LinkedIn Sales Solutions

Cómo simplificar las ventas

Guía fácil sobre cómo usar la información para triunfar en las ventas

Con esta guía aprenderás a:

Simplificar la captación de clientes

Facilitar la gestión de cuentas

La guía sencilla sobre cómo utilizar desencadenantes sociales para las ventas

Por qué se están volviendo más complejas las ventas (y cómo solucionarlo)

El **78%**

de los **compradores B2B** esperan que las ventas personalicen las interacciones basadas en actividades en línea (IDC)

Las ventas siempre han girado en torno al comprador. Sin embargo, mientras que antes era el vendedor quien controlaba el proceso de compra, hoy en día es el comprador el que tiene la sartén por el mango y recurre a los profesionales de ventas mucho más tarde.

Este cambio de control del vendedor al comprador ha convertido los métodos de venta tradicionales en todo un reto. Cuando controlas el flujo de información, puedes estructurar el proceso de compra de un comprador desde la concienciación, pasando por el interés hasta la compra, en una progresión lineal perfecta.

Cuando es el comprador quien controla el recorrido, es mucho más difícil identificar a la persona encargada de la toma de decisiones adecuada y lo cerca que está de tomar una decisión de compra.

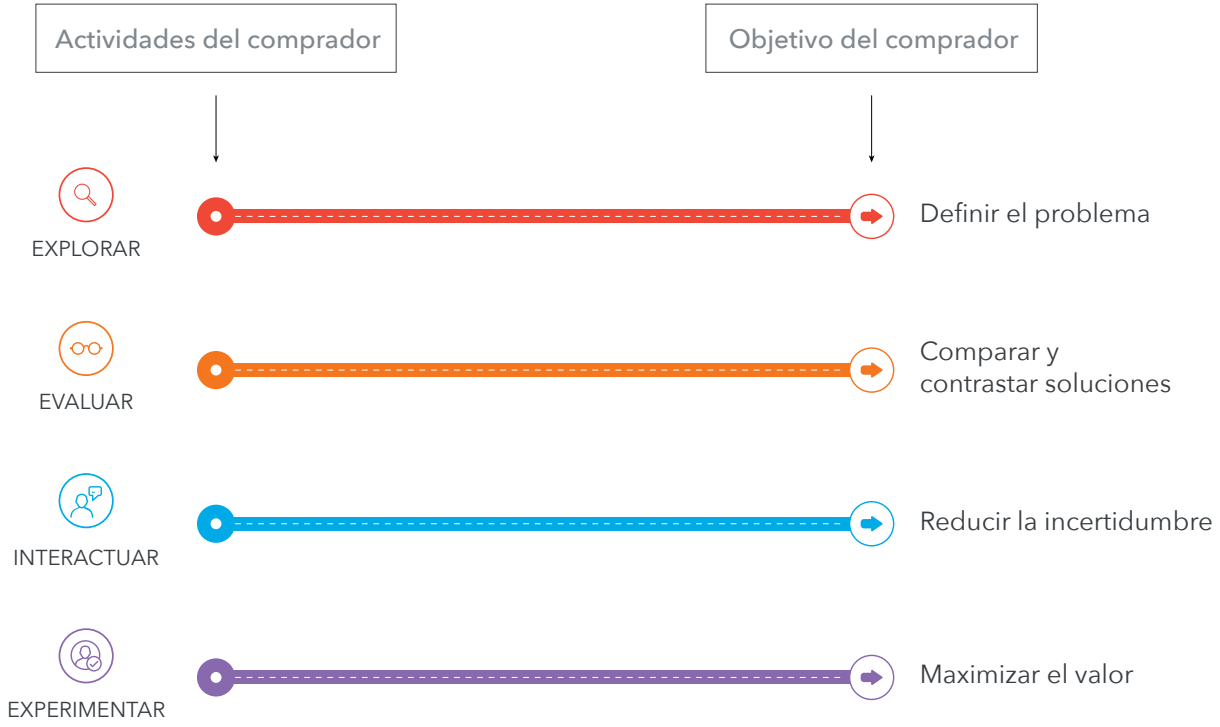


Figura 1

Las investigaciones de Gartner muestran que el proceso es cada vez menos relevante. El comprador trabaja ahora a través de cuatro flujos paralelos para tomar decisiones de compra (figura 1).

- EXPLORAR
- EVALUAR
- INTERACTUAR
- EXPERIMENTAR

Para triunfar, los profesionales de ventas tienen que ofrecer valor al comprador, sea cual sea la actividad que este esté realizando. La clave está en descubrir información de tu comprador en tiempo real para entender lo que quiere conseguir.

