

Cómo maximizar el valor de LinkedIn con Sales Navigator

Céntrate en contactos con gran potencial y genera confianza más rápido

¿Por qué necesita mi empresa Sales Navigator?



Alex Hisaka, directora de marketing de contenido. LinkedIn Sales Solutions

Las redes sociales y la gran difusión de los datos han cambiado totalmente la manera de vender productos y servicios. Ahora nos encontramos en una era de ventas sociales en la que el arte de atraer al comprador inteligente se realiza en línea mucho antes de que se cierre el trato.

LinkedIn ha abierto un mundo de posibilidades a los equipos de ventas que tratan con compradores B2B que rechazan las llamadas en frío y que confían en las redes sociales para tomar sus decisiones de compras. Ten en cuenta los datos siguientes:

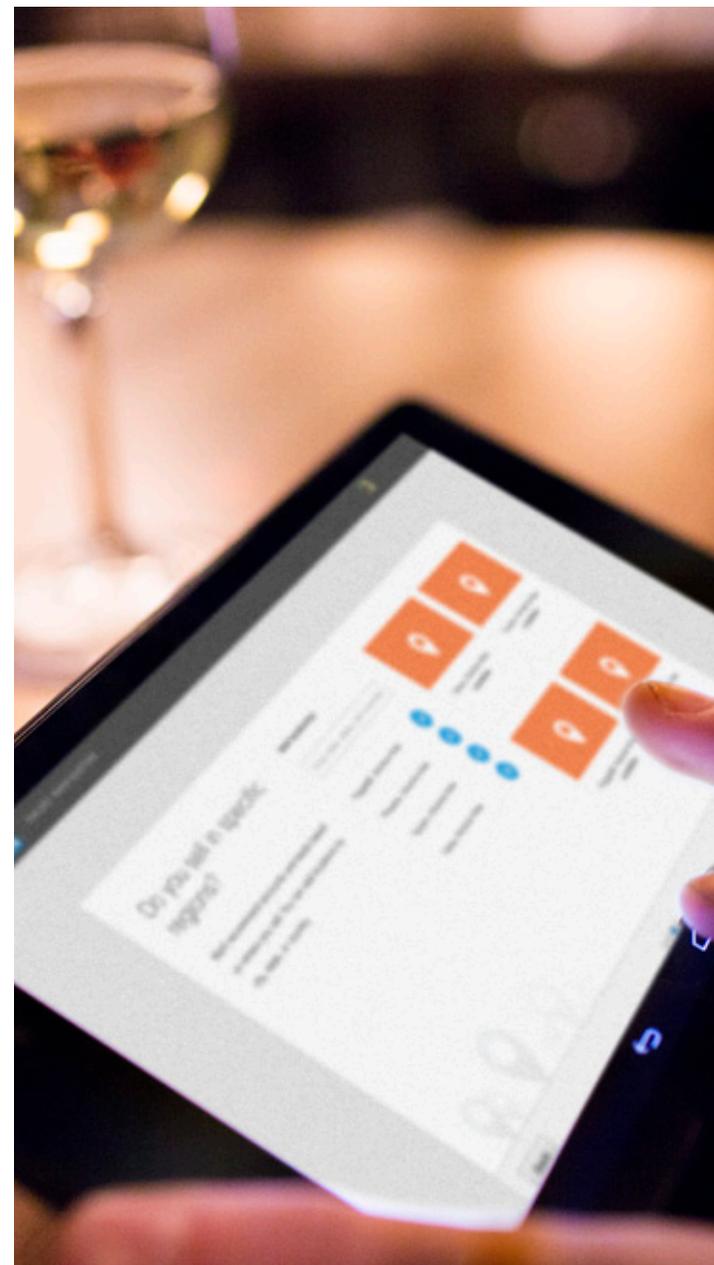
- Hay 347 millones de miembros en LinkedIn y dos nuevos cada segundo, por lo que puedes encontrar a la persona o personas adecuadas en las que concentrarte.
- Los miembros realizan dos mil millones de actualizaciones por semana, así que sabes de qué están hablando y qué les está pasando.
- LinkedIn es una plataforma que te permite entablar relaciones con estos profesionales, por lo que puedes descubrir líneas de relación entre tu empresa y tu cuenta objetivo que puedes aprovechar para presentarte de forma cordial.

Pero, para beneficiarte al máximo de la eficacia de LinkedIn, tendrás que personalizar tu perfil para ofrecer la información relevante acorde a tu trabajo como comercial.

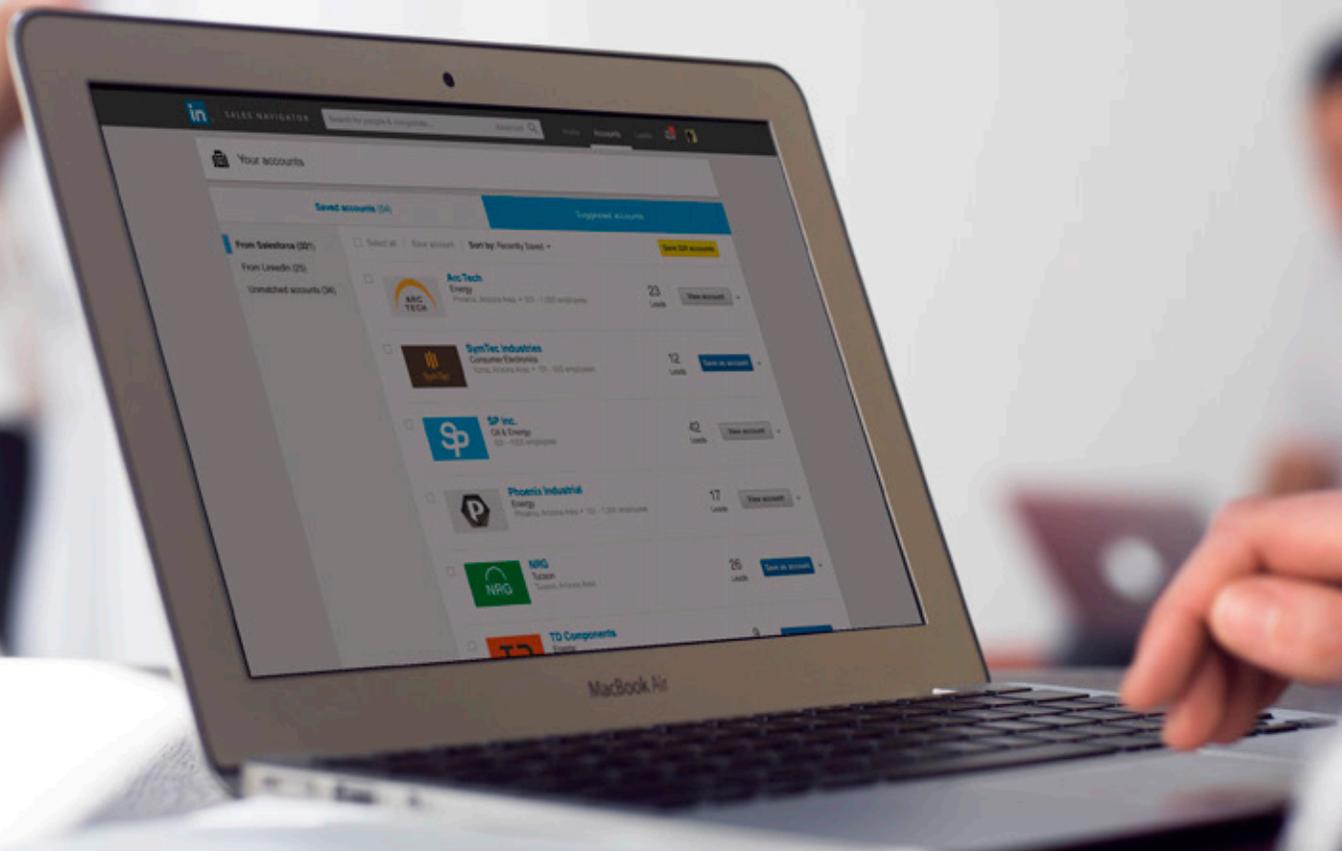
LinkedIn Sales Navigator está diseñado específicamente para los profesionales de ventas y combina datos de redes, fuentes de noticias pertinentes y tus cuentas, posibles clientes y preferencias para ayudarte a conectar mejor y a entablar relaciones con los compradores con los que quieres interactuar.

Pero ¿qué significa esto cuando utilizas la herramienta en tu día a día? Esta guía se ha escrito pensando en ti, el profesional de ventas. Incluye todo lo que necesitas saber sobre Sales Navigator, desde el punto de vista de expertos y usuarios importantes de LinkedIn, para ayudarte a centrarte, mantenerte informado y ganar confianza a medida que entablas y fomentas relaciones.

Empecemos. ¿Preparado?



Sales Navigator te ayuda a encontrar a la gente adecuada



Acorta el camino al éxito creando rápidamente una base de datos de calidad



Devin Avilla, ejecutivo de cuentas de empresa, LinkedIn Sales Solutions

Los comerciales invierten muchísimo tiempo en encontrar a la gente adecuada con la que hablar y, en muchas ocasiones, no dan con ella.

¿Cómo puedes estar seguro de empezar con la persona apropiada para que puedas acelerar el negocio sin dar marcha atrás? La respuesta es Sales Navigator. Sus funciones te ayudan a encontrar rápidamente a la gente adecuada, para que no pierdas tiempo ni energía. Mira lo que dice el usuario de Filadelfia Michael Russ, gerente regional de grandes mercados en ADP:

“En ventas es extremadamente difícil encontrar los contactos adecuados con los que mantener conversaciones claves”, explica Russ, que gestiona grandes cuentas. “Desde que empecé a utilizar Sales Navigator de LinkedIn, he podido identificar a los protagonistas de una cuenta, lo que me ha permitido actuar de forma más estratégica en mi planificación territorial. No solo ha aumentado mi número de reuniones ejecutivas, sino que también ha reducido el tiempo que normalmente necesito para cerrar un negocio porque mantengo conversaciones con la gente adecuada”.

Así es como funciona:

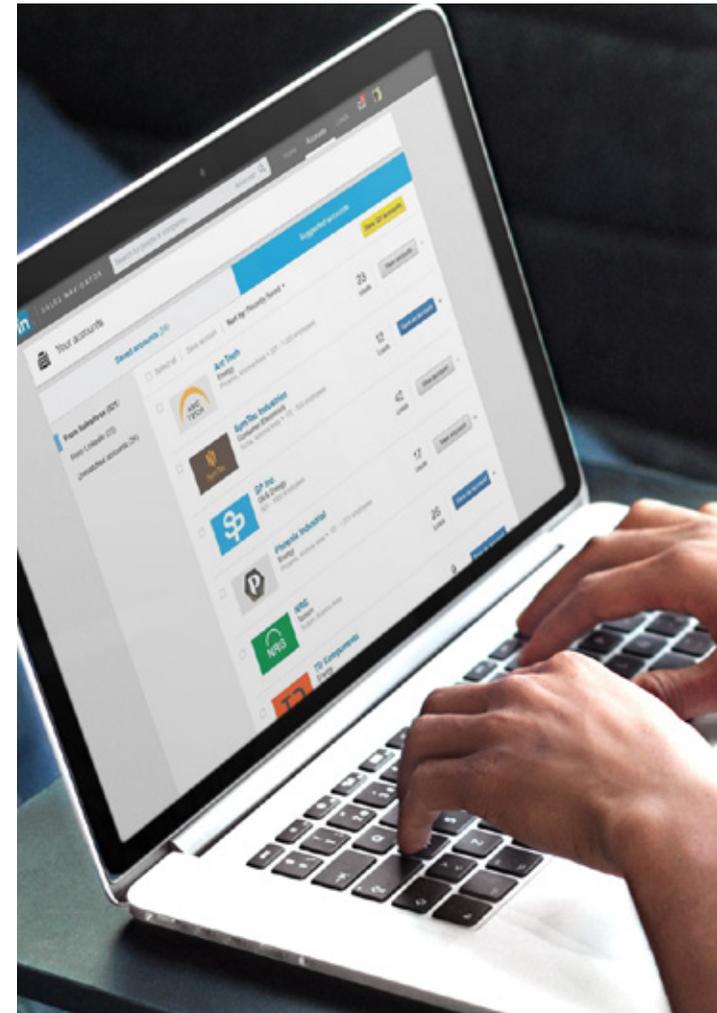
Los usuarios como Russ crean una lista de empresas objetivo utilizando búsquedas premium.

Mientras lo hacen, Sales Navigator aprende de las búsquedas y empieza a registrar los datos de LinkedIn automáticamente para aportar recomendaciones de posibles clientes adaptadas a los criterios de búsqueda.

¡Bum! Ya han filtrado montones de datos de LinkedIn no esenciales y están en proceso de crear una base de datos de mayor calidad, que acelera el proceso de venta. Esto no se puede hacer solo con LinkedIn.

Cuanto más hablan Russ y otros usuarios de Sales Navigator de su experiencia y sus resultados, más claro queda que la ventaja general de la herramienta es que permite a los comerciales ser muy eficientes y productivos. Minimiza la cantidad de “esfuerzo de empresa” que necesitan para triunfar. Es la única licencia de LinkedIn que puede guardar cuentas y posibles clientes, así como enviarte información útil de forma proactiva.

No se pretende cambiar la manera en la que vendemos, sino la precisión y la abundancia de los datos que ponemos a tu disposición. Además, Sales Navigator puede simplificar y automatizar los procesos de búsqueda de datos para identificar los posibles clientes de mayor calidad.



Recomendaciones de uso para identificar a posibles clientes de calidad

1. Utiliza los filtros de búsqueda premium en función de parámetros personales u organizativos.

Puedes ordenar los datos por varios factores (incluidos la ubicación, el sector y el tamaño de la empresa) y examinar el tamaño de cada oportunidad filtrando por los ingresos de la empresa. A continuación, busca nombres en cuentas donde tengas un contacto de segundo grado o una buena oportunidad de presentarte. Esta se convierte en tu lista de empresas objetivo.

Carga la lista en Lead Builder y sigue filtrando por cargos para identificar a las personas encargadas de la toma de decisiones. Filtra para encontrar cargos directivos de ventas y de desarrollo del negocio.

2. Utiliza el perfil de LinkedIn del público objetivo para identificar las mejores oportunidades de presentarte.

Usa el panel “En común” del perfil para ver rápidamente qué tienes en común con ese miembro de LinkedIn. Obtendrás más información sobre el posible cliente examinando estas secciones: “Siguiendo”, “Grupos” y “Experiencia de voluntariado y causas”. Al consultar las validaciones en la sección de “Aptitudes y especialidades”, entenderás mejor lo que los

contactos de LinkedIn del posible cliente piensan de él. Aprovecha esta información para priorizar las relaciones y ofrecer buenas presentaciones, de manera que optimices tu tiempo.

3. Utiliza las recomendaciones de posibles clientes para recibir posibles contactos automáticamente en función de los criterios preestablecidos y los posibles contactos guardados en el historial.

Podrás:

- Recibir posibles clientes examinados previamente
- Ver personas encargadas de la toma de decisiones y personas influyentes similares en empresas recomendadas
- Tener nuevos posibles clientes directamente en tu correo electrónico, accesibles desde cualquier dispositivo con conexión a Internet
- Examinar a las personas encargadas de la toma de decisiones y personas influyentes dentro de tus cuentas objetivo que Navigator envía automáticamente, así como identificar a nuevos posibles clientes
- Abrir el perfil del posible cliente haciendo clic en su nombre, o bien guardarlo en “Contactos” para examinarlo después

“Sales Navigator me convirtió en un director organizado con oportunidades y posibles contactos con nuevos clientes. Ahora puedo etiquetar a un nuevo contacto como posible cliente y contactar con él más adelante; y, lo que es más importante para mí: no me olvido. Puedo incluso verlos por cliente y priorizar mi tiempo en consonancia”.



— Randy Both,
socio de clientes,
Filter Digital

Historia de éxito con clientes: Hyland Software, creadora de OnBase

Mike Cachat, desarrollador de evolución de nuevos negocios, mercado de seguros, Hyland Software

Solíamos hacer muchas llamadas en frío, mandar correos electrónicos y lanzar campañas de marketing para conseguir nuevos negocios. El reto era que las personas que más podían ayudarnos a aumentar las ventas eran inaccesibles o estaban desbordados con solicitudes similares de comerciales parecidos que sonaban exactamente igual. Nos dimos cuenta de que necesitábamos una nueva estrategia que nos diferenciara. Sales Navigator es esa estrategia y ha resultado tener mucho éxito.

Un desafío al que se enfrenta Hyland es que OnBase, en comparación, es una empresa independiente y bien definida en el ámbito de la gestión de contenido empresarial (ECM) dentro del sector de los seguros. Avanzamos contra una serie de empresas gigantescas (más vendedores de plataformas), por lo que ha sido difícil entablar algunas de esas relaciones cuando los operadores no tenían experiencia previa con OnBase o relaciones existentes con Hyland.

Al mismo tiempo, el comportamiento de los compradores ha cambiado. En lugar de que un ejecutivo tenga que tomar una decisión y que esta repose íntegramente en sus espaldas, se ha empezado a asignar gran parte del proceso de compra a un equipo de proyecto de 6-8 personas. Trabajar con un equipo de proyecto completo proporciona una perspectiva bien definida de los objetivos de la empresa, pero, sin conocer a cada persona y cuál podría ser su comportamiento, es casi imposible presentar una solución al grupo de manera eficaz. Navigator permitió a nuestro equipo realizar la investigación necesaria y las

comprobaciones debidas adecuadas, poniéndonos en el buen camino para concentrarnos en lo que nos diferenciaba y hacerlo destacar.

Sales Navigator nos ayudó a abordar ambos desafíos, redujo nuestros ciclos de ventas, contribuyó a cerrar negocios y amplió nuestra base de datos de la etapa avanzada. Esto nos proporcionó un canal directo hacia posibles clientes, de manera que podemos transmitir información esencial sobre lo que hace de OnBase una elección superior para la ECM.

La funcionalidad de búsqueda avanzada con Lead Builder es una de mis favoritas. Puedo realizar búsquedas extremadamente detalladas rápidamente para encontrar a la gente adecuada, sin tener que buscar yo mismo en la web, en informes o en otras fuentes. Los mensajes InMail también son una herramienta extraordinaria. Su tasa de apertura es bastante más alta que la del correo electrónico normal y los posibles clientes se sienten más cómodos respondiendo a ellos.

Vemos Sales Navigator como una manera más profesional de contactar con nuestros posibles clientes. En lugar de enviar el mismo tipo de correos electrónicos con los que se bombardea a todo el mundo, Sales Navigator proporciona un canal más directo, con lo que se consigue un mayor índice de respuesta. Estamos enviando mensajes segmentados, llegando a los contactos que antes eran inaccesibles y concentrándonos en oportunidades de mayor calidad para ayudar a Hyland a seguir creciendo.

Contribuciones estratégicas de Sales Navigator

Ciclos de venta reducidos del

30%
al
60%



40%
al
60%

base de datos más cualificada



Sales Navigator te mantiene informado sobre los cambios importantes en las cuentas objetivo

Las alertas destacan a posibles clientes adecuados y buenas oportunidades



Andrew Kellam, ejecutivo de cuentas de empresa para LinkedIn Sales Solutions

La interacción en las ventas sociales se construye con información y confianza, dos conceptos que van de la mano. La información proporciona confianza pero, para que se considere fiable, tiene que estar centrada en el comprador y enviarse a la persona adecuada.

El momento oportuno también puede generar confianza y abrir puertas. Si proporcionas contenido personalizado cuando más lo necesita un contacto, puedes duplicar el valor percibido de dicho contenido.

Sales Navigator te avisa automáticamente cuando surge un acontecimiento importante en una de tus cuentas claves. A veces esa información es un cambio en la vida personal o profesional del contacto que indica una nueva necesidad, o bien un cambio en la empresa que saca a la luz un nuevo contacto más provechoso. Cualquiera de las dos situaciones es una oportunidad de oro, como descubrió el usuario de Sales Navigator Gordon Jen, de AgilOne.

“Sin utilizar LinkedIn Sales Navigator, nuestro último triunfo de ventas con French Connection no habría sido posible”, explica Jen. “Al principio encontré unos cuantos miembros de su equipo de marketing y comercio electrónico utilizando la herramienta tradicional Premium de LinkedIn, pero no podía profundizar más en mis contactos para facilitar una presentación más cercana”.

“LinkedIn Sales Navigator me comunicó que había una nueva directora de comercio electrónico. Me lo habría perdido si no se me hubiera actualizado guardando/siguiendo la empresa. LinkedIn Sales Navigator me avisó automáticamente de la nueva contratación y pude concertar una reunión con ella”.

El nuevo contacto de Jen informó de ello a su equipo de TI y Jen también contactó con el equipo de marketing por correo electrónico de la empresa, cuyos miembros había guardado como posibles clientes antes de la actualización. Después de un breve periodo de demostración, Jen ofreció una propuesta e inmediatamente cerró el trato, en tan solo 67 días.

“Sin Sales Navigator nos habríamos perdido el periodo fiscal de planificación presupuestaria y el proceso de solicitud de ofertas. Navigator es la herramienta de ventas más eficaz que nuestro equipo ha utilizado nunca”.

Tal y como lo demuestra la historia de Jen, Sales Navigator permite a los representantes de ventas personalizar una conversación no solo respecto a un sector, un cargo o una empresa, sino también al nivel del comprador, donde estás mejor situado para acortar el camino y fomentar la interacción con contenido segmentado.

Piensa en ello. Si las demás decenas de vendedores que están intentando llamar la atención del comprador

no están utilizando mensajes adaptados a las circunstancias inmediatas de esa persona, pero tú sí, ¿a qué mensaje crees que prestará atención el comprador?

LinkedIn ha sido siempre un enorme tesoro lleno de conocimientos detallados sobre los compradores. Sales Navigator convierte esos conocimientos en algo útil con herramientas automatizadas, como las alertas de cuentas, que equipan a los vendedores con la habilidad de encontrar de forma más efectiva compradores con una urgente necesidad que ellos pueden solventar.



Recomendaciones de uso para mantener el contacto con cuentas importantes

1. Utiliza posibles clientes guardados para que se te avise de cambios que impliquen una nueva necesidad u oportunidad.

Algunas de las señales frecuentes de compras son:

- Preguntas sobre temas relacionados con el sector
- Críticas de la solución de un competidor
- Cambios de empleo

2. Utiliza el widget CRM.

Combina la eficacia de dos soluciones. Sales Navigator es compatible con varios de los CRM más utilizados, incluidos Salesforce y Microsoft Dynamics.

Las cuentas y la información de contacto de los sistemas CRM se integran fácilmente en Sales Navigator, pero también al revés. Los usuarios de Salesforce, por ejemplo, pueden ver datos, información y funcionalidades de LinkedIn, como

los mensajes y los mensajes InMail, desde dentro del sistema CRM. Esta integración te permite entablar relaciones utilizando contactos de CRM ya existentes y, al mismo tiempo, aprovechando la red y las funcionalidades de LinkedIn.

La sincronización automática diaria mantiene los datos actualizados sin esfuerzo.

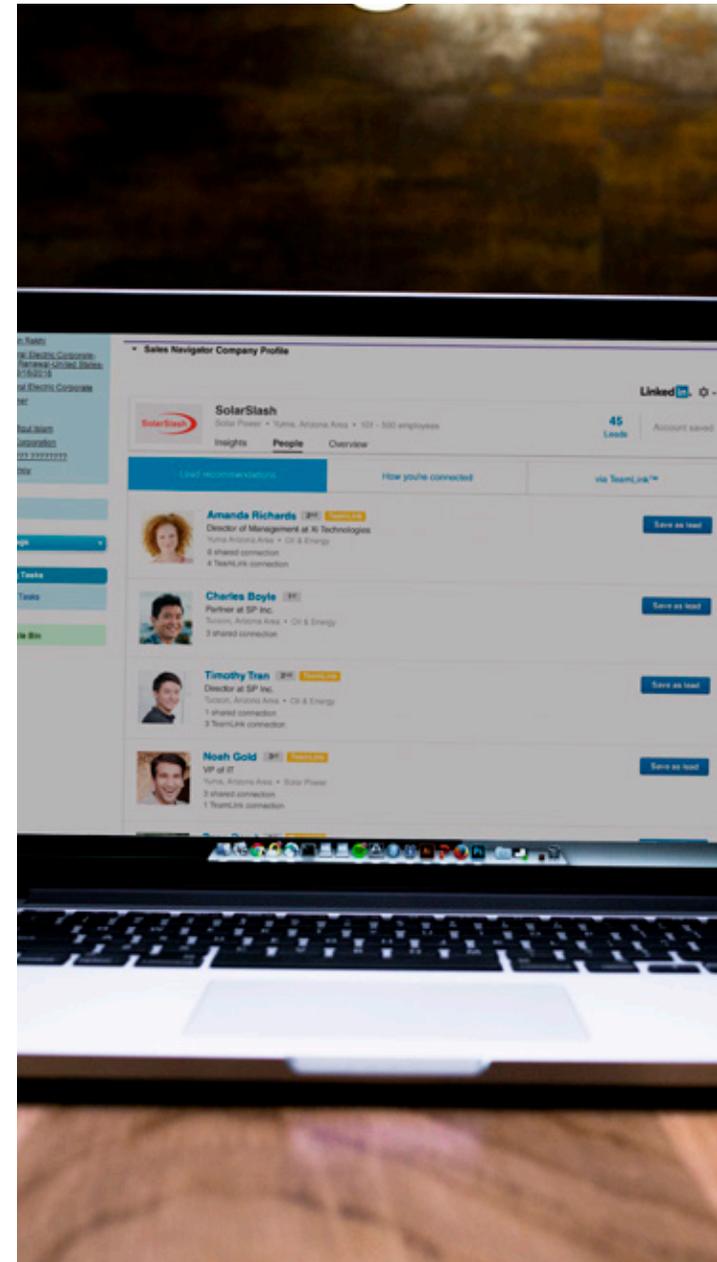
3. Sal fuera de tu red.

Los desbloques de perfiles fuera de tu red de Sales Navigator pueden ayudarte a descubrir posibles clientes ocultos. Estos proporcionan acceso a 350 millones de perfiles de miembros de LinkedIn, incluso de los que están fuera de tu red. Los usuarios pueden desbloquear perfiles de los resultados de búsqueda para obtener visibilidad de los posibles clientes de ventas más allá de los contactos de tercer grado.



“Sales Navigator ha permitido a mi equipo acceder a las grandes redes de nuestros propios empleados para conseguir contactos con posibles clientes y clientes actuales, ilo que ha reducido los ciclos de ventas en un tercio! Indispensable”.

— Bridget Gleason, vicepresidenta de ventas, Yesware



Historia de éxito con clientes: JLL

David Reynolds, director nacional, JLL

Siempre he utilizado LinkedIn en mi trabajo de consultoría. He descubierto que Sales Navigator lleva el valor de LinkedIn al siguiente nivel. Puedes descubrir mucho más sobre los posibles compradores que utilizando solo la versión básica de LinkedIn.

Si sé más cosas sobre la gente a la que me quiero dirigir, doy la impresión de estar un poco más informado. Parece que haya hecho mejor los deberes.

Puedo echar un vistazo al perfil y a la actividad de mis contactos para entender su situación en la empresa y saber un poco más sobre su vida personal. Sé que la información se limita a lo que suben ellos mismos, pero puedo utilizar esos conocimientos de manera colectiva. Cuando me reúno con un nuevo cliente, por ejemplo, puedo dar la pista sutilmente en la conversación de que realmente conozco a alguien que él conoce.

En un caso reciente, había mantenido el contacto con un señor de Second London Wall, un grupo de gestión de propiedades. Se había marchado al extranjero para trabajar en un proyecto en Estados Unidos. Hacía tiempo que no sabía nada de él.

Entonces vi que su perfil había cambiado y que estaba de vuelta en el Reino Unido. Accedí a Sales Navigator antes de contactar con él para saber un poco más sobre él y la empresa para la que estaba trabajando. Resultó que estaba trabajando para Dalian Wanda Group. También descubrí que, en realidad, estaba intentando dirigir un primer negocio de

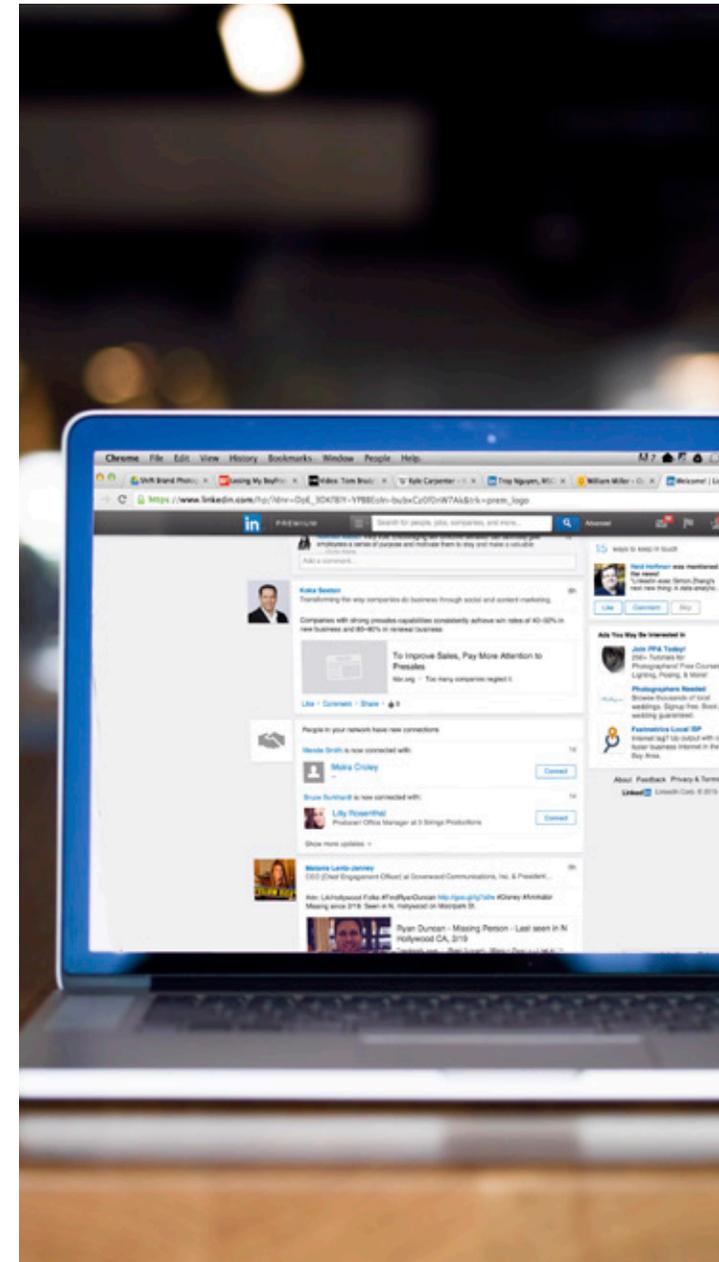
propiedades en el Reino Unido. Me puse en contacto con él y, básicamente, le dije a través de Sales Navigator: “¡Cuánto tiempo! ¿Tiene tiempo para tomar un café? ¿Cómo puedo ayudarlo?”.

Sales Navigator me ofreció la oportunidad de entender lo que él quería a la hora de orientar sus aspiraciones de desarrollo. Además, para mí fue una oportunidad para actualizarlo sobre qué había cambiado en mi vida. A partir de nuestra reconexión, conseguí información clave sobre la primera incursión de activos de propiedad de Wanda Group en el Reino Unido.

Para mí, la lección es: no seas tímido solo porque no has tenido contacto por LinkedIn con alguien desde hace tiempo. No asumas que es un fracaso. No pasa nada por escribirle para decirle “Siento que haya pasado tanto tiempo. ¿Qué tal va todo? Cuéntame”. Y, entonces, utilizar Sales Navigator para saber un poco más de ellos, de manera que la reconexión os beneficie a ambos.

Contribuciones estratégicas de Sales Navigator

- Conocimientos más profundos de los contactos que con la versión básica de LinkedIn
- Maximizar los contactos a largo plazo
- Obtener información crucial sobre nuevas oportunidades



Tus clientes y posibles
clientes confían en
Sales Navigator



Utilizar un nombre de confianza proporciona mejores relaciones comprador-vendedor



Joan Foley, jefa de ventas empresariales, Oeste, LinkedIn Sales Solutions

Estos días, los comerciales B2B necesitan contactar con una marca que sea sinónimo de calidad y que se conozca por no hacer un uso indebido de la información de los miembros ni dejar inconscientemente que esta se use de forma inadecuada. A medida que la relación comprador-vendedor evoluciona, ninguno de los participantes quiere tener que preocuparse por la seguridad de sus datos ni nada que pueda decir o hacer en línea.

Unos 3,5 millones de profesionales de los negocios ya conocen y utilizan LinkedIn, y confían en la plataforma. Sales Navigator lleva esta confianza al siguiente nivel ampliando el papel de LinkedIn Sales Navigator como socio de negocios siempre disponible para los profesionales de las ventas. Sales Navigator proporciona toda la información sobre posibles clientes que los profesionales de las ventas buscan. A continuación, guarda estos conocimientos y cualquier información nueva que compartan los posibles clientes a lo largo del tiempo como cuenta individual u objetivo.

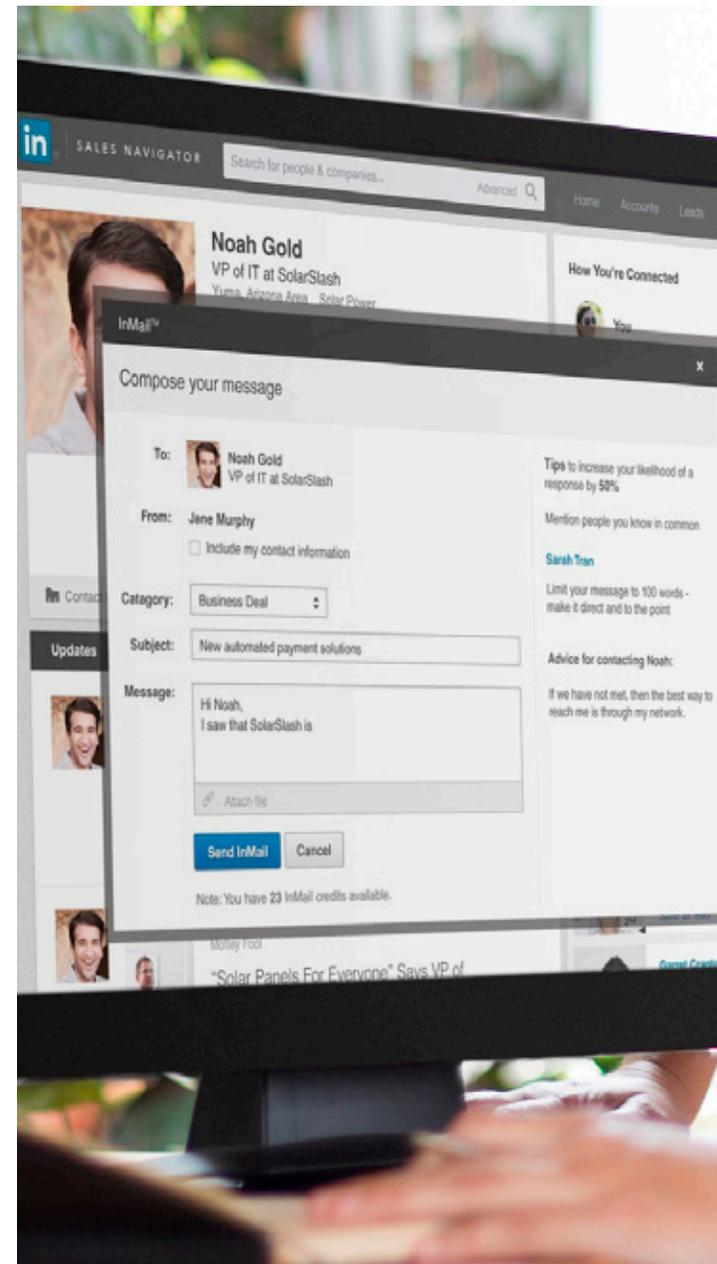
Sales Navigator sirve como su informador privado de cuentas objetivo en tiempo real. Es como tener a un ayudante personal que recopila información cada día sobre cada cuenta y posible cliente que quieres seguir sin tener que contratar a nadie para hacerlo. Además, no tienes que estar conectado

con los posibles clientes para obtener toda esta información. Es la única licencia de LinkedIn que proporciona este tipo de información en forma de posibles clientes y cuentas guardados, servidos en una plataforma solo para comerciales.

“LinkedIn Sales Navigator ayuda a abrir esas puertas que normalmente son difíciles de encontrar en mi territorio”, explica David Maybaum, de Symantec. “Como gestor de cuentas en el sector de la sanidad, altamente regulado, a veces es tan difícil encontrar a la persona adecuada con la que hablar de nuestras soluciones como hallar a los especialistas apropiados con los que trabajar en tu trayectoria sanitaria personal”.

“Las raíces de LinkedIn de Sales Navigator pueden ser especialmente beneficiosas a la hora de generar confianza durante la primera etapa de una relación comprador-vendedor. La plataforma no solo ofrece un nombre de confianza, sino también un acceso simplificado a información esencial, como la trayectoria y los intereses empresariales de la persona con la que estás a punto de contactar”, añade Maybaum.

Maybaum lo resume de la manera siguiente: “LinkedIn Sales Navigator proporciona un rayo de luz en la niebla que permite conectar fácil y rápidamente con la persona adecuada para cerrar más negocios con mayor rapidez”.



Recomendaciones de uso: Cómo utilizar Sales Navigator para generar confianza

1. Crea un perfil premium.

Un perfil interesante es esencial para generar confianza porque es tu primera impresión digital. El perfil premium de Sales Navigator tiene más opciones para personalizar tu perfil que el de la versión básica de LinkedIn. Añade contenido relacionado con tu experiencia y tus logros y sigue creando a medida que publiques triunfos y proyectos de éxito recientes.

Actualiza tu perfil a menudo, ya que la información obsoleta en un perfil empaña su fiabilidad.

2. Utiliza TeamLink para conseguir contactos a través de tus compañeros.

A veces solo necesitas un descanso, una pequeña ayuda que te ponga delante de la persona adecuada. TeamLink de Sales Navigator puede ayudarte aprovechando la credibilidad del contacto de otra persona. Un compañero o miembro del equipo puede aprovechar su contacto para presentarlos.

Y, como el contacto se realizará en Sales Navigator, llevará la confianza adicional de la marca LinkedIn.

3. Utiliza mensajes InMail para llegar más allá del correo electrónico.

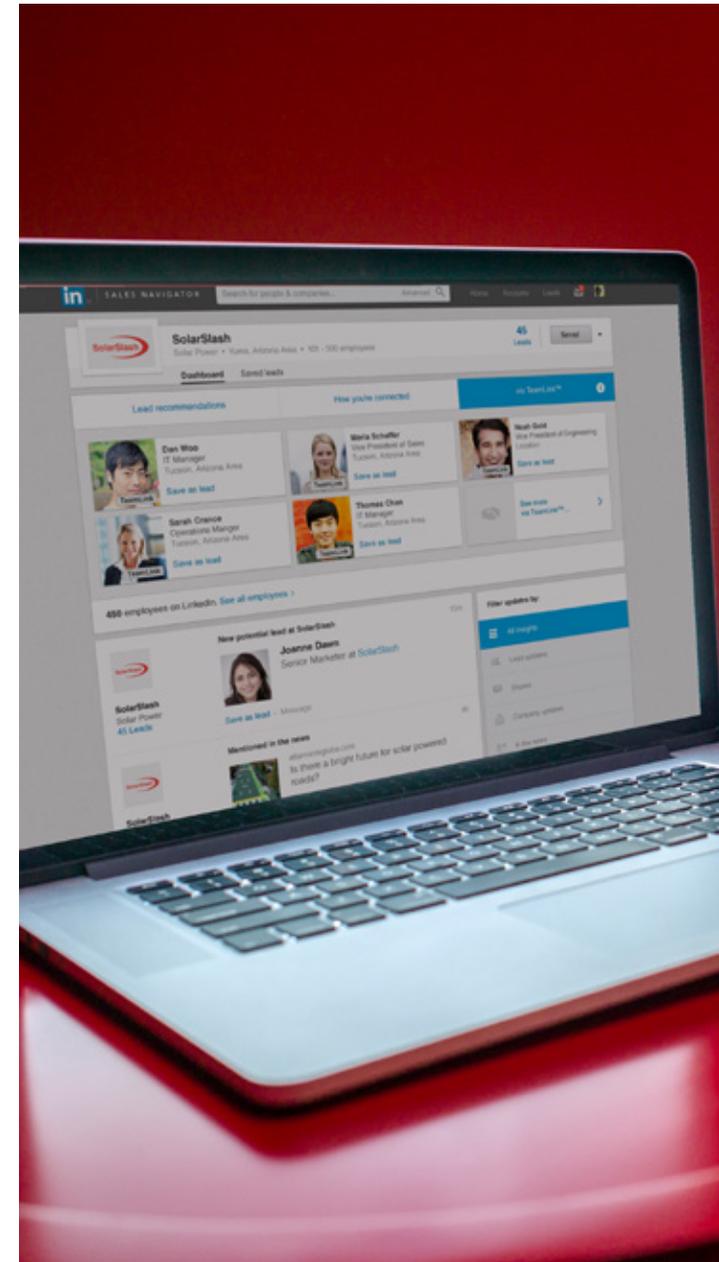
Cuando ya estás preparado para solicitar un contacto, ¿cómo lo ejecutas? ¿Cómo puedes aumentar las probabilidades de que tu público objetivo confíe en ti y responda?

Una de las mejores maneras es emplear los mensajes InMail. El mensaje estará optimizado para visualizarlo en cualquier dispositivo y no se perderá ni quedará enterrado en un buzón abarrotado. Además, la marca de confianza LinkedIn será parte de tu solicitud.

“La capacidad de enviar mensajes InMail realmente te diferencia de otros vendedores B2B. Te permite situarte a un nivel de interacción más de igual a igual”.



— Jason Ellert,
director de
desarrollo
de ventas, Deltek



Historia de éxito con clientes



Laura Heffron, directora regional de cuentas, Extended Stay America

Utilizo LinkedIn todos los días para interactuar con nuevos contactos dentro de cuentas existentes, y Sales Navigator me ha ayudado a conseguir mi objetivo de convertirme en su asesora de confianza para encontrar la solución de alojamiento que necesitan. Tengo las dos pantallas abiertas todo el tiempo, independientemente de si estoy utilizando el ordenador portátil o el móvil.

Sales Navigator ha simplificado enormemente mi proceso de identificar a posibles clientes con grandes oportunidades. Solo el hecho de que puedo agrupar a los posibles clientes y ordenarlos por categorías (desde su cargo en la empresa hasta las regiones de donde proceden) me ha ayudado muchísimo.

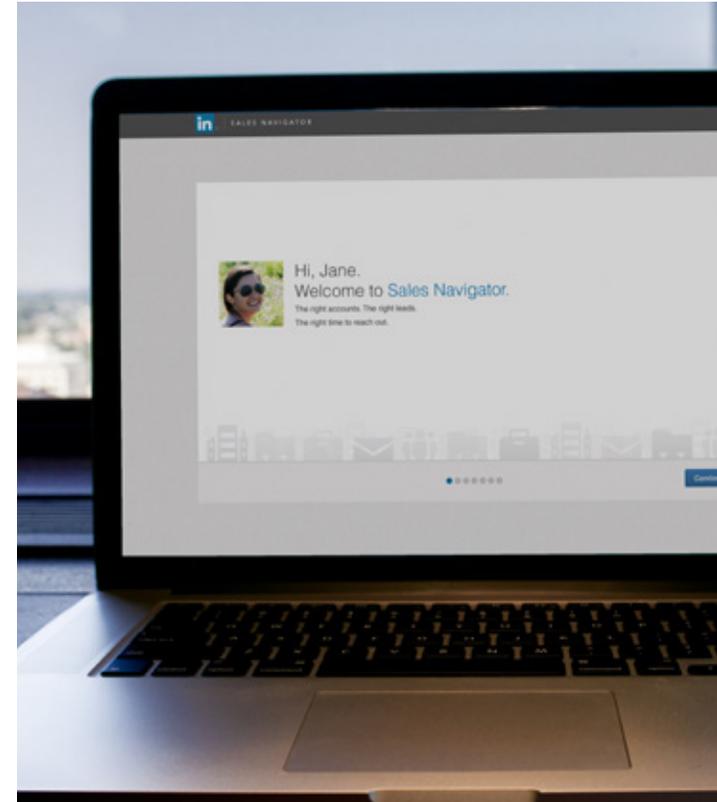
Una de mis cuentas era una empresa grande con 100 sucursales. Pude desglosarla por mercados de posibles clientes dentro de Extended Stay y dirigirme a los cargos de las sucursales con oportunidades de alojamiento.

LinkedIn fue el canal mediante el cual contacté con estos nuevos posibles clientes, concerté citas con ellos y los clasifiqué. Si cumplen los requisitos,

es decir, necesitan el alojamiento y se pueden permitir el gasto, entonces empieza la relación.

Utilizo tanto LinkedIn como Sales Navigator para gestionar la generación de posibles clientes. Amplío los conocimientos que tenemos sobre nuestras cuentas existentes. Leo todas sus actualizaciones y, a veces, las comento. LinkedIn proporciona un foro de confianza, así que he utilizado comentarios para comunicarme si veo que la empresa de un cliente tiene una necesidad.

Trato con varias empresas y tengo técnicos de selección de personal, por lo que, si veo que están en proceso de contratación, les digo: "No os olvidéis de nosotros. Estaremos encantados de ayudaros a alojar a la gente que venga de fuera". Es una situación en la que ambos salimos ganando, ya que estoy fomentando nuevos negocios a la vez que satisfago la necesidad de un cliente.



Contribuciones estratégicas de Sales Navigator

- Generación simplificada de posibles clientes
- Mejor segmentación
- Foro de confianza para contactos directos

Conclusión

A medida que las ventas B2B se vuelven cada vez más sociales, los profesionales de ventas con más éxito han desarrollado su estrategia de ventas aprovechando la multitud de oportunidades que les ofrece LinkedIn. Las ventas sociales han abierto un mundo de posibilidades a los equipos de ventas que tratan con compradores B2B que rechazan las llamadas en frío y que confían en las redes sociales para tomar sus decisiones de compras. Mientras las ventas sociales se han hecho indispensables por sí mismas, las historias que hemos contado aquí demuestran lo que los usuarios de Sales Navigator ya saben: que la rentabilidad de la inversión en el producto es indudable. Sales Navigator ha hecho que sea más fácil que nunca alcanzar los objetivos de ventas y cerrar más negocios. Y los profesionales que lo utilizan cosechan mayores recompensas que los que no.

[Haz clic aquí para obtener una prueba gratuita](#)