

Preguntas clave para hablar **con tus datos de Hubspot**

En esta guía encontrarás una selección de preguntas para conversar directamente con tus datos de HubSpot.

¿Aún no tienes la integración? Aprende a conectarlo en nuestros tutoriales:

[Gemini](#) | [ChatGPT](#) | [Claude](#)

01 Ventas: foco en lo que cierra **3**

02 Marketing: entender qué funciona **4**

03 Clientes: retención y riesgo **5**

04 Datos: limpieza y calidad **6**

1 Ventas: foco en lo que cierra

01 Preguntas descriptivas

- ¿Dónde se atascan más los negocios en mi pipeline?
- ¿Qué negocios tengo asignados y en qué etapa del pipeline están?
- ¿Cuáles son los negocios que llevan más de 30 días sin actividad?
- ¿Qué contactos de la empresa XYZ han interactuado recientemente?
- ¿Cuántas llamadas y reuniones se han registrado este mes por comercial?

02 Preguntas prescriptivas

- Dime qué negocios llevan estancados más de 45 días y qué me recomiendas hacer con cada uno
- ¿En qué etapa del pipeline se pierden más oportunidades?
¿Qué podría estar fallando?
- ¿A qué contactos debería priorizar para un seguimiento esta semana?
- ¿Qué productos o servicios debería proponer a cada cliente según su historial de compra?
- Analiza mis negocios perdidos del último trimestre y dime qué tienen en común.

03 Preguntas predictivas

- ¿Qué negocios tienen más probabilidad de cerrarse este mes?
- ¿Qué clientes tienen más probabilidades de renovar o hacer upsell según su historial?
- Viendo el ritmo actual de negocios en el pipeline, ¿crees que alcanzaremos el objetivo del trimestre?
- ¿Qué comerciales tienen probabilidades de superar su cuota este mes según su actividad?
- Basándote en los negocios perdidos recientes, ¿qué objeciones serán las más frecuentes el próximo trimestre?

2 Marketing: entender qué funciona

01 Preguntas descriptivas

- ¿Qué fuentes de lead generan clientes que más retienen?
- ¿Qué cohorte de contactos recientes convierten mejor?
- ¿Cuántas landing pages tenemos publicadas y cuáles tienen mayor tasa de conversión?
- ¿Cuántos contactos nuevos hemos captado por fuente (orgánico, paid, email...) este mes?
- ¿Qué campañas están activas y cuál es su rendimiento (clics, conversiones, ingresos)?

02 Preguntas prescriptivas

- Diseña una secuencia de nurturing para los leads más activos del último mes
- ¿Qué segmentos de contactos están menos trabajados y merecerían una campaña específica?
- Tenemos estas landing pages con baja conversión, ¿qué me sugieres revisar?
- ¿Qué tipo de contenido deberíamos crear viendo los temas que generan más leads?
- ¿Qué canal o campaña deberíamos potenciar con más presupuesto según el coste por lead actual?

03 Preguntas predictivas

- Viendo la evolución de captación de leads, ¿qué tendencia se observa para los próximos meses?
- ¿Qué canal parece que va a traer más oportunidades si seguimos con la inversión actual?
- ¿Qué segmento de contactos tiene más probabilidades de convertirse en cliente en los próximos 60 días?
- Si mantenemos el ritmo actual de publicación de contenido, ¿cuándo alcanzaremos X contactos en la base de datos?
- ¿Qué campañas tienen riesgo de agotarse o perder rendimiento si no se actualizan pronto?

3 Clientes: retención y riesgo

01 Preguntas descriptivas

- ¿Cuáles son los problemas de soporte más repetidos este trimestre?
- ¿Cuántos tickets están abiertos, en curso o pendientes de respuesta?
- ¿Qué tickets llevan más tiempo sin actualizarse?
- ¿Qué clientes o empresas han generado más tickets en los últimos 6 meses?
- ¿Hay contactos con suscripciones activas que tengan tickets sin resolver?

02 Preguntas prescriptivas

- ¿Qué cuentas están en riesgo de fuga según su actividad reciente?
- Identifica empresas inactivas con potencial de reactivación
- ¿Hay patrones en los tickets que anticipen problemas recurrentes?
- ¿A qué empresa debería dedicar más atención de soporte este mes y por qué?
- ¿Qué clientes llevan más de 90 días sin interacción y merecerían una campaña de reactivación?

03 Preguntas predictivas

- ¿Qué clientes tienen señales de riesgo de churn basándome en su actividad reciente?
- ¿Qué empresas tienen más probabilidades de ampliar su contrato en los próximos 3 meses?
- Si el volumen de tickets sigue creciendo al ritmo actual, ¿cuándo necesitaremos ampliar el equipo de soporte?
- ¿Qué tipo de incidencias podrían escalar si no se resuelven en los próximos 15 días?
- Basándote en el ciclo de vida de clientes similares, ¿cuáles están a punto de llegar a su momento de renovación?

4 Datos: limpieza y calidad

01 Preguntas descriptivas

- Encuentra contactos con campos clave vacíos
- ¿Qué negocios no tienen fecha de cierre definida?
- ¿Qué empresas no tienen ningún contacto asociado?
- ¿Cuántos contactos o empresas no tienen propietario asignado?
- ¿Hay contactos duplicados o sin email registrado?

02 Preguntas prescriptivas

- ¿Qué registros deberían enriquecerse con más información para mejorar la segmentación?
- ¿Qué propiedades personalizadas no se están usando y podrían eliminarse para simplificar el CRM?
- Dime qué objetos tienen más datos incompletos y propón un plan de limpieza por prioridad.
- ¿Qué contactos deberían archivarse o eliminarse por llevar más de 2 años sin actividad?
- ¿Qué negocios sin propietario asignado deberían reasignarse y a quién, según la carga actual del equipo?

03 Preguntas predictivas

- Si no limpiamos los contactos duplicados, ¿cómo afectará a la fiabilidad de los informes de conversión?
- ¿Qué impacto tendría en el scoring de leads completar los campos vacíos más relevantes?
- Si seguimos captando leads al ritmo actual sin depurar la base de datos, ¿cuándo empezará a degradarse la calidad de las segmentaciones?
- ¿Qué campos incompletos están afectando más a la automatización y podrían estar bloqueando workflows activos?
- Basándote en la tasa de desactualización actual, ¿qué porcentaje de la base de datos quedará obsoleta en 6 meses?



Contacta con nosotros

[➤ hola@aditu.ai](mailto:hola@aditu.ai)

[➤ aditu.ai](https://aditu.ai)

[➤ \(+34\) 944 555 613](tel:+34944555613)