

# 6 tácticas para generar leads en una empresa de transporte/logística

Vamos a empezar por aclarar el concepto: **¿a qué llamamos exactamente lead?** Una definición simple y directa podría afirmar que un lead es, tal y como se refieren desde marketing y ventas, **un cliente potencial**, y más específicamente en el mundo digital.

En marketing muchos términos proceden del inglés y los importamos sin traducirlos, **lead** es un término un tanto difuso para quien lo escucha o lee por primera vez. Se puede traducir por:

- Un "cliente potencial".
- **Aquella persona que ha mostrado interés** de alguna manera por un servicio y que accede a rellenar un formulario.

Un consumidor pasa a ser un **lead** cuando muestra un interés directo por algún servicio que presta tu empresa y, en consecuencia, te proporciona sus datos de contacto para que le proporciones más información.

Entonces, ¿qué podemos hacer para que tu estrategia digital consiga unos leads más exitosos? ¿Cómo podemos hacer que los potenciales clientes se conviertan en leads que nos dejen sus datos de contacto para que podamos empezar un dialogo para ofrecer los servicios en los que puedan estar interesados?

**A continuación te dejamos algunos consejos que te pueden ayudar a lograrlo:**

## 1

**Dale importancia al marketing digital en tu estrategia de negocio.** El primer paso sería poner algo más de énfasis en el marketing digital; si somos conscientes de que podemos incrementar nuestro volumen de negocio a través de nuestra página web, y de cualquier medio propio digital, será el camino para generar más leads y por tanto más ventas. Cada vez más autónomos y PYMES reconocen el marketing digital como muy importante en el día a día para llegar a nuevos clientes.

## 2

**Tu página web es un tesoro.** Es la cara visible de tu negocio, es el primer punto de encuentro para muchos, si no la mayoría, de futuros clientes. Merece la pena que dediques algunos recursos a su desarrollo para que funcione perfectamente desde cualquier dispositivo.

## 3

**Atención al contenido de la web.** Para generar leads, es decir, para que posibles clientes estén dispuestos a darnos sus datos de contacto es esencial generar confianza. Un contenido de nuestra página que defina bien los servicios que ofrecemos, con claridad y honestidad es una buena manera de generar leads.

## 4

**Los formularios deben ser claros y pedir los datos necesarios.** Puede parecer evidente, pero tener unos formularios sencillos es, si no la mejor manera de generar leads, seguro la mejor manera de no espantar a clientes. Y es que hay empresas que recurren a formularios estándar donde piden un montón de datos obligatorios e innecesarios, y son terriblemente tediosos de rellenar. Simplifica al máximo y haz muy fácil este proceso.

## 5

**Responde con rapidez.** En tu formulario de contacto no puede faltar espacio para que los clientes te planteen cualquier duda que les puede surgir, cualquier duda de cualquier tipo: del servicio, económica, etc. Responder con rapidez hará que ganes confianza, y la confianza es determinante a la hora de tomar decisiones para contratar una empresa.

## 6

**Ofrece una oferta o descuento.** Las ofertas siempre tienen atractivo para captar nuevos clientes o incluso para quienes ya han contratado nuestros servicios. Una buena recomendación es ser creativo, ofrecer cosas diferentes a lo que hace la competencia. Cambia las ofertas que hagas de cuando en cuando para que destaquen y sorprendan.

En la web de la FUNDAE, la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo puedes encontrar varios  **cursos formativos (haz clic aquí)** que te ayudarán a manejar las redes sociales.

**¡Digitalízate y acelera tu negocio!**

Una campaña de:



Con la financiación de:

