



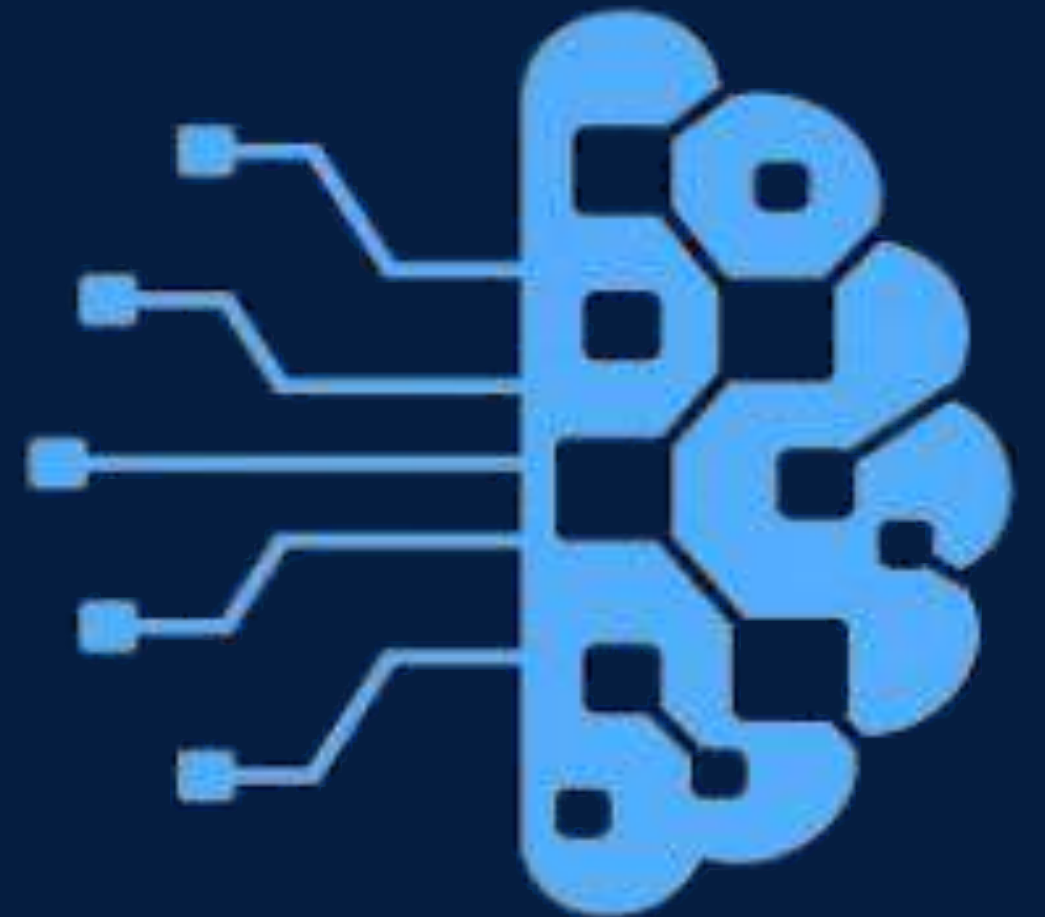
INTELIVENTA

Gestión de Leads

Para el sector constructor

Colombia · 2026

Alfredo Sara · Andrés Pardo





Alfredo Sara

Periodista y Magíster en Dirección Estratégica de Ventas (UAI) con 20 años de experiencia en áreas comerciales de los sectores inmobiliario, construcción, comunicaciones y gobierno. Experto en proyectos para aumentar la rentabilidad, gestión de clientes y estrategias de comunicación corporativa.



Andrés Pardo

Psicólogo y Magíster en Dirección Estratégica de Ventas (UAI).

Con 22 años de experiencia liderando equipos comerciales en la industria inmobiliaria chilena.

Profesor del curso de Marketing y Ventas Inmobiliarias en el ESE de la Universidad de los Andes.

Autor de La nueva venta inmobiliaria: el poder de la videollamada más allá de la pandemia.

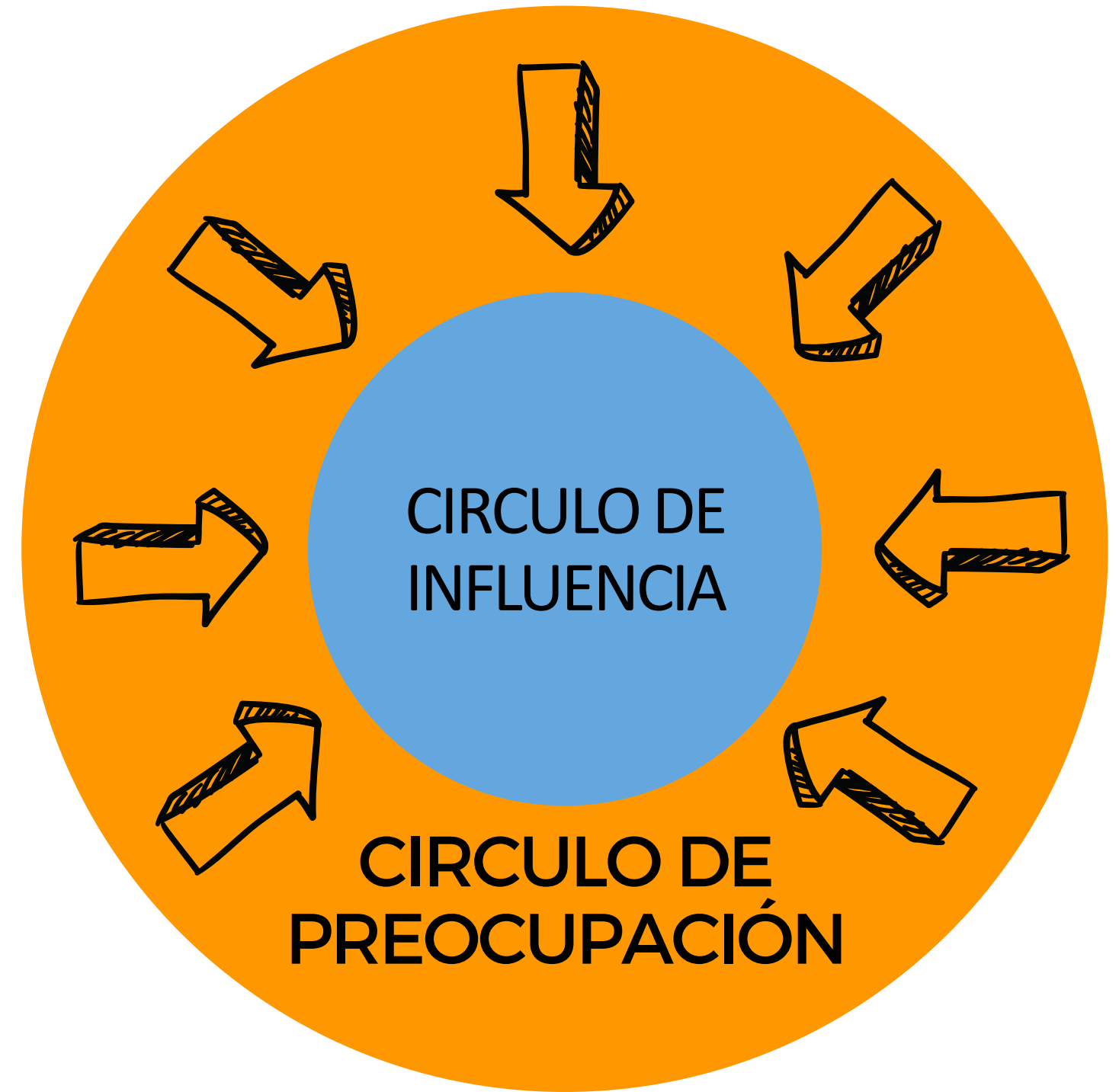


¿Cómo podríamos mejorar las ventas?

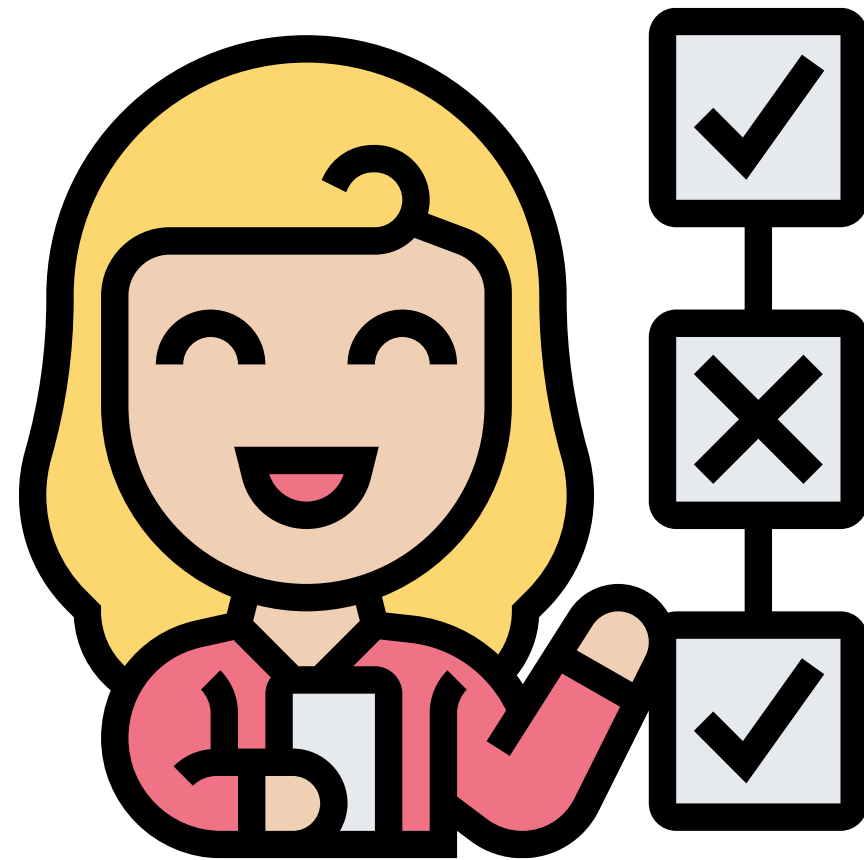
¿ME OCUPO O PREOCUPO?



