INBOUND OUTBOUND

@SENAcomunica
www.sena.edu.co

Nota: Espacio para logo o marca externa. El tamaño no debe superar el tamaño del logo SENA. **Eliminar este texto.**

Definición de conceptos

- **Venta de Entrada (Inbound Sales)**

Es un modelo comercial en el cual **el cliente inicia el contacto con la empresa**, motivado por una necesidad previamente identificada. Se basa en atraer prospectos mediante contenido, posicionamiento digital y estrategias de valor.

- **Venta de Salida (Outbound Sales)**

Es un modelo comercial donde **la empresa inicia el contacto con el cliente potencial**, a través de acciones proactivas de prospección y contacto directo.

Objetivo

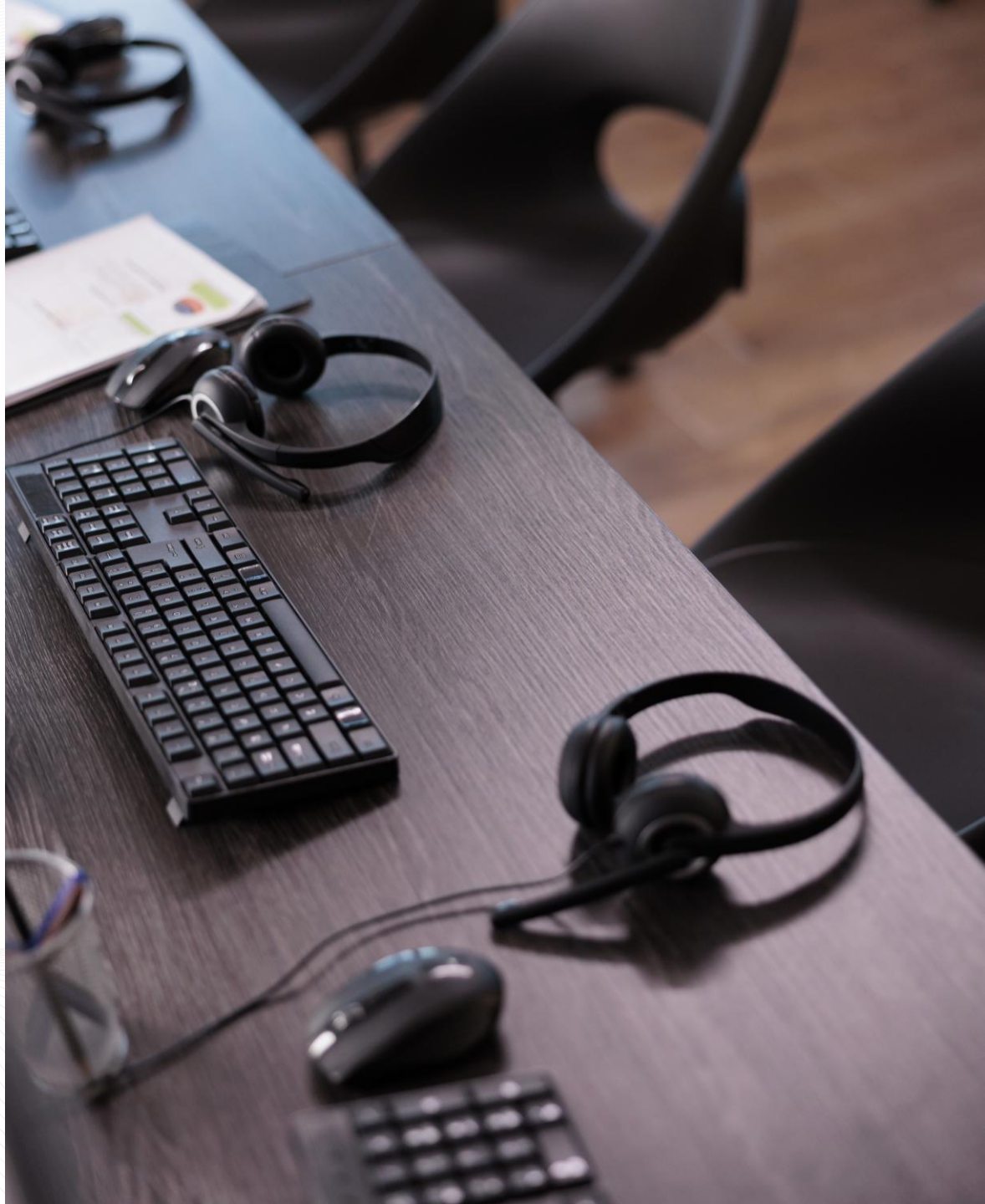
•**Inbound:** Convertir prospectos interesados en clientes, acompañando su proceso de decisión.

•**Outbound:** Generar oportunidades comerciales mediante contacto directo y persuasivo.

Tipo de clientes

•**Inbound:** Clientes que ya tienen una necesidad identificada y buscan información o solución.

•**Outbound:** Clientes potenciales que pueden o no ser conscientes de su necesidad.





Canales utilizados

Inbound:

- Página web
- E-commerce
- Redes sociales
- Blogs y marketing de contenidos
- Chat en línea
- Formularios digitales

Outbound:

- Llamadas en frío (cold calling)
- Email comercial directo
- WhatsApp empresarial
- Visitas comerciales
- Bases de datos y telemercadeo



Estrategias

Inbound:

- Marketing de contenidos
- SEO y posicionamiento
- Automatización de marketing
- Lead nurturing
- Venta consultiva

Outbound:

- Prospección activa
- Scripts comerciales
- Pitch de ventas
- Segmentación de bases de datos
- Seguimiento estructurado

Ventajas y desafíos

Inbound

Ventajas:

•Mayor probabilidad de cierre.
•Cliente más informado.
•Construye confianza.

Desafíos:

•Requiere tiempo para generar tráfico.
•Dependencia del marketing digital



Ventajas y desafíos

Outbound

Ventajas:

•Resultados más rápidos.
•Control directo del proceso.
•Expansión activa de mercado.

Desafíos:

•Mayor tasa de rechazo.
•Puede percibirse como invasivo.
•Requiere habilidades persuasivas sólidas.

