[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 21/04/2022

# [HubSpot dice los errores frecuentes en los que caen los emprendedores mexicanos](http://www.notasdeprensa.es)

## Emprender es un reto empresarial complejo, por eso HubSpot, identificó algunos de los errores más comunes que cometen las personas cuando deciden emprender, y por esto entrega algunas recomendaciones y herramientas para superar estos obstáculos

De acuerdo con la Asociación para Inversores de Capital de Riesgo en América Latina (LAVCA), en 2021 los emprendimientos latinoamericanos atrajeron cerca de US $15,300 millones de las arcas de inversionistas de capital de riesgo especializados en el impulso de startups. Esta cifra aumentó en un 212% en comparación con las inversiones captadas por los emprendedores en 2019, antes de la pandemia; mostrando así una posible bonanza del emprendimiento no solo en México, sino a lo largo de la región. Falta de conocimiento del cliente al que quieren llegarLos emprendedores mexicanos necesitan conocer a su cliente ideal, es decir, aquel al que sueñan llegar para que consuma sus productos o servicios. El no conocerlo puede generar desperdicios en los esfuerzos para atraerlo, falta de norte en la estrategia y desalineación con las necesidades que buscan satisfacer. Las herramientas para construir el cliente ideal ayudan a las pequeñas y medianas empresas a conocer mejor el tipo de productos o servicios que deben ofrecer, a entender a sus clientes actuales y potenciales y por ende a saber cómo generar relaciones duraderas con ellos a través del entendimiento de sus necesidades, comportamientos y preocupaciones. Además, es importante que los emprendedores sepan que es posible e incluso sano tener más de un buyer persona. Según cifras de HubSpot, el conocer profundamente al cliente al que quieren llegar aumenta hasta 18 veces los ingresos de las compañías, a través de ventas más efectivas. Además, de acuerdo con la comunidad de expertos en mercadeo ITSMA, el 82% de las empresas que implementaron y usaron buyer personas fueron efectivos creando propuestas de valor de alta calidad. Falta de atención a sus canales digitalesLa pandemia modificó los hábitos de consumo de muchos mexicanas y mexicanos y disparó las consultas y transacciones a través de canales virtuales. En ese orden de ideas, los emprendedores no pueden perder de vista sus páginas web como un canal costo-eficiente para conectarse con sus clientes. Falta de información clara de contactoLos clientes ya no tienen tiempo para recorrer interminables menús de opciones en un call center o buscar cómo contactar a las compañías a través de rutas confusas en una página web. Los emprendedores deben facilitarles el camino. Un ejemplo que está cambiando la forma de presentar la información de contacto de las compañías a sus clientes actuales y potenciales es el uso de firmas personalizadas en los correos electrónicos. De acuerdo con el informe "El estado del marketing por correo electrónico empresarial", cerca del 82% de vendedores usan su firma en el correo para aumentar el reconocimiento de la marca, alrededor del 48% lo hace para generar tráfico al sitio web de su empresa y el 34% usa su firma para aumentar la generación de clientes potenciales; todo mientras hacen visible la información de contacto de las compañías sin importar su tamaño.

**Datos de contacto:**

Norma Aparicio

55 5511 7960

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/hubspot-dice-los-errores-frecuentes-en-los-que](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Telecomunicaciones Emprendedores E-Commerce Nuevo León Ciudad de México

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)