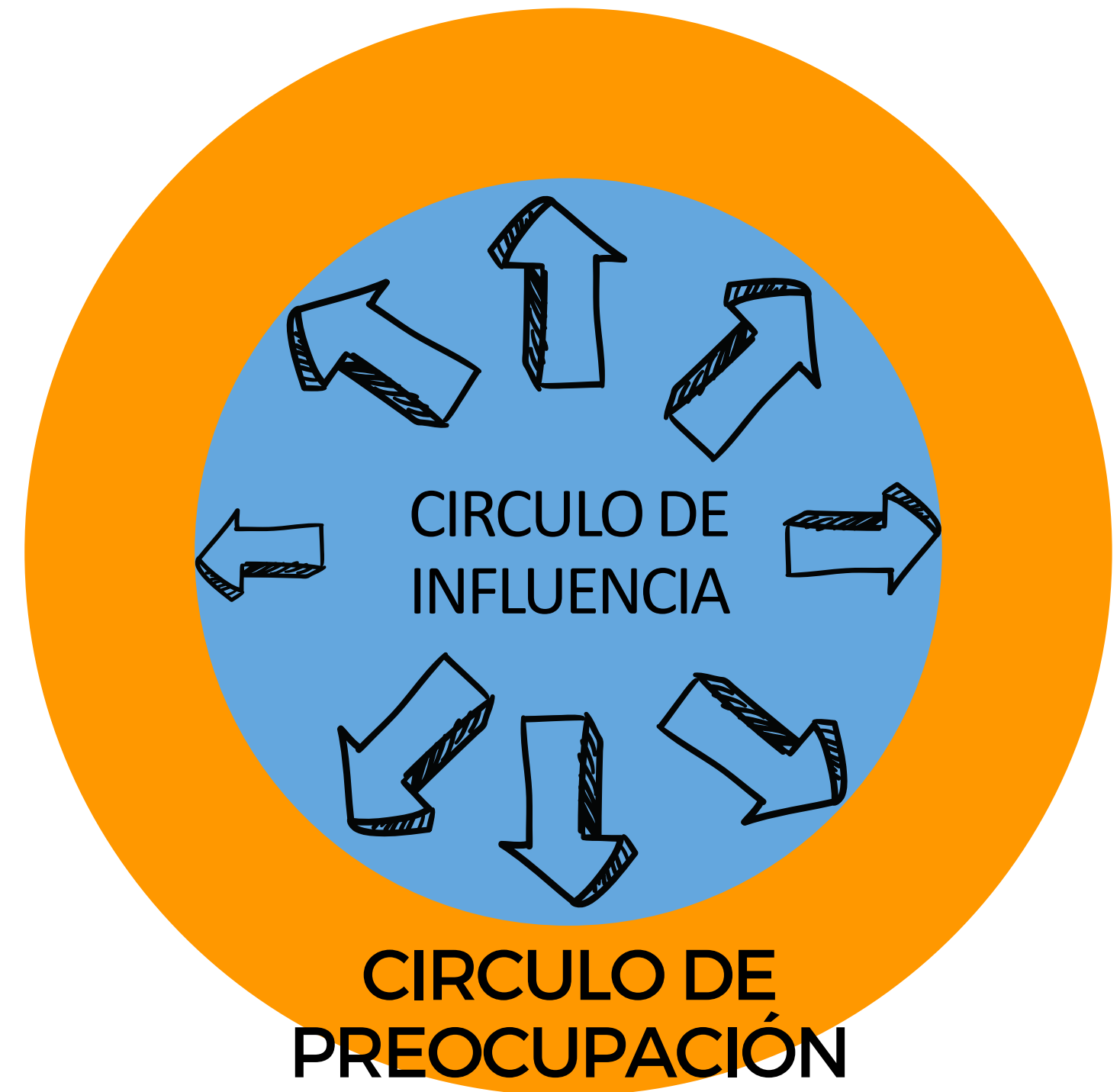
PREOCUPADO



¿ME OCUPO O PREOCUPO?



OCUPADO





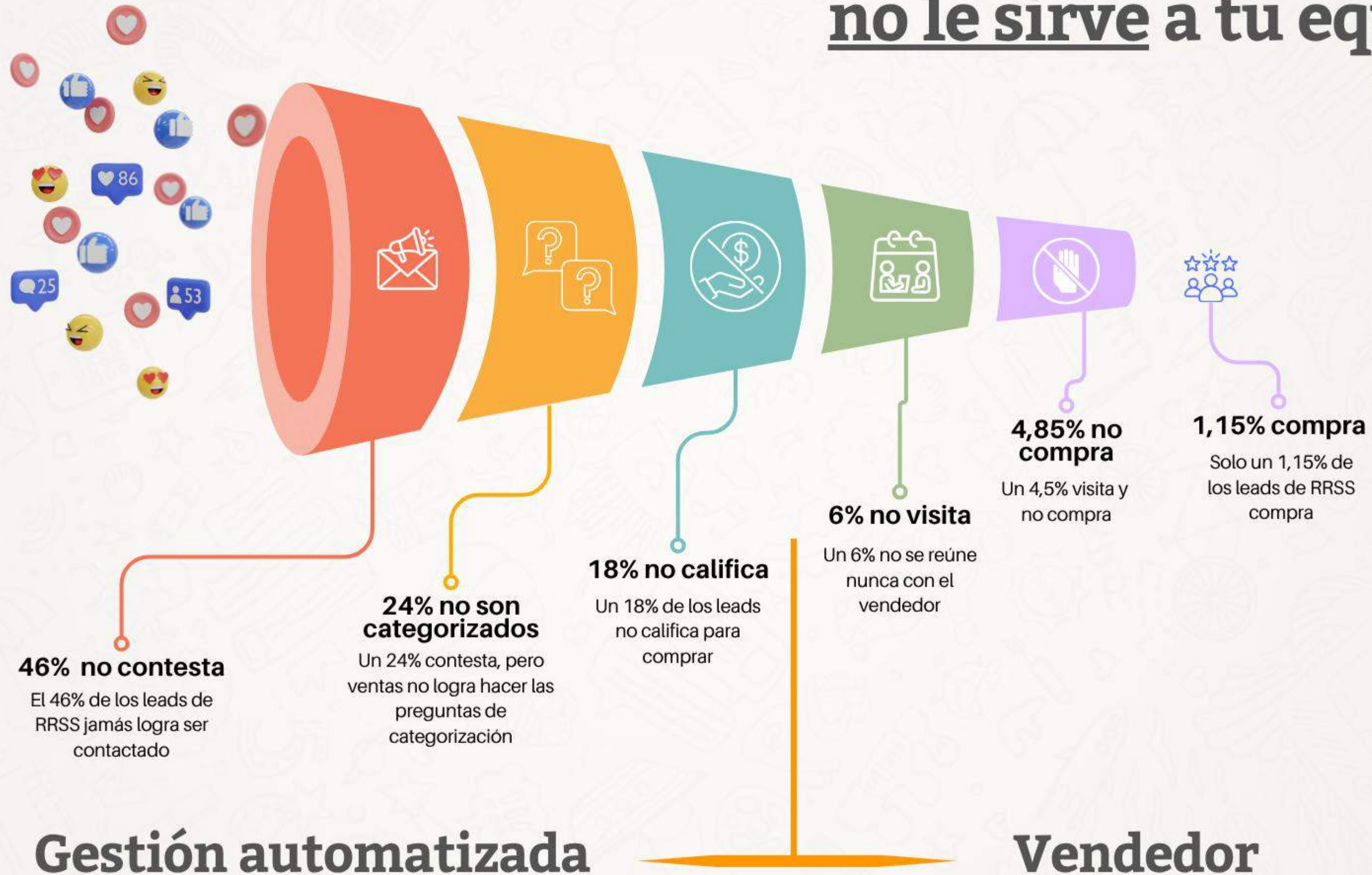


EN LOS PIES DE UN VENDEDOR





El 88% de los leads no le sirve a tu equipo de ventas





VENTAS V/S MARKETING



FUNNEL DE VENTAS

ANALIZAR MI DATA

	Digital	Nexo	Página web	Facebook	Mailing	Empresa
Leads	383	251	463	1172	19	2288
Visitas	27	33	32	65	18	175
% de conversión Lead/visita	7%	13%	7%	6%	95%	8%
Seperación	8	9	8	24	0	49
% de conversión visita/separación	30%	27%	25%	37%	0%	28%
% conversión lead/separación	2,1%	3,6%	1,7%	2,0%	0,0%	2,1%
Venta	6	4	7	16	0	33
% conversión de separación/venta	75%	44%	88%	67%	0%	67%

Aquel que en la mano sólo
tiene un martillo, anda viendo
sólo clavos...



