

Manual del Customer Journey

Visión Problema: Los embudos de contenido que sabotean tus ventas

Belka Company – AGENCIA DIGITAL

Los embudos de contenido que sabotean tus ventas



Visión Problema: Los embudos de contenido que sabotean tus ventas

La ilusión del crecimiento

Más tráfico, más anuncios, más seguidores...

Pero las ventas no suben.
La inversión crece, pero el estancamiento también.
La frustración aparece y el equipo culpa al canal.



La trampa del alcance

Muchas empresas creen que vender más es solo cuestión de números.

Creer en métricas no garantiza resultados reales.

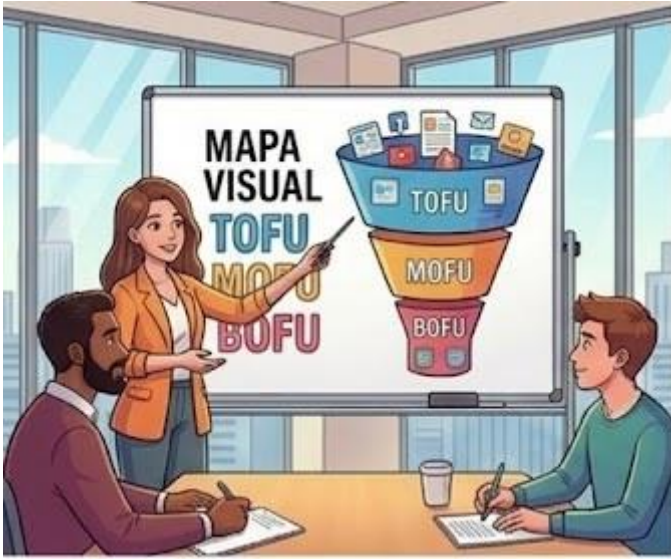
Se llega a más personas, se gasta más dinero... y las ventas no cambian significativamente.



El error de asumir que todos compran igual

No todos los usuarios están listos para comprar al mismo tiempo.
El recorrido del cliente sigue etapas diferentes:

- **TOFU (Top of Funnel):** descubre un problema, sin claridad sobre soluciones.
- **MOFU (Middle of Funnel):** investiga y compara opciones.
- **BOFU (Bottom of Funnel):** ya tiene intención de compra y necesita confianza para decidir.



Mirando más allá de los números

El verdadero problema no es el tráfico, los anuncios o los seguidores.

Es la **desalineación entre mensaje y momento del usuario**.

Ignorar esto genera ciclos de inversión que parecen activos, pero los resultados son mediocres.



La complejidad del recorrido del cliente

Aunque parezca complicado, el recorrido del cliente es lógico:

1. No te conoce → 2. Interés → 3. Evalúa → 4. Confianza → 5. Decide.

El problema es intentar saltar etapas y empujar mensajes inapropiados para cada momento.



Consecuencias del problema

- Inversión en contenido que no genera retorno real.
- Sensación de estancamiento pese a crecer en métricas.
- Conclusiones equivocadas sobre canales y estrategias.
- Frustración interna y pérdida de oportunidades de venta.

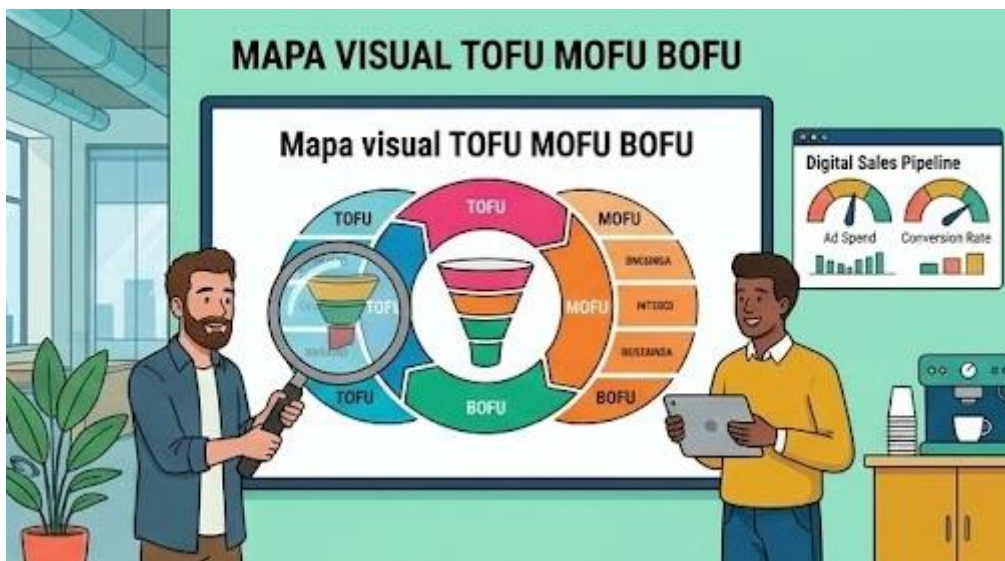


R

Resumen

El marketing improvisado y la falta de alineación con la intención del usuario generan un ciclo de esfuerzo y gasto con resultados mediocres.

Entender que cada usuario sigue su propio recorrido es el primer paso para identificar **por qué no convertimos**, incluso cuando todo parece “crecer”.



Si quieres profundizar en cómo integrar todo esto en un recorrido completo de tu cliente, descarga nuestro **Manual Completo de Customer Journey**.

Somos Belka Company, una Agencia Digital en Colombia.