Eso es de lo que trata esta guía: cómo utilizar las actualizaciones de LinkedIn con tus clientes y posibles clientes para simplificar las ventas.

Con la ayuda del LinkedIn Sales Navigator, los profesionales de ventas pueden recibir información en tiempo real directamente en su buzón. Esto significa que se pueden concentrar en las personas adecuadas, interactuar de la manera correcta y, finalmente, entablar relaciones comerciales de éxito.

7

personas influyentes importantes en decisiones de **compras B2B** (Gartner)

El 83%

de los **compradores B2B** aprecian el contacto con el vendedor si este es relevante y contextual (IDC)

Los **compradores B2B** recorren el

66-90%

de su proceso de compra antes de acudir al vendedor (Forrester)

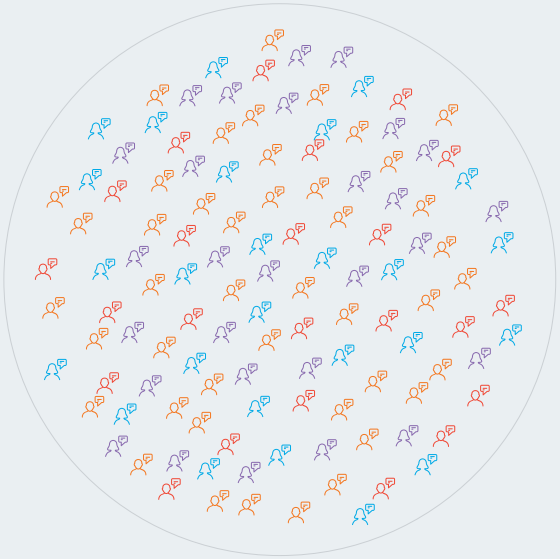
Consigue posibles clientes
más fácilmente:
utiliza LinkedIn Sales Navigator para
encontrar a los compradores adecuados

1

Tu universo de posibles clientes: a distancia no hay manera de saber quién está más cerca de comprar.

TÚ

Mercado potencial total



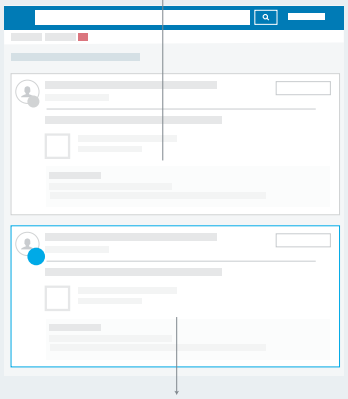
2

Con LinkedIn Sales Navigator obtienes actualizaciones sobre las empresas que te interesan como posibles clientes.

4 desencadenantes a los que estar atentos:

1	Desencadenante de relación (empresa recibe premio)
2	Desencadenante de riesgo (cuenta en las noticias por reducir plantilla)
3	Desencadenante de interacción (empresa publica en blog)
4	Desencadenante de ventas (adquisición y expansión de la empresa)

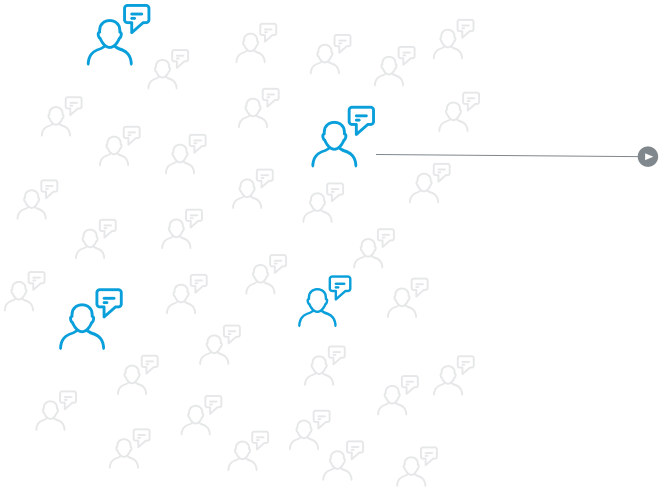
Directamente en tu correo: noticias sobre las empresas que te interesan como posible cliente



Desencadenante de ventas

3

Utiliza esta información para identificar en qué cuentas quieres centrarte.