Marketing debe ayudar a los
vendedores a evolucionar...

¿Por qué la venta será más digital cada vez?



NO HAY QUE MOVERSE DE LA CASA U OFICINA



PUEDO REVISAR QUE DICEN OTROS USUARIOS

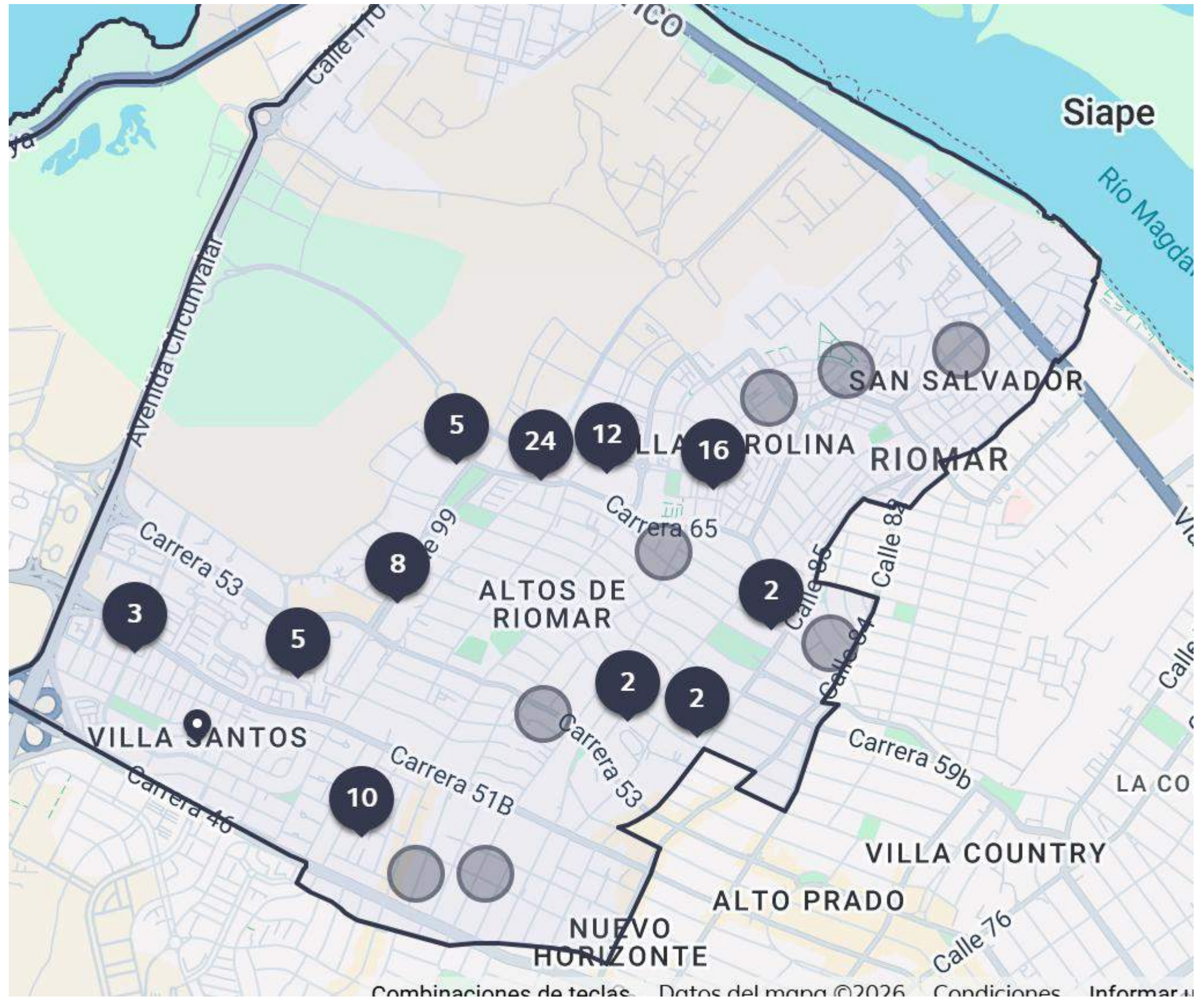


TENGO ACCESO A TODA LA INFORMACIÓN QUE DESEE



Y SI QUIERO...PUEDO PEDIR QUE ME CONTACTEN

Oferta de proyectos Riomar






Cada día es más difícil
diferenciarse por el producto

Modelos



 24.67 m² totales

 1 dormitorios

 1 baños



 41.37 m² totales

 2 dormitorios

 1 baños




 61.63 m² totales

 2 dormitorios

 2 baños



 83.27 m² totales

 3 dormitorios

 2 baños



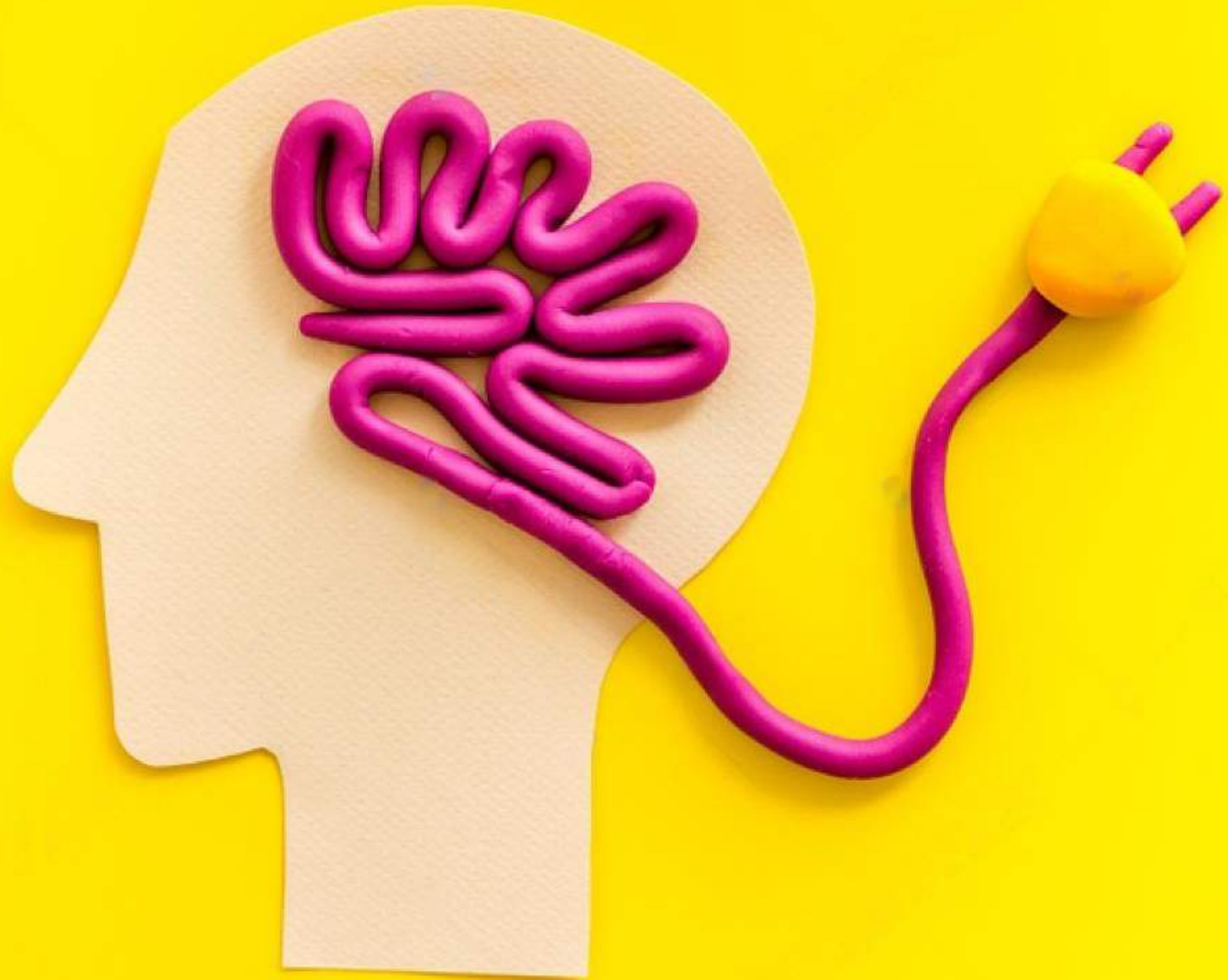
¿Qué venden todos?



El cerebro del
comprador



**La
batalla
por la
atención
del
cliente**



