



LAS VENTAS **HAN** CAMBIADO

LA PUERTA FRIA VS LA PROSPECCIÓN DIGITAL,
CÚAL ES LA MEJOR FORMA PARA INCREMENTAR
EL PIPELINE

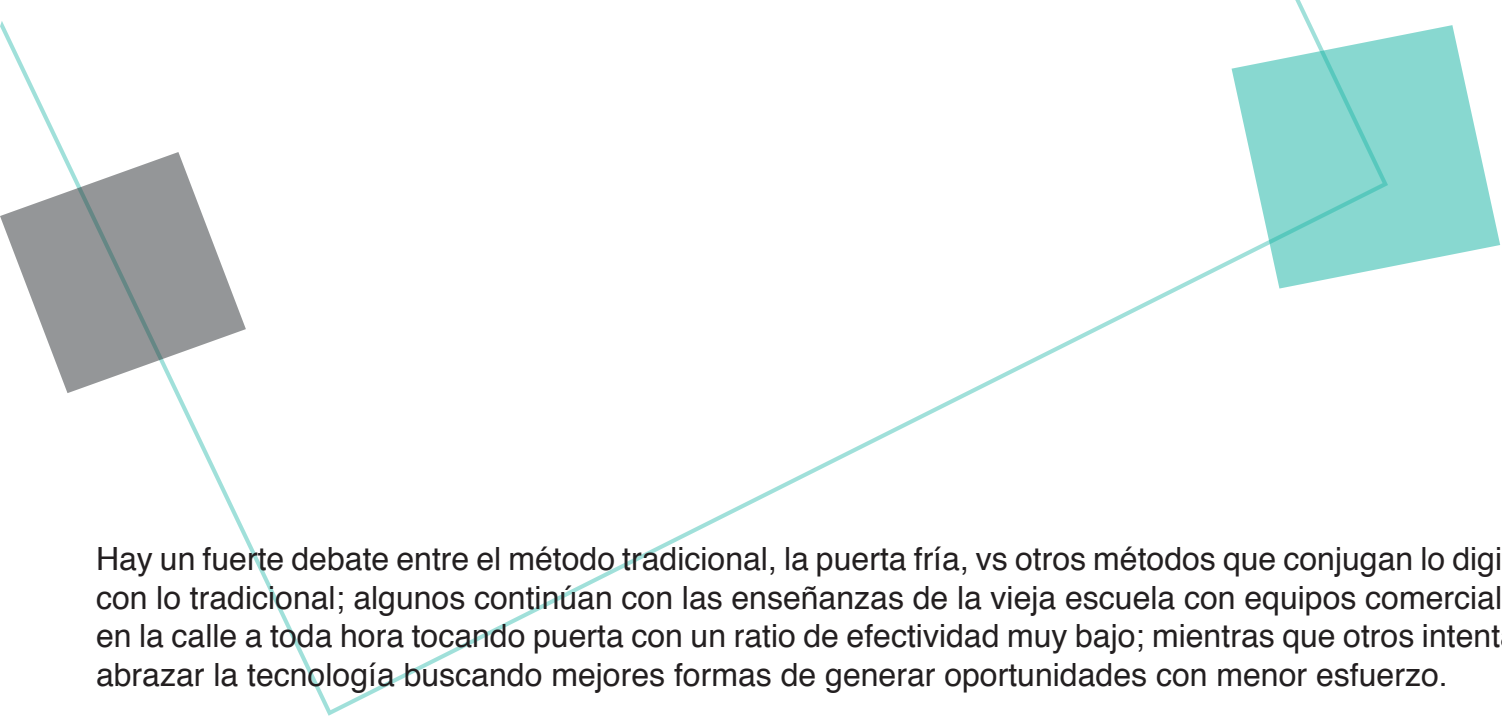




CONTENIDO

Introducción

- 1.- ¿Cual es el futuro de las ventas?
- 2.- Estadísticas, qué es mejor la puerta fría o la prospección digital
- 3.- Algunos de los errores (y los aciertos más comunes de un vendedor) cuando hace puerta fría.
- 4.- Algunos de los errores (y los aciertos más comunes de un vendedor) cuando hace prospección digital.
- 5.- La tecnología existente y lo que nos queda por ver.
- 6.- Las 5 estrategias para agilizar y hacer crecer tus ventas exponencialmente.



Hay un fuerte debate entre el método tradicional, la puerta fría, vs otros métodos que conjugan lo digital con lo tradicional; algunos continúan con las enseñanzas de la vieja escuela con equipos comerciales en la calle a toda hora tocando puerta con un ratio de efectividad muy bajo; mientras que otros intentan abrazar la tecnología buscando mejores formas de generar oportunidades con menor esfuerzo.