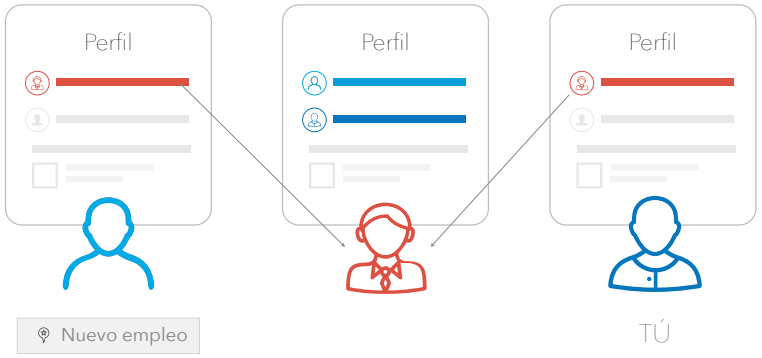
DESENCADENANTE DE VENTAS

4

Al hacer clic en esa cuenta, LinkedIn recomienda a personas encargadas de la toma de decisiones. Una de ellas sale en las noticias; la otra acaba de empezar en la empresa.

5

En lugar de contactar directamente, te das cuenta de que tenéis un contacto en común.

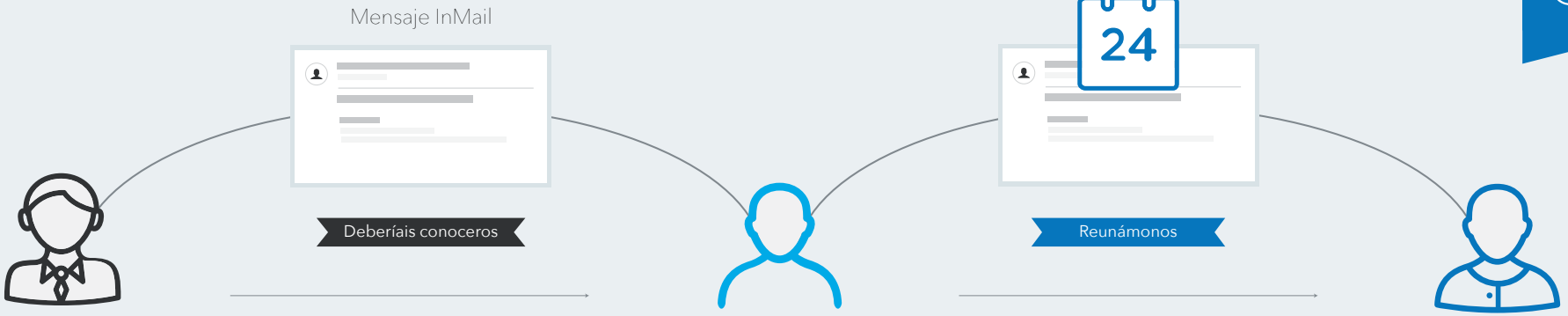


6

Contactas por mensaje InMail y preguntas si os puede presentar.

7

Tu contacto envía un mensaje InMail a su contacto diciendo que cree que es conveniente que conectéis.



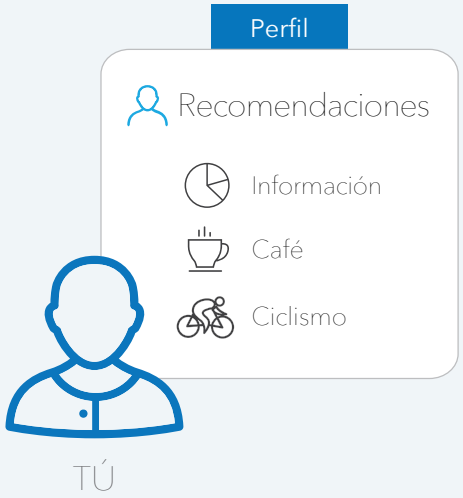
8

Al ser una invitación personal de un contacto de confianza, la persona a cargo de la toma de decisiones responde ese mismo día.

Las **presentaciones personales** tienen 5 veces más posibilidades de obtener respuesta

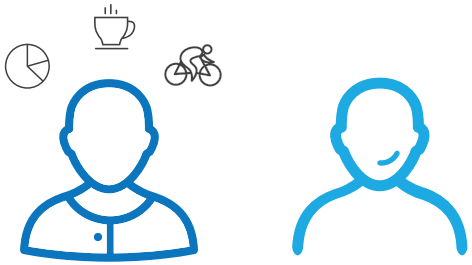
9

Concretáis una reunión y miras su perfil de LinkedIn para encontrar intereses en común y así establecer una relación antes.

