

# Zendesk da alas a sus ventas con LinkedIn Sales Navigator



Ubicación: San Francisco, CA | N.º de empleados: 5.860  
Sector: desarrollo de software



«LinkedIn Sales Navigator es nuestra herramienta más valiosa y la mejor inversión que hemos hecho en nuestro equipo de ventas. No solo nos permite buscar posibles contactos y nuevos negocios, sino que ayuda a nuestros profesionales de ventas a prepararse al máximo para tratar con sus clientes»

**Marilee Bear**

Vicepresidenta sénior de ventas empresariales en Norteamérica



## El reto

### Interrupción de las ventas corporativas

- El desarrollador de software con sede en San Francisco (California), [Zendesk](#), proporciona soluciones de experiencia del cliente para empresas.
- Con la llegada de la pandemia, Zendesk pasó de vender en persona a vender online. Esta táctica supuso un cambio enorme para todos los equipos de ventas. Para Anand Jameson, responsable sénior de salida al mercado internacional, «el reto que teníamos entre manos era cómo aumentar las ventas y llegar a más clientes y posibles clientes en un entorno virtual».
- Marilee Bear, vicepresidenta sénior de ventas corporativas en Norteamérica, señala los retos a los que se enfrentan los comerciales. Su equipo estaba acostumbrado a viajar seguido y a tener reuniones cara a cara para abordar las cuentas desde varios frentes y ofrecer la solución más adecuada a sus clientes. «Concretar una venta corporativa no es nada fácil», explica Bear. «En definitiva, hay que establecer paralelismos entre las soluciones que ofrece Zendesk y el valor empresarial que el cliente quiere conseguir».



## Solución

### Tecnología que facilita las ventas

- Al analizar cómo aumentar el rendimiento ante las restricciones de viaje, Jameson se dio cuenta de que ya tenían acceso a la herramienta adecuada, pero no la estaban usando al máximo. «Teníamos claro el valor de LinkedIn, pero no lo aprovechábamos. Entonces se nos presentó esta gran oportunidad de formar a la plantilla para optimizar nuestra labor».
- Los profesionales de formación de Zendesk crearon una estrategia para que el equipo de ventas pudiera desenvolverse en el mundo virtual. «Estudiamos cómo generar ese cambio, cómo formar a los empleados y cómo motivarlos a usar esta herramienta».

# 6.500

contactos nuevos en seis meses.

## Resultados

### Información que aporta relevancia

- A la hora de tratar con clientes corporativos, Zendesk considera que la búsqueda de información es clave. Jameson explica los retos: «La venta corporativa implica trabajar con las empresas más grandes del mundo. Con LinkedIn Sales Navigator, nos centramos en la siguiente pregunta: ¿de qué forma podemos optimizar la investigación y comprensión de nuestras cuentas para llegar a posicionarnos como asesores de confianza y destacar por nuestra relevancia?».
- Jameson y el equipo de formación usaron LinkedIn Sales Navigator para encontrar información que les ayude a identificar las necesidades de sus clientes. «LinkedIn ofrece el único conjunto de datos que nos permite conocer las particularidades de la trayectoria profesional de una persona, sus intereses y aspiraciones para enfocarnos en lo que le importa al final del día.»
- «Es fundamental conocer a fondo el negocio y los retos de un cliente», cuenta Bear. «LinkedIn Sales Navigator nos ayudó a investigar con antelación. Así, cuando íbamos a una reunión, ya teníamos una lista de preguntas concretas para el cliente. Esto le demostraba que conocíamos sus necesidades».
- Jameson señala que la naturaleza autogenerada de los datos en LinkedIn les permite obtener información que no está disponible en ningún otro sitio. «Es una cantidad increíble de información que nuestro equipo puede usar para saber lo que realmente importa a nuestros clientes».



«LinkedIn ofrece el único conjunto de datos que nos permite conocer las particularidades de la trayectoria profesional de una persona, sus intereses y aspiraciones para enfocarnos realmente en lo que le importa.»

**Anand Jameson**

Responsable sénior de salida al mercado internacional

### Nuevos contactos, nuevos pedidos

- Bear quedó encantada con la respuesta del equipo de ventas corporativas de Zendesk a su formación. «Uno de los mejores indicadores fue la satisfacción de nuestros representantes con este programa concreto. El 97 % dijo que cambió por completo su rutina diaria. Una vez que el equipo aprendió a usar la herramienta, nuestros indicadores de seguimiento de posibles clientes y del ingreso de leads calificados a la fase inicial del proceso cambiaron radicalmente».
- Bear comparte algunos resultados excepcionales: «Los 6.500 nuevos contactos que hicimos a través de LinkedIn Sales Navigator se tradujeron en 100 reuniones calificadas, que ayudaron a generar más de 100.000 dólares en ingresos mensuales recurrentes en ese trimestre concreto».
- Jameson atribuye este éxito rotundo al valor que los miembros del equipo de ventas percibieron en las interacciones y respuestas que recibieron de sus clientes. «Varios miembros del equipo me comentaron que algunos posibles clientes con los que habían intentado ponerse en contacto antes, respondieron de forma favorable cuando los contactaron a través de LinkedIn».
- «LinkedIn Sales Navigator es nuestra herramienta más valiosa y la mejor inversión que hemos hecho en nuestro equipo de ventas. No solo nos permite buscar posibles contactos y nuevos negocios, sino que ayuda a nuestros comerciales a prepararse al máximo para tratar con sus clientes», añade Bear.

# USD 100.000

en ingresos mensuales recurrentes en un trimestre.

# 97 %

del equipo de ventas corporativas afirma que Sales Navigator ha tenido un impacto positivo en sus ventas.