A blurred office scene with people working at desks. The image is out of focus, showing silhouettes of people in a modern office environment with large windows in the background. The text is overlaid in the center.

DESARROLLANDO UN PROGRAMA EXITOSO DE GESTION DE LEADS

OBJETIVO DE LA GESTIÓN DE LEADS



CATEGORIZAR



LLEVAR A SALA DE VENTAS



ATENCIÓN VIRTUAL

A high-angle photograph of a single footprint in the sand. The footprint is oriented diagonally from the top right towards the bottom left. The sand is light-colored and textured. A faint grid of thin lines is overlaid on the entire image. The footprint itself shows a distinct tread pattern of parallel ridges.

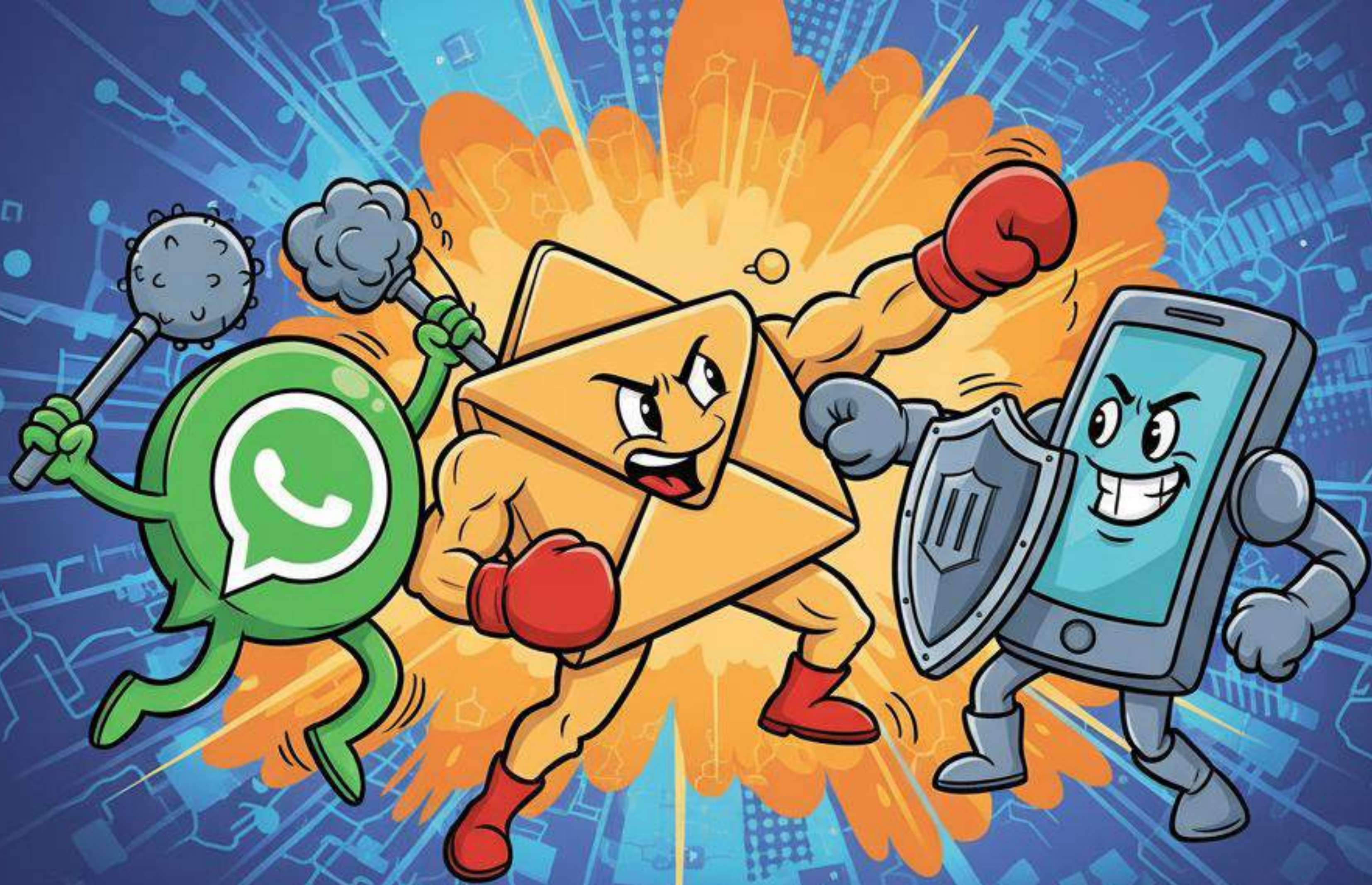
Los **8** pasos para la gestión efectiva de leads