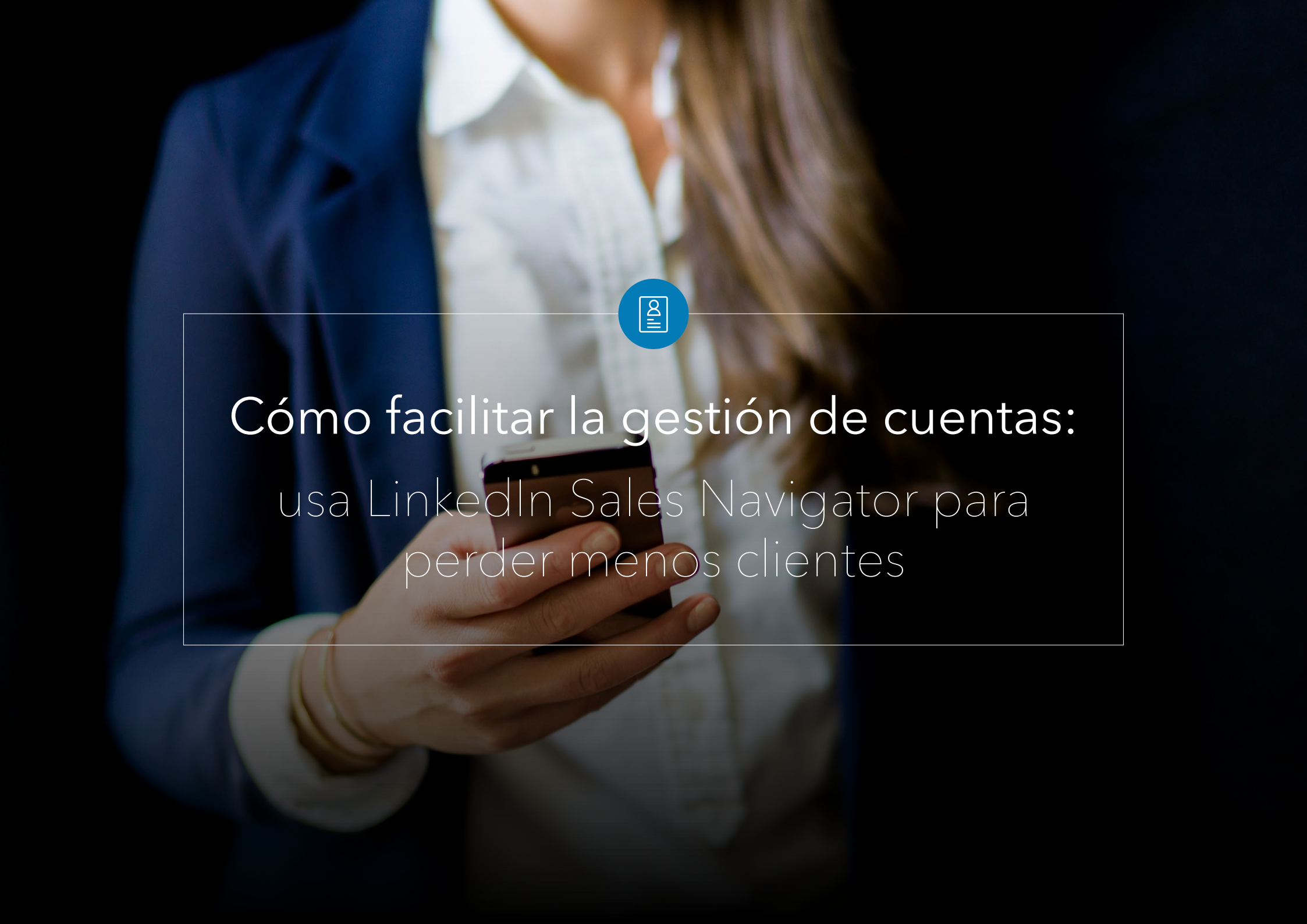


10

Puedes personalizar la conversación y centrarte en lo que más les interesa.



Para triunfar, los profesionales de ventas tienen que añadir valor al proceso de compra

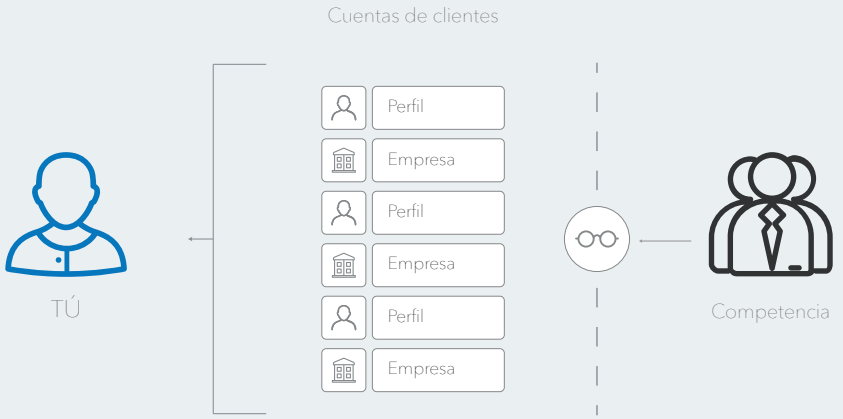


Cómo facilitar la gestión de cuentas:

usa LinkedIn Sales Navigator para perder menos clientes

1

La competencia tiene tanta información acerca de las actividades de tus clientes como tú. Están esperando el momento adecuado para interactuar con ellos.