Hagas lo que hagas, siempre dependerá en lo que tu CLIENTE responda, ¡necesitamos vender como nuestros clientes quieren comprar! Esa es la verdadera clave de la cuestión.

Lo que ha cambiado realmente es nuestro CLIENTE, el consumidor moderno es digital, es móvil y está socialmente conectado; además, si le añadimos un componente generacional (las nuevas generaciones se comunican, viven y trabajan de una forma diferente), es aún más complicado entender qué, cómo y cuando.

Con este E Book pretendemos arrojar algo de luz al debate, ser capaces de conjugar lo que siempre ha funcionado, con nuevas formas de comunicación con nuestros CLIENTES, utilizar nuevos métodos para comunicarnos, para ser relevantes y estar en su cabeza a toda hora.

El CLIENTE realiza el viaje de compra sólo, sin ayuda, simplemente “googleando” buscando lo que necesita, investiga, y cuando tiene ya claro qué es exactamente lo que necesita y a quien necesita nos contacta; cuando lo hace un importantísimo 57% del viaje de compra ya ha pasado, y hemos perdido una oportunidad enorme de aportar valor para ser los elegidos.

Porque en el valor está la diferencia, quien es capaz de dar por dar (no dar por recibir) al final del camino recibirá su recompensa; se trata de posicionarte como un experto, ser una referencia para acabar siempre como la mejor alternativa a las necesidades de tus CLIENTES.

1.- ¿CUAL SERÁ EL FUTURO DE LAS VENTAS?

Los vendedores están usando una combinación de varios medios para contactar con sus prospectos, particularmente no me gusta la palabra prospecto, a nadie le gusta ser prospectado...; siendo la llamada en frío y los mails todavía los más usados.

Esperamos que esta tendencia continúe durante un tiempo, pero ya hay vendedores más avanzados en tecnología que empiezan a usar otros medios que, con la cadencia adecuada, hacen que sea más fácil la comunicación con un CLIENTE.



De cualquier forma, la oportunidad de cada forma de comunicación tiene una respuesta: "Cada CLIENTE es diferente, y a cada uno de ellos les gusta que comuniquemos con ellos de una forma determinada, es nuestra labor, encontrar cual de ellas es"

La prospección digital no es la respuesta única a todas las preguntas en ventas, no puedes construir pipeline uniéndote a grupos en Facebook, Youtube es un buscador fantástico pero ahí no está el medio para conseguir tus objetivos. No todos mis CLIENTES están en redes sociales, y ni siquiera LinkedIn tiene a todos los compradores que yo necesito on line.

La puerta fría tradicional no es un medio tampoco, pero conjugada con la tecnología adecuada puede ser la respuesta a muchas preguntas.

La puerta fría no está muerta, pero está agonizando, el vendedor moderno tiene que conectar con los compradores de la forma en que a ellos les gusta ser conectados. Esto puede significar que una llamada de teléfono con una prospección digital se convierten en puerta templada y no en puerta fría.

La venta digital no gira solo alrededor de las redes sociales, también incluye e mailing, mensajes, E books, videos, text messaging y como no, llamadas! Se trata de buscar el mejor medio para contactar con tus CLIENTES.

Los compradores van a comprar como quieren comprar, y nuestra labor como vendedores es identificar el cómo y acomodarnos a él.

2.- ESTADÍSTICAS, QUÉ ES MEJOR LA PUERTA FRÍA O LA PROSPECCIÓN DIGITAL

Las estadísticas van a cambiar, y todo depende de la persona con la que hablas y cómo formulan su trabajo en el día a día. Ambas formas funcionan, lo que tienes que identificar son dos cosas:

- 1.- ¿Qué te funciona hoy?
- 2.- ¿Qué va a funcionar en el futuro cercano y lejano?

Os pasamos algunas estadísticas que consideramos de valor y sus fuentes:



“El 75% de los ejecutivos de un survey, no tienen problemas en tener una cita o atender a un evento basado en una llamada o mail a puerta fría”
(DiscoverOrg)

“Tienes 4,2 veces más oportunidades de conseguir una cita si tienes una conexión personal con un comprador”
(Sales Benchmark Index)

“Si le devuelves una llamada a un CLIENTE, en los 5 primeros minutos del primero contacto, seguramente sea más fácil convertirlos en oportunidad!”
(InsideSales.com)

“El 71% de los consumidores prefieren ver un video que leer un texto con información”
(Hubspot)

“Únicamente el 6,3% de llamadas en frío, se convierten en conversaciones interesantes”
(InsideSales.com)

“Los mensajes de LinkedIn tienen un 53,8% de lectura, y un 17,8% en los que realmente ven la información que se les manda como útil” (InsideSales.com)

“El 98% de las empresas B2B ven valor a corto y largo plazo en Social Selling 2”
(Forrester)

Ahora, después de leer esto, seguramente pensarás que lo mejor es la tecnología y la respuesta para nosotros es ¡no! Simplemente una mezcla del modo tradicional y el uso de redes y tecnología es la respuesta.

3.- ALGUNOS DE LOS ERRORES (Y LOS ACIERTOS MÁS COMUNES DE UN VENDEDOR) CUANDO HACE PUERTA FRÍA.

BIEN

- Llamar o contactar a un lead antes de 5 minutos que te contacte incrementa la oportunidad de calificarlo como una oportunidad.
- Los miércoles y los jueves son los mejores días de la semana para hacer contacto.
- Las mejores horas son en las tardes, esta es una estadística para las Américas pero el ratio puede cambiar por país.
- De media se necesitan de 6 a 7 llamadas para conseguir una cita.
- Si dejas un mensaje en el contestador no debe durar más de 30 segundos.



MAL

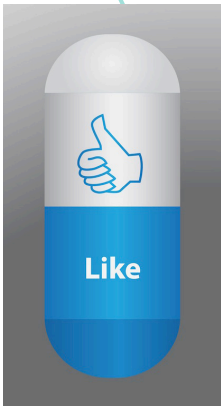
- Pasar más de 10 minutos haciendo búsqueda de información justo antes de la llamada, hay que prepararse antes.
- Usar el mismo script para hablar con todo el mundo, cada CLIENTE es diferente.
- Hablar mucho sobre ti, o simplemente hablar mucho. Punto!
- Llamar a puerta fría sin saber absolutamente nada sobre tu interlocutor, ya hay herramientas y están las redes sociales para conseguir información.
- Llamar sin un plan.



La tradicional puerta fría está agonizando, pero si la mezclas con la tecnología adecuada tus ratios de éxito se pueden incrementar exponencialmente, si todavía estás usando listados y un script olvídate de conseguir resultados. Prepárate, la preparación es la base del éxito, no llames sin un pla

4.- ALGUNOS DE LOS ERRORES (Y LOS ACIERTOS MÁS COMUNES DE UN VENDEDOR) CUANDO HACE PROSPECCIÓN DIGITAL.

BIEN



- Ser persistente, de media solo un 24% de los mails de ventas son abiertos.
- Utilizar referidos “virtuales” como presentación.
- Usar más de un medio de comunicación, tres es lo óptimo. Y mezclarlos.
- Utilizar whatsapp y mensajes de texto, hay un 81% de prospectos que no tienen inconveniente en responderlos.
- Utilizar videos en tus comunicaciones, triplican el número de personas que hacen click.
- Personalizar tus comunicaciones y poner títulos que enganchen.
- Utilizar las redes sociales para conseguir información.

- El objetivo es hacer que tus conexiones virtuales se conviertan en reuniones.

MAL



- Conectar y olvidarte de tus prospectos, compartir valor continuamente
- Enviar lo mismo a todo el mundo, hay que segmentar la comunicación.
- Olvidarte de tus prospectos si no te contestan, si eres persistente tendrás resultados.
- Menos es más, no mandar mensajes kilométricos, buscar la sencillez.
- Ignorar a LinkedIn. De media los ratios de respuesta triplican al mail convencional.

La prospección digital no es solo LinkedIn, se trata de utilizar todos los medios de comunicación: video, e mail, redes, textos e incluso inteligencia artificial para estar en continuo contacto con el CLIENTE dándoles valor.

5.- LA TECNOLOGÍA EXISTENTE Y LO QUE NOS QUEDA POR VER.

Ningún método de venta es efectivo al 100%, pero mezclados pueden contribuir a mejorar los resultados de las empresas. Hay herramientas predictivas y de machine learning que nos pueden ayudar a tomar las mejores decisiones.

Hay, sobre todo, 5 tipos de herramientas que los vendedores pueden usar en su día a día:

- 1.- Prospección en redes sociales
- 2.- Bases de datos
- 3.- E mailing
- 4.- Teléfono
- 5.- Herramientas de cadencia en la comunicación.

Estas últimas son toda una novedad, combinan teléfono, mail, redes, voicemail y video, así como otras herramientas, de forma que el vendedor puede planificar su follow up a cada cliente en función de sus necesidades.



6.- LAS 5 ESTRATEGIAS PARA AGILIZAR Y HACER CRECER TUS VENTAS EXPONENCIALMENTE.

1.- Utilizar todos los canales de comunicación.

Cada CLIENTE tiene sus preferencias, si no usas varios medios para intentar entender cómo quiere comprar no descubrirás el más efectivo para cada uno.

La palabra clave empieza por P y termina por A, es decir, ¡PRUEBA!. Mira que medio te funciona mejor con cada uno y úsalo a tu mejor conveniencia.

2.- Personalizar el contenido.

Tienes que hacerles sentir especiales, suena fácil pero no lo es tanto. Hace años cuando empecé en ventas me volvía loco al entrar en una sala de reuniones buscando el nexo de unión con mi prospecto para romper el hielo, una foto, un premio, un diploma... Lo mejor es que hoy puedes conocer a tu interlocutor, antes de la reunión.

Este es uno de los mejores usos de la prospección digital, hay que encontrar una historia y buscar los puntos en común, hoy lo tenemos mucho más fácil.

3.- Tienes que estar donde están tus CLIENTES.

Y eso, hoy en día en la mayor parte de las ocasiones es ¡on line! Tienes que buscarles, en redes, en blogs, en cualquier información sobre la compañía; entender quienes son, qué les gusta incluso antes de que les guste. Hoy tenemos herramientas que nunca tuvimos, ¡úsalas!

La persistencia es también necesaria, la gente está muy ocupada pero si eres lo suficientemente persistente conseguirás tus objetivos.

4.- Empieza por una estrategia de ventas digital.

Hay miles de empresas que son nuevas para lo digital, hay que empezar por un propósito en el que la palabra CLIENTE sea el centro de todo, abrazar la cultura de cambio y buscar la tecnología adecuada, por este orden.

Muchos vendedores no contactan con sus leads a diario, la tecnología te permite hacerlo la pregunta es...¿por qué no lo haces?





5.- ENTENDER QUE TE VAS A ENCONTRAR CON MUCHOS “NO’S”, PERO LA PERSISTENCIA ES CLAVE.

En el mundo digital, puedes abarcar mucho terreno con menor espacio de tiempo; el uso de la tecnología es vital para contactar virtualmente con 300 personas en vez de contactar físicamente con 10 en el mismo espacio de tiempo.

En suma y en conclusión, no hay una receta mágica pero sí un camino que recorrer con dos acompañantes de lujo:

- 1.- Actitud para liderar on line
- 2.- Persistencia para estar visible siempre

No tenemos la pócima mágica pero si recetas que funcionan con RESULTADOS.

Porque el ejecutivo que no es digital no es ejecutivo.

"Tu red es tu mayor activo"

<https://www.linkedin.com/in/chemavichapasiona-t/>



PERFIL JOSE MARIA VICH

- Ejecutivo global, coach corporativo en venta social, conferenciante en Latinoamérica autor del libro: "LinkedIn 400 MM, cómo monetizar en el económico graph"
- Ha trabajado en 4 multinacionales (4 de ellas Fortune 500) en más de 10 países y 3 continentes, siempre en posiciones directivas
- Compañías en las que ha trabajado: DHL, American Express, Western Union e Ingenico entre otras
- Especialista en ventas y mercadeo, ha revertido tendencias negativas en tiempo record en el mercado Latinoamericano sobre todo, y en Europa
- Ha trabajado en varios sectores: financiero, servicios, viajes corporativos, medios de pago, aviación ejecutiva entre otros
- 2 veces ganador del American Express President Club, y una del Western Union President Club
- 1 vez ganador del Silver Lion del Festival de Cannes entre otros premios de mercadeo
- Asesor senior para R Earthport International, y Guidepoint Global en Latinoamérica
- Impulsor del cambio: especialista en venta social



SOBRE APASIONA-T:

Apasiona-T nació de la inquietud de Jose M^a Vich por hacer algo diferente, amante de las ventas y en cruzada continua por elevar la profesión de vendedor a lo más alto.

Transformamos negocios a digital, somos capaces de involucrar a todos los estamentos de la empresa persiguiendo un bien común: el CLIENTE. Entendemos esto como un proceso, a través del cual guiamos a las compañías a conseguir sus objetivos y estar bien posicionadas en un mundo digital

Trabajamos en equipo, somos capaces de asegurarte la viabilidad de tu compañía financieramente hablando, y poner en marcha un plan para, sin dejar de hacer lo que ya haces bien, colocarte en la mejor posición para vencer en el mundo digital

Jose Maria es un ejecutivo global, ha trabajado en 4 multinacionales (DHL, American Express, Western Union e Ingenico) en más de 10 países y tres continentes, siempre en puestos directivos.

Apasionado de la transformación digital, trabaja con el ejemplo en Apasiona-T donde ya hemos ayudado a más de 45 empresas en los últimos tres años en esta transición hacia lo digital, tenemos clientes en Colombia, Ecuador, Mexico, Chile, Peru, España y USA

Más que clientes, lo que tenemos es amigos.

Si quieres saber más sobre nosotros puedes hacer click sobre los siguientes enlaces:

<https://www.linkedin.com/in/chemavichapasiona-t/>

<https://www.linkedin.com/company/9293718/>

<https://www.apasiona-t.co/>