

Posición: Especialista de Seguimiento de Leads

Objetivo del Puesto

Convertir leads parcialmente atendidos en oportunidades calificadas mediante contacto telefónico proactivo, obteniendo la información faltante, agendando citas (p. ej., test drive) y registrando de forma disciplinada cada avance en Salesforce. Operará con alto nivel de energía y claridad de comunicación, coordinando con el equipo comercial del cliente (con presencia en sitio 2–3 veces por semana cuando se requiera) para cumplir SLAs, elevar la tasa de contacto y agendamiento y asegurar la integridad de datos del CRM.

Principales Responsabilidades

- Contacto telefónico proactivo:
 - Realizar llamadas a prospectos que no completaron su perfil con el agente virtual de WhatsApp.
 - Obtener información faltante como nombre, correo, teléfono, modelo de interés y agendar citas de test drive si es posible.
- Registro y actualización en Salesforce:
 - Capturar de manera disciplinada la información recabada en el CRM de Volvo (Salesforce).
 - Crear oportunidades y asignarlas a los vendedores de piso de venta, asegurando que la información esté completa y actualizada.
- Reactivación de leads antiguos:
 - Contactar por teléfono a prospectos de campañas previas que el agente virtual no logró reactivar, intentando avanzar en el funnel de ventas.
- Coordinación presencial con el equipo de Volvo:
 - Acudir 2 a 3 veces por semana a las oficinas de Volvo para alinearse con el equipo de ventas y recibir capacitación sobre la marca.
- Comunicación y actitud dinámica:
 - Mantener un nivel de energía alto, ser proactivo/a y demostrar una excelente capacidad de comunicación verbal para generar confianza en las llamadas.
 - Adaptarse rápidamente a los guiones y lineamientos de la marca, mostrando disciplina en el seguimiento de procesos.

Habilidades Generales

Habilidad en Español / Inglés	Código	Nivel	Descripción
Soporte de Servicio al Cliente Customer Service Support	CSP	3	<p>Atiende llamadas siguiendo guiones y protocolos; maneja objeciones frecuentes y detecta señales de interés.</p> <p>Autonomía: opera sin supervisión inmediata.</p> <p>Complejidad: casos con variaciones limitadas (perfilamiento, agendar test drive).</p> <p>Impacto: aumenta satisfacción y conversión al completar datos y próximos pasos en Salesforce.</p>
Colaboración Collaboration	COPS	3	<p>Coordina con asesores de venta y marketing/BDC; comparte estatus y notas claras en CRM.</p> <p>Autonomía: gestiona dependencias.</p> <p>Complejidad: coordinación simple-moderada.</p> <p>Impacto: asegura continuidad del proceso comercial sin fricciones.</p>
Gestión del Cambio Change Management	CHMG	3	<p>Se adapta a cambios en guiones, campañas y criterios de calificación; documenta hallazgos de llamadas y sugiere micro-mejoras.</p> <p>Autonomía: aplica cambios sin reentrenamiento extenso.</p> <p>Complejidad: variaciones frecuentes pero acotadas.</p> <p>Impacto: mantiene la operación estable y actualizada.</p>
Comunicación Communication	COMM	4	<p>Conduce conversaciones claras y persuasivas; practica escucha activa, confirma entendimientos y sintetiza con precisión en CRM.</p> <p>Autonomía: total en la llamada.</p> <p>Complejidad: situaciones poco estructuradas (objeciones, dudas).</p> <p>Impacto: eleva tasa de contacto efectivo y citas agendadas.</p>
Desarrollo Profesional y Aprendizaje Learning and Professional Development	LRP	3	<p>Aprende rápido lineamientos de marca, procesos de Volvo y uso disciplinado de Salesforce; incorpora feedback de calidad de llamada y cumplimiento de registros.</p> <p>Autonomía: autogestiona su mejora.</p> <p>Complejidad: contenidos nuevos pero estructurados.</p> <p>Impacto: reduce curva de aprendizaje y errores de captura.</p>

Habilidades Específicas

Habilidad en Español	Código	Nivel	Descripción
----------------------	--------	-------	-------------

Operación de CRM y Gobernanza de Datos <i>CRM Operations & Data Hygiene</i>	CRMOPS	3	Captura disciplinada y completa de campos; actualización de etapa, tareas y notas claras; seguimiento de actividades y estandarización de nomenclaturas. Autonomía: trabaja sin supervisión inmediata. Complejidad: casos con variaciones limitadas (altas/bajas, reasignaciones). Impacto: calidad de datos y trazabilidad para ventas/reportes.
Llamadas salientes y seguimiento telefónico <i>Outbound Calling & Follow-up</i>	OUTBD	3	Ejecuta bloques de llamadas, usa guiones, mantiene ritmo/energía y controla tiempos; registra intentos y próximos pasos. Autonomía: gestiona su plan diario. Complejidad: objeciones típicas y distintos perfiles de lead. Impacto: mayor contacto efectivo y avance en el funnel.
Cualificación de leads y enriquecimiento de datos <i>Lead Qualification & Data Enrichment</i>	LEADQD	3	Identifica brechas de información, realiza preguntas de sondeo, confirma interés/autoridad/tiempos y completa datos críticos para decisión comercial. Autonomía: decide cuándo escalar. Complejidad: escenarios de información incompleta. Impacto: eleva la calidad de oportunidades.
Agendamiento de citas y handoff a ventas <i>Appointment Setting & Sales Handoff</i>	LEADQD	3	Coordina agendas (test drives/llamadas), confirma asistencia, envía recordatorios y documenta handoff con criterios de calidad (quién, cuándo, objetivo). Autonomía: ejecuta sin supervisión. Complejidad: reprogramaciones y dependencias con piso de ventas. Impacto: reduce no-shows y acelera cierre.
Manejo de objeciones y escucha activa (telefónica) <i>Objection Handling & Active Listening (Phone)</i>	LEADQD	3	Reconoce dolores frecuentes, parafrasea, valida dudas y responde con beneficios/alternativas; cierra con siguiente paso claro. Autonomía: ajusta el guion en tiempo real. Complejidad: objeciones comunes/no técnicas. Impacto: mejora conversión a cita y a oportunidad.