Contacto oportuno



Un lead tiene 21 posibilidades más de contacto si es llamado dentro de los primeros 5 minutos de hecha la consulta.



Métrica	WhatsApp	Email	Llamadas
Tasa de Apertura	98%	23%	28%*
Tasa de Respuesta	40%+	<10%	Inmediata**
Tiempo de Respuesta	Minutos	Horas/Días	En vivo
Conversión	Alta	1-2%	Alta***
Costo por Lead	Medio	Bajo	Alto
Mejor Uso	<u>Engagement</u>	Documentación	Cierre
Alcance Masivo	★★★★★	★★★★★	★★
Personalización	★★★★★	★★★	★★★★★

231

45.2% del total

El lead fantasma

Llegó, dejó su número en el portal, pero nunca respondió al bot. Son el grupo más grande. No es un problema del chatbot — es calidad del lead o timing del primer contacto.

→ Revisar cadencia de contacto inicial y segmentación de pauta en RRSS.

El indeciso silencioso

55.4% de conv.

30.3% del total

Responde lo que el bot pregunta, pero solo con monosilábicos. No hace preguntas propias. Es el más frecuente y el más difícil de calificar — nunca revela intención real.

«Me interesa» → «Sí» → «2 dormitorios» → «Ok gracias»

«Bien» → «Sí» → «No por el momento, muchas gracias»

→ Activar con pregunta abierta al turno 3 si no hay señal de intención.

El explorador financiero

26.1% de conv.

14.3% del total

Su primera pregunta real es sobre precio, dividiendo o renta mínima. Llega a la simulación pero abandona cuando el requisito supera su capacidad. No es que no quiera comprar — es que no califica.

«Cuánto es el pie?» → «No me alcanza la renta»

«No tengo con quién complementar renta»

→ Ofrecer bono pie y DS1 antes de que abandone.

El buscador de arriendo

11.8% de conv.

6.5% del total

Llega con intención de arrendar, no de comprar. El bot lo trata como comprador y lo pierde sin calificarlo. Algunos pivotan hacia 'arriendo con opción a compra'.

«¿Tienen solo opción de compra o también arriendos?»

«Lo lamento, estoy buscando depto en arriendo»

→ 53 conversaciones perdidas por falta de nodo específico.

El comprador avanzado

6.8% de conv.

3.7% del total

Ya sabe lo que quiere. Pregunta por tipología específica, piso, orientación y subsidios. Sus conversaciones son las más largas (10+ mensajes). Es el lead de mayor valor.

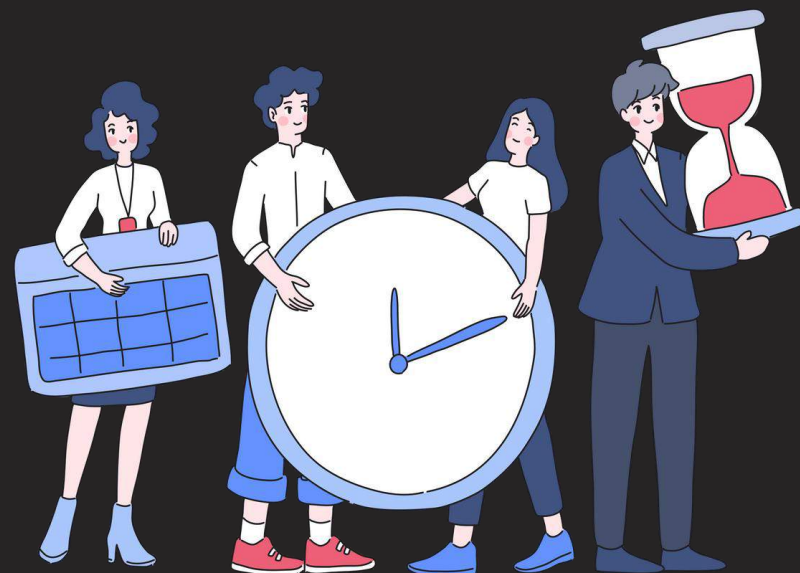
«Estoy interesado en la segunda torre de Kaiwe»

«Quiero una cotización y agendar una visita»

→ Derivar a vendedor antes en el flujo, no esperar al final del bot.

Problemas de administración del tiempo

¿Cuál es el horario que tengo menos visitas?
¿Qué actividades puedo hacer en horarios menos útiles?



GESTIÓN DEL TIEMPO

1 PLANIFICA EN 10 MINUTOS EL DÍA QUE EMPIEZA

Antes de comenzar cualquier actividad.



2 ENFÓCATE en una tarea cada vez

La multitarea no es efectiva ... está más que probado.



10 ESCRIBE TUS OBJETIVOS a largo plazo, cada año que empieza y cada mes que comienza.



3 CONTROLA TU VOLUNTAD

Sin fuerza de Voluntad no podrás hacer nada. (y se agota según pasa el día)



9 PLANIFICA DE FORMA CONSTANTE las próximas semanas, la semana actual ... Cada día.



4 PRIMERO LO MÁS DIFÍCIL

Haz primero lo que menos te apetece hacer (o no lo harás).



8 APROVECHA LAS HORAS MÁGICAS Las tres primeras horas del día son las más productivas.



5 CREA UN ESPACIO libre de interrupciones.

En orden y en silencio se trabaja mejor.