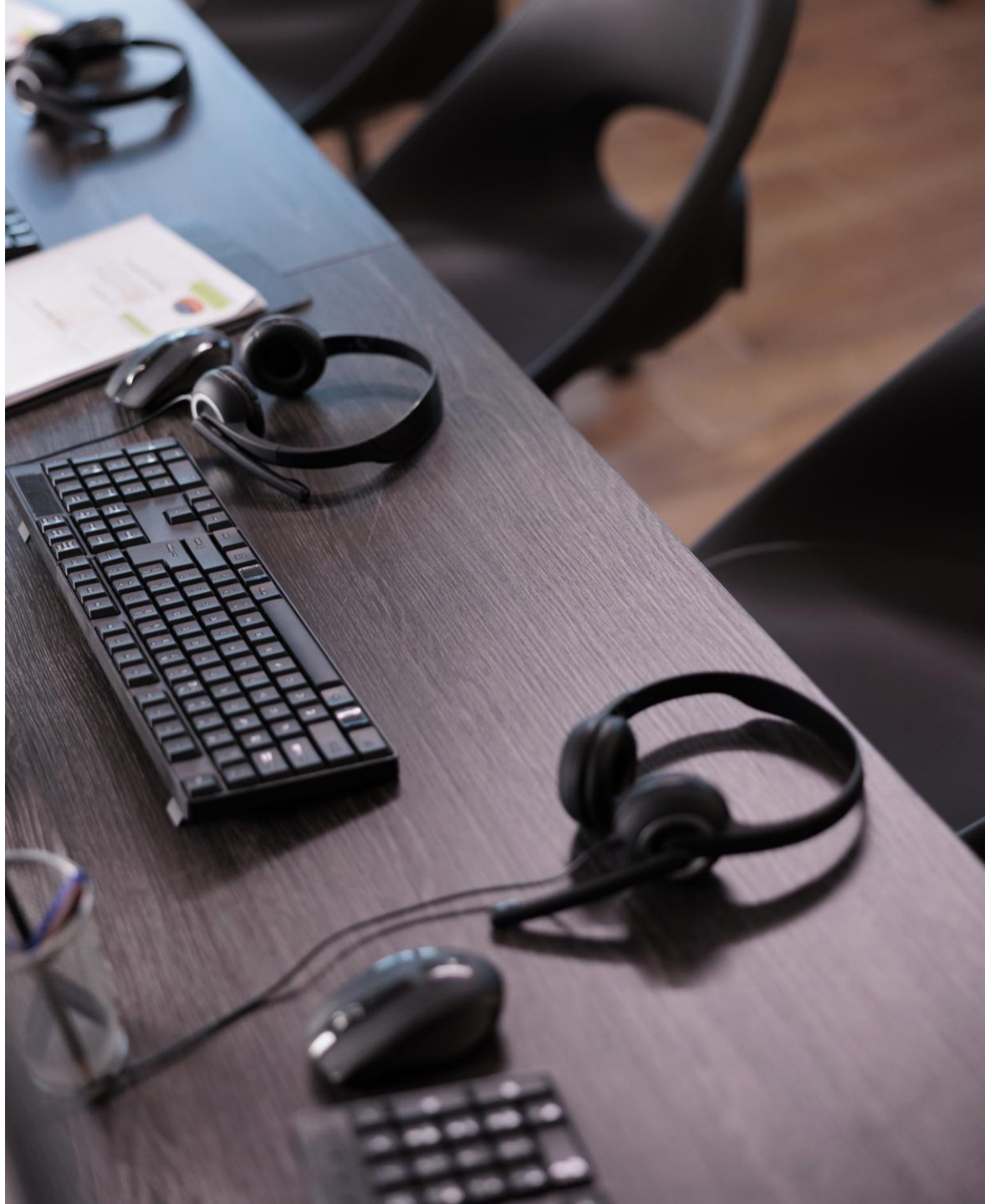




Características principales

Aspecto	Inbound	Outbound
Inicio del contacto	Lo inicia el cliente	Lo inicia la empresa
Enfoque	Atracción y acompañamiento	Prospección y persuasión
Nivel de interés	Alto o moderado	Variable
Proceso	Consultivo	Directo
Relación	Construcción de confianza	Generación de oportunidad
Uso frecuente en	E-commerce, B2C digital	Call center, B2B, televentas

Criterio	Venta Inbound	Venta Outbound
Definición	Estrategia donde el cliente busca y contacta a la empresa.	Estrategia donde la empresa contacta activamente al cliente potencial.
Objetivo	Convertir interés en decisión de compra.	Generar oportunidades comerciales nuevas.
Tipo de cliente	Cliente informado y con necesidad identificada.	Cliente potencial, puede no estar buscando activamente.
Canales	Web, redes sociales, chat, email entrante.	Llamadas salientes, email directo, visitas comerciales.
Estrategias	Marketing de contenidos, automatización, CRM.	Prospección, scripts, segmentación de bases.
Ventajas	Mayor tasa de conversión y confianza.	Control del mercado y expansión rápida.
Desafíos	Requiere inversión en contenido y posicionamiento.	Alta tasa de rechazo y desgaste comercial.





Conclusión

La venta inbound y outbound no son excluyentes, sino complementarias. En entornos omnicanal y en Contact Center, las organizaciones modernas integran ambos modelos para optimizar conversión, cobertura y experiencia del cliente.

GRACIAS

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

Líneas de atención al ciudadano, empresarios y PQRS:
Bogotá: +(57) 601 736 60 60
Línea gratuita resto del país: 018000 91 02 70
Línea nacional: +(57) 601 546 15 00