



# Acelera las ventas virtuales con Sales Navigator: consejos para captar leads y mejorar tu pipeline

Imagínate si tuvieras un instrumento para medir todo el sector de ventas B2B, una especie de termómetro que, en lugar de oscilar entre “congelado” e “hirviendo”, variara de “totalmente analógico” a “totalmente virtual”. En las dos últimas décadas, la aguja de este indicador fue moviéndose de manera lenta y continua hacia el extremo “totalmente virtual” del espectro. Y entonces llegó la pandemia.

“En dos meses, observamos una transformación digital que hubiese llevado dos años”, dijo (en inglés) el director ejecutivo de Microsoft, [Satya Nadella](#), en el primer anuncio de resultados trimestrales de la empresa en la era de la COVID-19.

Para algunos equipos de ventas B2B, la desaparición repentina de las tácticas de ventas no digitales fue un gran golpe al sistema. Para otros, fue más que nada un inconveniente. Sin importar cuáles hayan sido los efectos en tu organización, probablemente los profesionales de ventas B2B han tenido la sensatez de seguir adaptándose a esta realidad como si fuera definitiva. Porque cuando “vuelva la normalidad”, lo normal puede terminar pareciéndose más al presente que al pasado. Y, según muchos de tus colegas, el énfasis en la venta virtual ha llegado para quedarse:

## Las ventas virtuales han llegado para quedarse

---



de los profesionales de ventas se han pasado a las ventas virtuales.



de los profesionales de ventas consideran que las ventas virtuales son más efectivas que el modelo tradicional.



de los profesionales de ventas tienen planeado continuar con las ventas virtuales por encima de 12 meses.

Así que centrémonos en cómo prosperar en este entorno cambiante, comenzando por el aspecto que quizás resulte más decisivo para la venta B2B: la captación de leads.

### Avance hacia una captación de leads de precisión

Lo primero que debemos comprender es que no es fácil conseguir que el comprador B2B actual interactúe con nosotros. La competencia por su atención es feroz y es casi seguro que no se pondrá en contacto contigo simplemente porque “te topaste con su nombre y se te ocurrió llamar” ni porque “solo quieres saber si puedes ayudar”.

En efecto, aún hay algo para decir sobre la cantidad de intentos de contacto. No hay que desalentar la proactividad. Sin embargo, para la mayoría de los profesionales de ventas B2B, la actividad nunca ha estado tan lejos de ser un «juego de números». Los compradores esperan algo más que un mensaje insulso que podría haberse enviado a cualquier lead de cualquier empresa. Y cuando reciben una comunicación bien pensada, la mayoría está dispuesta a actuar. Una encuesta reciente de LinkedIn indica que el 56 % de los responsables de las decisiones están dispuestos a considerar los productos o servicios de una marca si el profesional de ventas comprende con claridad sus necesidades comerciales.

Pero, aunque es bueno tener parámetros de calidad, buscar la perfección puede perjudicar la captación de leads. Según [Clara Shih](#), directora ejecutiva de [Hearsay Systems](#), adoptar una actitud proactiva que dé prioridad al cliente es la clave para que tus buenas intenciones se destaquen, especialmente, en estos días. “Lo peor que puedes hacer en este momento es no hacer nada”, afirma Shih.

Si te concentras en las cuentas y en los leads adecuados (aquellos a quienes puedes ayudar y que, por consiguiente, están más motivados para escucharte), tus actividades de captación pueden resultar más fructíferas. Es decir, cada vez tendrás más posibilidades de llenar tu pipeline de negocios prometedores. Aquí te mostramos cuatro maneras en que LinkedIn Sales Navigator puede potenciar tus actividades de captación en el ámbito B2B.

## Captación de clientes con Sales Navigator

---

Búsqueda  
segmentada de  
cuentas



Búsqueda de leads



Búsqueda de leads  
en cuentas



Búsqueda de  
responsables de las  
decisiones



### Búsqueda segmentada de cuentas

Al buscar nuevas cuentas objetivo en tu región, aprovecha los filtros de búsqueda avanzada disponibles. ¿Tienes éxito en un sector específico? Profundiza allí. ¿Sientes más seguridad cuando vendes en determinadas regiones? Juega con el filtro de ubicaciones. ¿Tienes cuentas objetivo con gran potencial de crecimiento? Usa el filtro de empresas para identificar departamentos y oportunidades.

Es probable que, con la práctica, las búsquedas te resulten cada vez más sencillas. Por ejemplo, asegúrate de reutilizar las búsquedas de cuentas que arrojaron mejores resultados para identificar otras cuentas con características similares. ¿Quieres recibir una notificación cuando aparezcan empresas que se ajusten a tus criterios? Es muy fácil: solo tienes que guardar la búsqueda.

