

# CHECKLIST GRATUITO:

Cómo construir un chatbot efectivo







Implementá asistentes virtuales en tu site y tu Messenger, que les resulten útiles a tus visitantes



## Cómo implementar un chatbot útil para tus visitantes

### Checklist para implementar chatbots en HubSpot

¿Estás listo(a) para activar tu primer chatbot de HubSpot? Aquí te comparto una lista de tareas que deberías cumplir a la hora de implementarlo, a fin de tener grandes resultados.

	Tarea	En progreso	Hecho
	<b>Identificá a tu audiencia.</b> ¿A quién querés que tu chatbot atienda? Ubicá este esfuerzo dentro de tu estrategia de marketing digital, definí a quién te vas a dirigir con tu chatbot y aportale valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<b>Definí un objetivo.</b> Tener un objetivo SMART te ayudará a configurar y medir correctamente el funcionamiento de tu chatbot. ¿Qué querés lograr con el chatbot?: ¿captar leads, conectar con tus oportunidades de venta o deleitar a tus clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<b>Analizá en qué página de tu site deberías ubicar tu chatbot.</b> Pensá en la cantidad de visitas que reciben tus páginas, las palabras clave con las cuales te encuentran y la tasa de conversion de visitas a leads. Estos datos te ayudarán a saber en qué página deberías activar tu chatbot.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<b>Inscribí tus nuevos contactos en un workflow.</b> Dependiendo del objetivo SMART que hayás definido para tu chatbot, inscribí en un workflow de seguimiento a los contactos que captés con esta herramienta. Una buena venta puede iniciar con una buena conversación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Tarea

## En progreso

## Hecho



**Que tu chatbot sea coherente con la página donde está habilitado.** Cuando hayás definido dónde implementar tu chatbot, pensá en un mensaje inicial y en una conversación automatizada que concuerde con el contenido la página.



**Usá un tono conversacional.** Es importante que tus usuarios sepan que están interactuando con un chatbot; pero también es importante que el chatbot no suene a robot. Para ello, usá el léxico y el tono más adecuado para tu buyer persona.



**Investigá las necesidades de tus usuarios.** Así como tu chatbot debe ser coherente con la página donde está publicado, también tiene que responder a las necesidades de información que los visitantes de tu página expresan. Ejecutá instrumentos de investigación que te permitan conocer estas necesidades.



**Probá tu chatbot antes de publicarlo.** No te arriesgués a causarle una mala impresión a tus usuarios. Luego de que hayás construido tu chatbot, probalo con un grupo de colaboradores. Cuando te hayás asegurado de que funciona correctamente, será momento de publicarlo.



**Medí tus resultados.** Revisá periódicamente las estadísticas que te arroja HubSpot sobre el funcionamiento de tus chatbots. Concentrate especialmente en el balance entre conversaciones iniciadas, conversaciones completadas y conversaciones abandonadas, para que optimicés tu asistente virtual a partir de estos resultados.



# Sobre nosotros

“Usuarios felices”. Así se resume el quehacer de **Dinterweb**, la primera agencia HubSpot Gold Partner en Costa Rica.

¿Pero qué significa HubSpot Gold Partner? Las personas están cada vez mejor preparadas para escapar de la publicidad intrusiva. ¿Anuncios por televisión? ¿Pautas radiales? ¿Comerciales en YouTube? Los usuarios saben cómo evitarlos y, si no lo logran, tampoco le prestan mucha atención. Al contrario, el marketing tradicional genera incomodidad y, en consecuencia, ha fracasado.



¿Querés platicar con un especialista en Inbound Marketing? Agendá una cita con uno de nuestros expertos, [en este enlace](#).