7 NEGOCIA cuando alguien necesite tu tiempo. No lo regales a cualquiera.



6 APRENDE A POSPONER toda tarea que no sea la más importante en cada momento.





Perseverancia

Los vendedores pueden llegar a contactar al 90% de los clientes potenciales si hacen al menos 6 intentos de contactos. El promedio de contacto suele ser de 1,3 veces en los vendedores que llama.



2

Segmente

Si no puede abordarlos a todos utilice las estadísticas para predecir que medio puede generar más ventas.



Protocolo de gestión de leads

- Medios de contacto
- Velocidad de contacto
- Frecuencia de contacto
- Perseverancia de contacto
- Categorización de información
- Mensaje

3

Utilice un script de llamado/Protocolo

Hacer con soltura lo que es difícil a los demás, he ahí la señal del talento; hacer lo que es imposible al talento, he ahí el signo del genio.

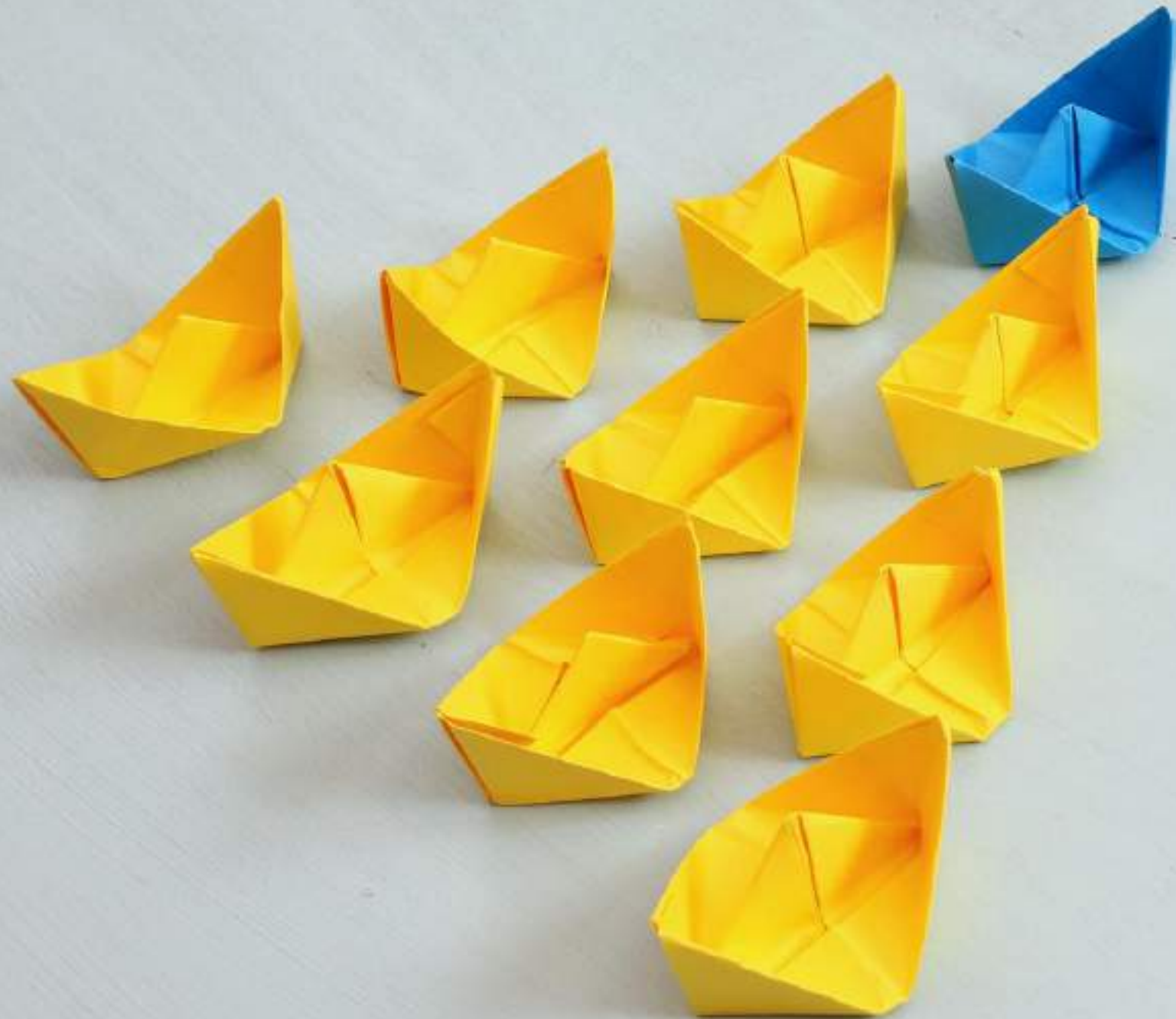


Elabora tu propio Script

- Presentación (cercana, amigable)
- Vinculación (porque lo esta llamando)
- Sondeo preguntas, categorización del lead
- Exposición, presentación, orientación
- Presentación de una oportunidad
- Acuerdos, despedida

Categorización de leads

- ¿Le gusta y sirve lo que vió?
- ¿Qué necesita?
- ¿Cuándo lo necesita?
- ¿Cuánto puede?



4+



Sonrisa digital

5

Presentación de una oportunidad

6



**Genere
acuerdos**

7



Registre en el sistema

The image shows a screenshot of a CRM system interface. On the left, there is a sidebar menu with items like 'Dashboard', 'Sala de Ventas', 'Inicio Cotización', 'Clientes', 'Aprobaciones', 'Promesas', 'Cuenta Corriente', 'General', 'Administración', 'PAC', and 'Reportes'. The main area displays a 'Ficha de Cliente' form with fields for 'Datos Cliente', 'Comparecientes', 'Documentos', and 'PAC'. The form contains the following information:

- RUT : 11.111.111-1
- Nombre : PRUEBAS PLAN OK PRUEBA
- Comuna :

