brindan soluciones que permiten el fluir de la estrategia.

Cabe destacar que el entrenamiento compuesto de 4 webinars trajo menos venta que el webinar más corto. Se puede inferir que las personas quieren consumir la información más rápida, lo que se convierte en un buen insight que se debe seguir validando.

Al aplicar estos conocimientos, se fortalece la posición de la plataforma como un socio estratégico para expertos en la optimización de sus procesos de venta y marketing, ofreciendo soluciones integrales y personalizadas que generan resultados.

Conclusiones

Durante el ejercicio de aplicación de la metodología de doble diamante, se ha seleccionado un problema específico y se ha planteado la solución de Influensell como respuesta a dicho problema. A través de este proceso, se han obtenido conclusiones claras y significativas que han permitido comprender la viabilidad y el potencial de Influensell como una propuesta de valor que soluciona un problema de los expertos que venden sus servicios en internet.

En primer lugar, se ha confirmado que la problemática identificada, relacionada con la falta de eficiencia en los procesos de venta y marketing de expertos, es una preocupación relevante y vigente en el mercado. La necesidad de optimizar y automatizar estas áreas se ha hecho evidente, y es aquí donde Influensell juega un papel fundamental al ofrecer una solución integral.

La interacción con diferentes expertos durante las entrevistas ha sido clave para comprender las necesidades y expectativas del mercado objetivo. Esto ha permitido adaptar y refinar la solución propuesta, asegurando que responda de manera efectiva a los desafíos de venta digital de los expertos.

La automatización y el uso de tecnologías adecuadas han surgido como elementos fundamentales en la solución propuesta por Influensell. La capacidad de agilizar tareas, personalizar la interacción con los usuarios y medir el impacto de las estrategias implementadas ha demostrado ser vital para alcanzar los objetivos de venta y marketing de los expertos.

Uno de los principales hallazgos ha sido la importancia de establecer acuerdos claros y transparentes desde el inicio con los expertos. Estos acuerdos definen las responsabilidades, el alcance de los servicios y los modelos de remuneración, generando confianza y estableciendo una base sólida para una colaboración exitosa.

En conclusión, el ejercicio de aplicación de la metodología de doble diamante ha permitido identificar y abordar de manera efectiva un problema relevante en el ámbito de los expertos en venta y marketing.

Influensell se presenta como una solución que ofrece una propuesta de valor orientada a potenciar las ventas de estos expertos por medio de estrategias de venta digital apoyadas de sistemas de automatización semipersonalizada. La interacción con expertos, la orientación al cliente, la flexibilidad y adaptabilidad, así como la colaboración estratégica, han sido pilares fundamentales en el desarrollo de esta solución.

A través de la implementación de Influensell, se espera proporcionar a los expertos las herramientas necesarias para optimizar sus procesos, maximizar su eficiencia y lograr resultados exitosos en el entorno competitivo actual.

Referencias

- Gavin, R., Lun, C., & Stanley, J. (2020, April 30). *The B2B digital inflection point: How sales have changed during COVID-19*. McKinsey. Retrieved April 10, 2023, from <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-b2b-digital-inflection-point-how-sales-have-changed-during-covid-19>
- Hotmart. (2022, May 13). *Economía creativa: Descubre la industria de las ideas y el conocimiento*. Hotmart. Retrieved April 10, 2023, from <https://hotmart.com/es/blog/economia-creativa>
- Instituto de Innovación by ESIC. (2022, February 7). *Tendencias en EdTech, la digitalización y transformación de la educación. Oportunidades para emprender*. ICEMD. Retrieved April 10, 2023, from <https://icemd.esic.edu/knowledge/articulos/tendencias-en-edtech-la-digitalizacion-y-transformacion-de-la-educacion-oportunidades-para-emprender/>
- Londoño, P. (2022, December 12). *8 tendencias de personalización que están reinventando el proceso de compra de los clientes*. Blog de HubSpot. Retrieved April 10, 2023, from <https://blog.hubspot.es/marketing/8-tendencias-de-personalizacion-que-estan-reinventando-el-proceso-de-compra-de-los-clientes>
- 2022 ConvertKit State of the Creator Economy Report. (2022). ConvertKit. Retrieved May 25, 2023, from <https://convertkit.com/reports/creator-economy-2022>
- 2022 Creator Report by Linktree. (2022). Linktree. Retrieved April 27, 2023, from <https://linktr.ee/creator-report/>
- Universidad Pontificia Comillas. (2021). *Home*. YouTube. Retrieved April 10, 2023, from <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/47044/TFG-%20Gonzalez%20Losada%2C%20Claudia.pdf?seq>