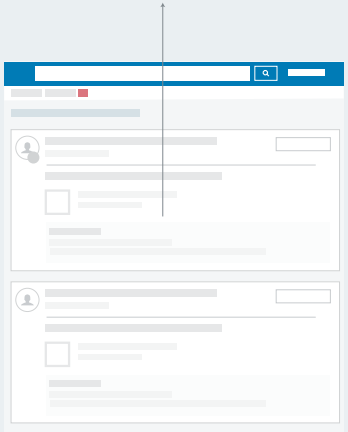
2

Usar los desencadenantes sociales te permite estar al tanto de lo que sucede dentro de las cuentas.

4 desencadenantes a los que estar atentos:

1	Desencadenante de relación (empresa recibe premio)
2	Desencadenante de riesgo (cuenta en las noticias por reducir plantilla)
3	Desencadenante de interacción (empresa publica en blog)
4	Desencadenante de ventas (adquisición y expansión de la empresa)

Directamente en tu correo: noticias sobre las empresas que son tu objetivo

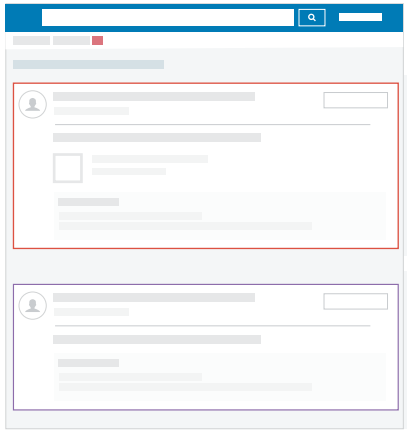


3

Sin necesidad de investigar, ves dos actividades recientes por parte de un cliente grande.

Desencadenante de interacción:
contacto que comparte un artículo

Desencadenante de riesgo:
Tu cuenta de clientes más importante tiene un nuevo director de operaciones

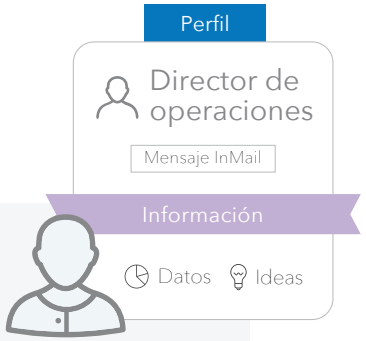


4

En menos de un minuto puedes retomar una relación al comentar en un artículo.

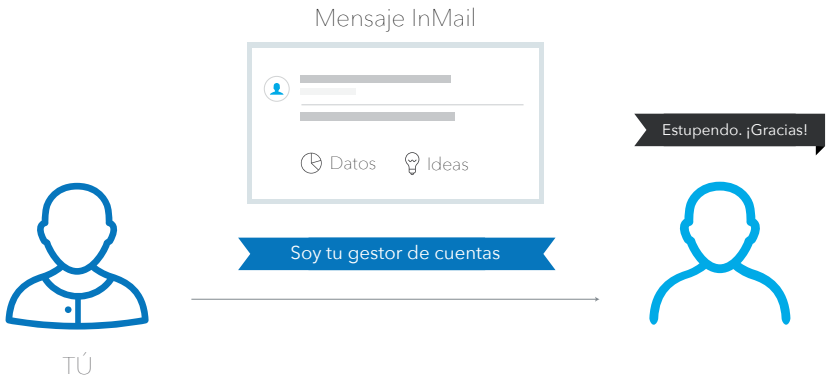
5

Das prioridad a conocer a la persona encargada de la toma de decisiones antes de que lo haga la competencia.