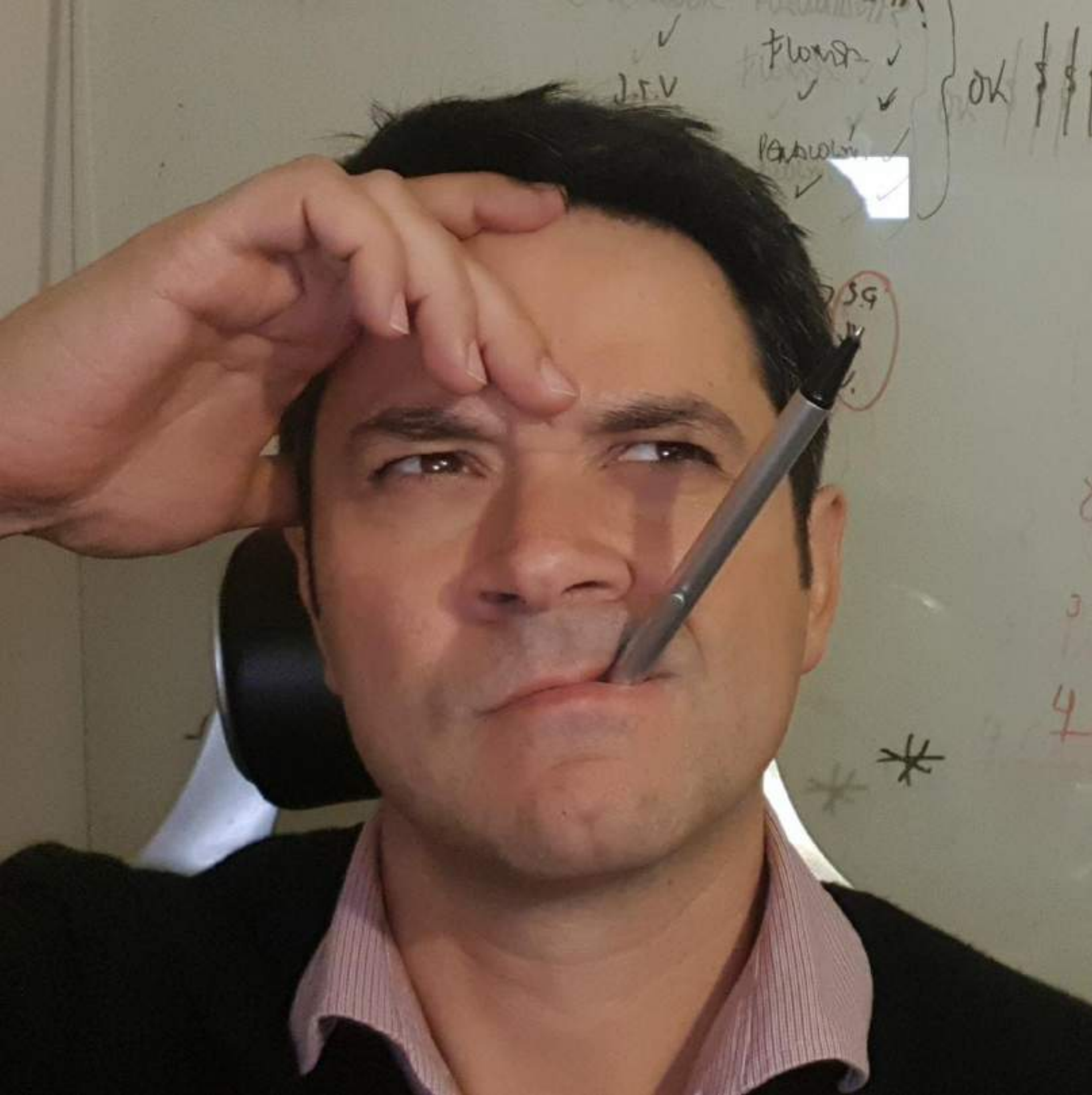
Below the form, there are buttons for 'Cotización en Sala', 'Cotización a Distancia', 'Visita sin Cotizar', and 'Seguimiento Cliente'. At the bottom, there is a table with columns: Proyecto, Fecha, Recontacto, Tipo contacto, Expectativa, Comentario, and Ejecución. The table is currently empty.

Overlaid on the right side is a modal window titled 'Evaluación Cliente'. It contains the following information:

- Expectativa actual: Muy Baja
- Ultima fecha de contacto definida: 25-06-2019
- Expectativa: SELECCIONE (dropdown)
- Tipo Contacto: SELECCIONE (dropdown)
- Comentario: (text area)
- Fecha de Recontacto: 11-12-2019 (calendar icon)

At the bottom of the modal window, there are three buttons: 'Abortar', 'Realizar Encuesta y Guardar', and 'Guardar Evaluación'.

A large orange number '8' is overlaid on the left side of the page.



Resumen

Sea consciente de que las cosas cambiaron y lo que antes le funcionó ahora será menos efectivo.

- Contacto oportuno a los leads.
- Segmente su base.
- Utilice un script NO improvise.
- Sonría a distancia.
- Categorice sus leads.
- Presente una oportunidad
- Genere acuerdos.
- Registre correctamente en su sistema de ventas.

SEA PERSEVERANTE

● Servicios tecnológicos

Inteliventa SpA



ConiLead

Chatbot WhatsApp para calificación y gestión de leads inmobiliarios con integración CRM.

WhatsApp · n8n · Claude AI



entrenador.ai

Plataforma de entrenamiento en ventas con avatar IA, ejercicios interactivos y ranking de rendimiento.

IA generativa · HeyGen · Evaluación



Autofeedback

Monitoreo y análisis automático de conversaciones del equipo de ventas para mejora continua.

Análisis IA · Feedback automático



Dashboards e informes IA

Reportes interactivos de embudo, canal y rendimiento de vendedores a partir de datos de chatbot y CRM.

PowerPoint · HTML · Análisis

● Servicios tradicionales



Hunting ejecutivo

Búsqueda y selección de ejecutivos y vendedores para inmobiliarias en Chile, Perú, Colombia y más.

Headhunting · Garantía 4 meses



Mystery shopping

Auditorías de atención presencial y remota con metodología de doble escala, benchmark y comparativo de industria.

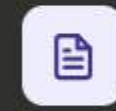
% conductual · Escala 1-7



Capacitación en ventas

Talleres presenciales y online de técnicas de venta consultiva para equipos de sala, jefes de proyecto y gerentes.

In-house · Online · Inmobiliario



Protocolos y estudios de mercado

Diseño de protocolos de atención y análisis comparativos de proyectos con análisis de precio, tipologías y competencia.

Chile · Perú · Colombia · Bolivia



inteligenta.ai