Indicadores Principales (Resultado de Negocio)

Indicador	Descripción	¿Qué mide?
-----------	-------------	------------

Tasa de Agendamiento	% de leads contactados que terminan con cita agendada (test drive o llamada con asesor).	Efectividad de la llamada para mover al lead a la siguiente etapa.
Conversión a Oportunidad Calificada (Salesforce)	% de leads gestionados que se convierten en Oportunidad con criterios mínimos completos (datos + interés).	Calidad del perfilamiento y del handoff a ventas.
Tiempo a Primer Contacto (FRT)	Tiempo promedio desde la creación del lead hasta la primera llamada efectiva.	Capacidad de respuesta oportuna para no perder intención del prospecto.

Indicadores de Seguimiento (Comportamiento y Alineación)

Indicador	Descripción	¿Qué mide?
Intentos de contacto por lead (cadencia)	Nº de llamadas/salidas por lead hasta obtener contacto o cierre de caso.	Constancia y disciplina de seguimiento.
Llamadas productivas por hora	Llamadas con conversación bidireccional (>60s) por hora efectiva.	Ritmo operativo y foco en conversaciones útiles.
% dentro del SLA de primer contacto	Porcentaje de leads contactados dentro del umbral definido (p. ej., 30–60 min).	Oportunidad en la respuesta inicial.

Nivel Educativo, Certificaciones y Cursos Sugeridos

- **Educación formal:**
 - Requerido: Bachillerato/Preparatoria concluida o técnico (Administración, Comercial, Comunicación).
 - Deseable (no excluyente): Licenciatura trunca o en curso en Mercadotecnia, Comunicación, Administración o afín.
- **Certificaciones deseables:**
 - CRM & Salesforce
 - Salesforce Certified Associate (o equivalentes de Trailhead Superbadges: CRM Basics, Data Quality, Sales Cloud Basics).
 - Fundamentos de Gestión de Datos (higiene, duplicados, campos obligatorios).
 - Atención al cliente y llamadas
 - Customer Service / Call Center Foundations (manejo de objeciones, escucha activa, rapport).

- Comunicación efectiva y telefonía (etiqueta telefónica, estructuración de guiones).



Tipos de Empresas para Buscar Candidatos

- Contact centers / BPO (ventas y servicio)
 - Contexto: alto volumen de llamadas salientes, guiones, KPIs diarios.
 - Entorno: disciplina de CRM, cadencias, manejo de objeciones.
- BDCs automotrices (agencias / distribuidores / OEMs)
 - Contexto: seguimiento de leads, agendamiento de pruebas de manejo, coordinación con piso de ventas.
 - Entorno: lenguaje automotriz, presión por conversión y asistencia a citas.
- Telemarketing / Inside Sales (SaaS, educación, servicios financieros)
 - Contexto: llamadas outbound para calificar prospectos y transferir a ejecutivo.
 - Entorno: foco en conversación efectiva y handoff claro.
- Equipos de Atención al Cliente con enfoque en recontacto
 - Contexto: reactivación de leads fríos, confirmación de datos, citas de servicio/venta.
 - Entorno: métricas de contactabilidad, ACW, calidad de registro.
- Retail/Omnicanal con centros de contacto propios
 - Contexto: confirmación de pedidos/citas, recordatorios y reprogramaciones.
 - Entorno: trabajo con scripts, SLAs y CRM (Salesforce, HubSpot, etc.).
- Startups con SDRs/BDRs junior
 - Contexto: prospección telefónica, cualificación básica, agenda de demos.
 - Entorno: energía alta, aprendizaje rápido, métricas de actividad.
- Salud / Clínicas / Educación (admisiones y citas)
 - Contexto: agendamiento, confirmaciones, seguimiento y registro estricto.
 - Entorno: trato claro, empático y muy ordenado en CRM.
- Logística y servicios B2B (inside sales junior)
 - Contexto: levantamiento de datos, citas para ejecutivos, actualización de pipeline.
 - Entorno: ritmo alto y apego a procesos.



Posiciones Similares en el Mercado

Título del puesto	Tipo de empresa	Similitud o diferencia
Especialista BDC Automotriz	Concesionarias / OEM / agencias automotrices	Muy similar. Outbound, agenda de test drives, seguimiento en CRM; mismo contexto sectorial.
Agente de Contact Center Outbound	Contact center / BPO	Similar. Alto volumen de llamadas y KPIs diarios; puede requerir entrenamiento en Salesforce y terminología automotriz.
Ejecutivo de Telemarketing	Diversos (servicios financieros, educación)	Similar. Llamadas salientes, manejo de objeciones; puede carecer de handoff detallado a piso de ventas.