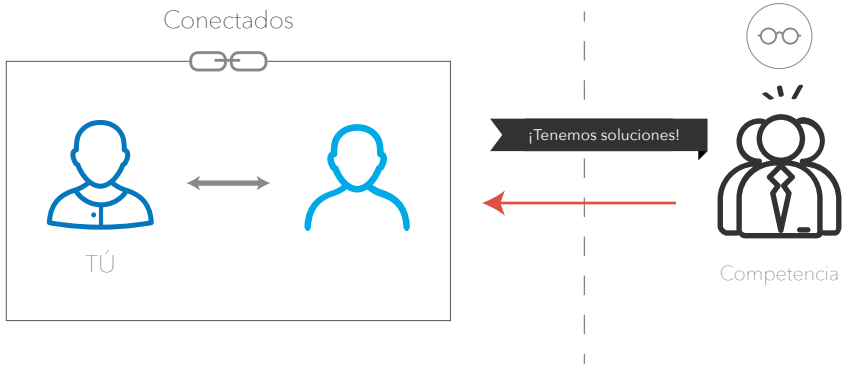
6

Utilizas información del perfil del director de operaciones en LinkedIn para personalizar un mensaje InMail en el que te presentas como su gestor de cuentas.



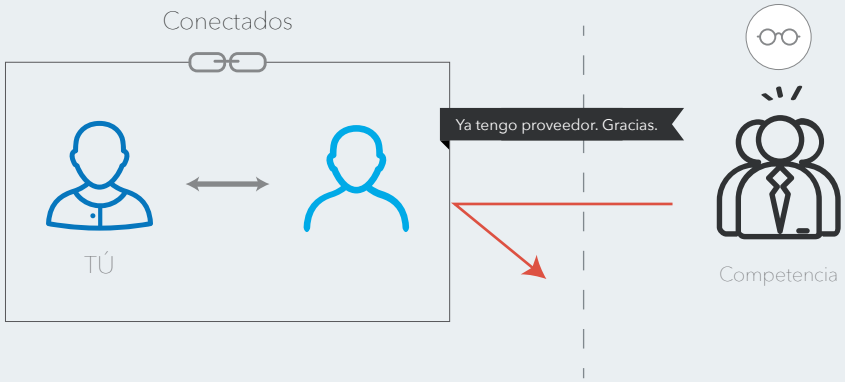
7

La noticia llega a oídos de la competencia e intentan intervenir y crear una relación con el nuevo director de operaciones.



8

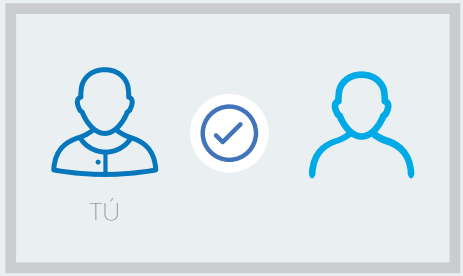
Al haber llegado antes y ser la primera opción, el director de operaciones decide que el proveedor actual es el que puede ayudar mejor a su equipo.



9

Usando información en tiempo real y comunicándote con mensajes relevantes y personalizados, consigues conservar al cliente.

Excelente



La guía sencilla de desencadenantes sociales

¿QUÉ SON LOS DESENCADENANTES SOCIALES?

Las redes sociales se caracterizan por una cosa: las relaciones. Estas relaciones se construyen compartiendo experiencias y conocimientos que añaden valor a sus contactos.

Lo mismo pasa con las ventas. Los profesionales de ventas con más éxito construyen y fomentan relaciones sólidas siendo competentes y añadiendo valor.

En un entorno cara a cara, te ves limitado por un recurso finito: tú. Con las redes sociales, los profesionales de ventas pueden construir y fomentar un número mayor de relaciones; este es el poder de las ventas sociales.

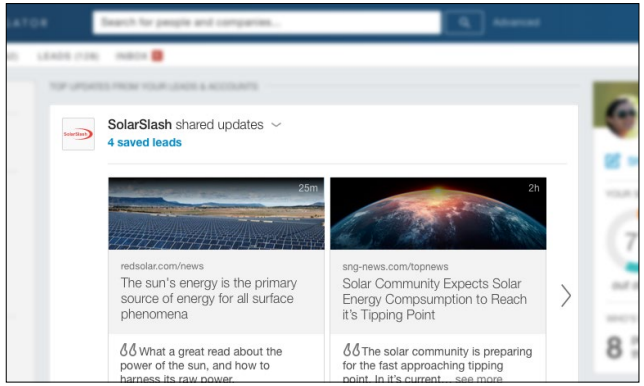
El primer paso es entender qué significan estos desencadenantes sociales.

Aquí tienes la guía de consejos sobre cómo interactuar con la información.

Los cuatro tipos de desencadenantes sociales

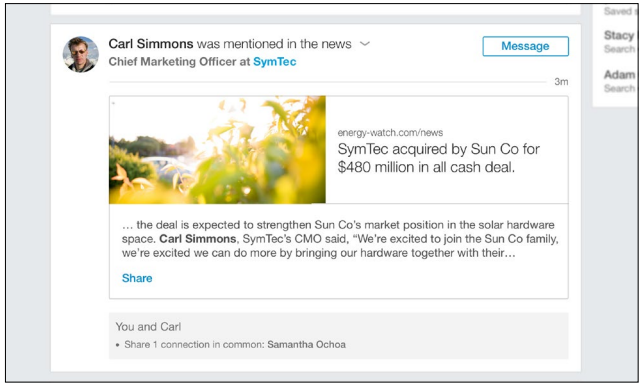
LOS DESENCADENANTES DE VENTAS	Esta es una actualización o notificación de una empresa o contacto que indica que es el momento de entablar una conversación comercial. Puede ser, por ejemplo, una expansión o la desaparición del bloqueador de una venta.
LOS DESENCADENANTES DE RELACIONES	Estos desencadenantes ofrecen a los comerciales más astutos la oportunidad de fortalecer una relación existente directamente o bien proporcionar información relevante para ser considerado como un asesor clave. Como ejemplo, existen grupos de debate, artículos compartidos o menciones en las noticias.
LOS DESENCADENANTES DE CONTACTOS	Cuando estás buscando una manera de entrar en una cuenta, utilizar noticias relevantes demuestra que estás dispuesto a entablar una relación y que «has hecho los deberes». Ejemplos de ello serían entrevistas o menciones en artículos de noticias.
LOS DESENCADENANTES DE RIESGO	Son lo contrario a los desencadenantes sociales, pero igual de importantes. Los desencadenantes de riesgo identifican dónde podría existir el riesgo de perder a un cliente o de permitir que la competencia se adentre. Por ejemplo, una nueva persona encargada de la toma de decisiones que se une a un cliente, malos ingresos o un traslado deberían provocar actividad al respecto.

CÓMO TE MUESTRA LINKEDIN SALES NAVIGATOR ESTAS ACTUALIZACIONES



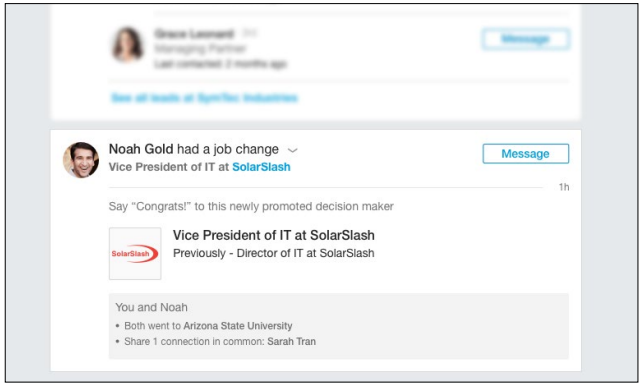
COMPARTIDO POR EMPRESAS

Ve lo que tus cuentas están compartiendo en las redes sociales y a través de nuevos canales.



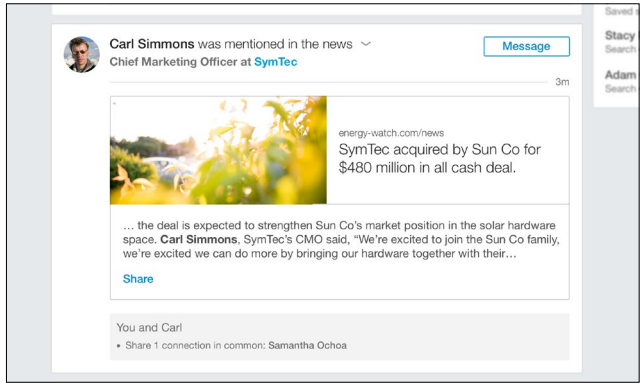
NOTICIAS DE EMPRESA

Obtén noticias importantes sobre tu cliente o posible cliente que no haya compartido en LinkedIn.



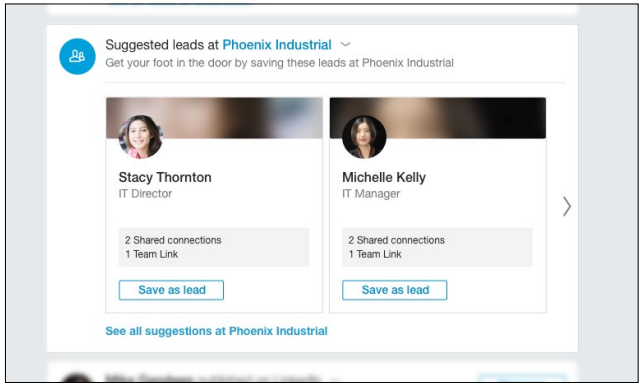
COMPARTIDO POR POSIBLES CLIENTES

Todo lo que tu cliente o posible cliente comparte en LinkedIn en un solo lugar.



NOTICIAS SOBRE POSIBLES CONTACTOS

Ve lo que el resto del mundo está diciendo sobre tus clientes y posibles clientes.



RECOMENDACIONES DE POSIBLES CLIENTES

Artículos de noticias que muestran qué están diciendo las posibles personas encargadas de la toma de decisiones en tus cuentas objetivo.

CONSEJO DE EXPERTOS

En Sales Navigator no tienes por qué estar conectado con un cliente o posible cliente para obtener información: ¡solo necesitas guardarlos como posibles contactos!

Convierte las actualizaciones en acciones

Estas son algunas de las actualizaciones en tiempo real que puedes obtener con Sales Navigator. El 50% de todas las ventas van al primer vendedor que contacta con un posible cliente: utilízalas para conectar y construir relaciones profesionales más sólidas.

CONSEJO DE EXPERTOS:

A los compradores les interesan los vendedores que añaden valor a su compra: utiliza información para demostrar que entiendes su sector y su entorno operativo.

EJECUTIVOS DE NUEVA CONTRATACIÓN

Los nuevos ejecutivos quieren dejar huella, algo que podría constituir un desencadenante de riesgo, de contacto o de ventas. Es sumamente importante entablar una relación antes que la competencia.

CAMBIO DE EMPLEO/CARGO

¿Una persona encargada de la toma de decisiones ha cambiado de departamento o de empresa? ¿Era un inhibidor o un facilitador? Si fuera un cliente, podrías abrir una nueva cuenta.

UNA GANANCIA PARA LA EMPRESA

¿Tu posible cliente acaba de conseguir una cuenta importante o una cuota de mercado? Podría necesitar invertir en nuevas soluciones para cubrir sus nuevas necesidades empresariales.

TRASLADO O CONSOLIDACIÓN

Esto podría hacerse para reducir costes o debido a una externalización de algún proceso. En cualquier caso, podría implicar una reducción o aumento del número de empleados, hecho que tendría un impacto en sus requisitos.

EXPANSIÓN DE LA EMPRESA

Todas las empresas quieren crecer, lo que conlleva la necesidad de incrementar lo que ya tienen o de cosas nuevas y prometedoras.

ANUNCIO DE NUEVO PRODUCTO

Los nuevos productos implican nuevos desafíos empresariales y, posiblemente, la necesidad de nuevas habilidades de los vendedores.

FUSIÓN O ADQUISICIÓN

Cuando dos empresas se fusionan, siempre se tiene que examinar cómo iba el negocio antes y después buscar cómo optimizarlo.

ANUNCIO DE INGRESOS

Independientemente de si ha sido un trimestre bueno o malo, ¿tu producto o solución puede revertir las pérdidas o aumentar los beneficios?

ALTERACIÓN DEL SECTOR

Cuando un nuevo competidor o tecnología entra en un mercado, los implicados necesitan ajustarse para mantener su cuota de mercado.

PREMIOS

A todo el mundo le gusta sentirse bien consigo mismo y en el trabajo. Inicia conversaciones con buen pie con un comprador feliz.

NUEVA LEGISLACIÓN/NUEVO ENTORNO OPERATIVO

Cualquier cambio en cómo funciona una empresa significa mirar todos los procesos con otros ojos para asegurarse de que son adecuados para el propósito y reflejan los nuevos requisitos legales.

Acerca de LinkedIn Sales Navigator

LinkedIn Sales Solutions

Con más de **433 millones de miembros** y dos nuevos cada segundo, LinkedIn es el recurso definitivo para cualquier profesional que tenga que tratar con clientes. LinkedIn Sales Navigator es la solución estrella de LinkedIn, diseñada para satisfacer las necesidades de los profesionales de ventas.

Si tu trabajo es conseguir nuevos clientes o conservar a los actuales, LinkedIn Sales Navigator te facilita mucho las cosas. No dudes en contactar con nosotros para recibir una demostración de cómo conseguimos mejorar la estrategia de ventas.

Para obtener más información sobre cómo LinkedIn Sales Navigator te puede facilitar la vida, ponte en contacto con nosotros para que podamos guiarte y empezar a eliminar la complejidad de las ventas.

CONTÁCTANOS