Cuando encuentres cuentas relevantes, guárdalas en Listas personalizadas. Tal vez no puedas hacer nada de inmediato, pero si la cuenta se ajusta a tu perfil de cliente, podrás monitorear las alertas fácilmente a fin de identificar el momento adecuado para comunicarte (p. ej., cambios de empleo, menciones en la prensa, crecimiento de la empresa).

Y no olvides aplicar los [Spotlights de Sales Navigator](#) (*en inglés*) para mejorar los resultados de las búsquedas. Por ejemplo, puedes usar el Spotlight “Eventos de recaudación de fondos” para filtrar las cuentas objetivo que recientemente recibieron financiación.

### Búsqueda exploratoria de leads

Cuando busques leads en tu territorio, usa palabras clave muy específicas y emplea modificadores como “And”, “OR”, “Not”, “ “ y ( ) para obtener mejores resultados. Por ejemplo, crea una búsqueda con operadores booleanos para los títulos y

los departamentos. De ese modo, te asegurarás de no perderte oportunidades importantes de generar ingresos debido a un pequeño tecnicismo (y de encontrar leads que otros tal vez pasen por alto).

Supongamos que quieres encontrar vicepresidentes de ventas. La búsqueda con booleanos se verá más o menos así: “VP” OR “Vicepresidente” AND “ventas”.

Sin dudas, cuando encontramos un buen lead, queremos otros similares. Al visitar el perfil de un lead calificado, aprovecha las recomendaciones inteligentes para que Sales Navigator intente encontrar perfiles similares.

La funcionalidad Spotlights de ventas de Sales Navigator puede ser una excelente manera de perfeccionar las listas de leads, además de mejorar las listas de cuentas. Considera usar el Spotlight “Sigue a tu empresa” para filtrar los leads que están interesados en tu compañía. El Spotlight “Ha publicado en los últimos 30 días” es bueno para descubrir leads que han estado activos recientemente y que, por lo tanto, pueden estar más proclives a responder.

Por supuesto, es muy recomendable que guardes los leads prometedores en Listas personalizadas. Los usuarios de Sales Navigator indican que sus tasas de éxito aumentan en promedio un 17 % cuando guardan leads.

Y recuerda la importancia de compartir. Comparte con tu equipo las frases con operadores booleanos que te han dado buenos resultados. Comparte los Spotlights de ventas que tienden a identificar a los mejores leads. Comparte tus listas para colaborar con el equipo. Cuando compartes listas a través de Sales Navigator, puedes asignar permisos de lectura o de edición. También puedes configurar alertas para recibir avisos cuando se agregan o se eliminan leads o cuentas.

## **Búsqueda de leads en cuentas**

Cuando busques leads dentro de las cuentas, primero guarda todas tus cuentas en una Lista personalizada. Al hacerlo, podrás usar el filtro «Buscar dentro de las cuentas guardadas» para restringir los resultados. Asimismo, puedes buscar dentro de una lista de cuentas personalizada para limitarlos más. Sí, al principio tienes que dedicarte un poco a la configuración, pero vale la pena si piensas en el tiempo que ahorrarás y en lo fácil que te resultará monitorear los movimientos en las cuentas.

Otra sugerencia es visitar la página de la cuenta en Sales Navigator y “ver todos los empleados”. Esto te permitirá filtrar los leads con quienes compartes un contacto. Aprovechar las relaciones siempre ha sido una buena práctica para captar clientes, pero ahora es especialmente provechosa. “Las recomendaciones de los contactos compartidos son más importantes que nunca para compensar las maneras de generar confianza que hemos perdido”, explica Shih.

Por último, cuando busques leads dentro de una cuenta, aplica el filtro “Empresa actual”. De este modo, se omitirán las personas que ya no trabajan en esa cuenta y obtendrás una lista más limpia que te ahorrará tiempo.

## Búsqueda de responsables de las decisiones

Para quienes recién se inician, el uso de Sales Navigator para buscar responsables de las decisiones es una práctica de eficacia comprobada: los usuarios han observado un aumento del 24 % en la tasa de éxito promedio cuando contactan a responsables de las decisiones.

¿Cuáles son las mejores maneras de hacerlo? Para una sola cuenta, puedes visitar la página de LinkedIn de la empresa en Sales Navigator y ver la lista que aparece allí. Asegúrate de guardar a los principales responsables de las decisiones en Listas personalizadas.

¿Quieres recibir alertas cuando los líderes de una empresa (p. ej., vicepresidente, socio, director ejecutivo o propietario) o ciertos empleados visiten el sitio web o la página de LinkedIn de tu empresa? Las [Alertas sobre los intereses de los compradores](#) brindan a los usuarios de Sales Navigator Enterprise información oportuna sobre los atributos de los compradores posiblemente interesados. Pero puedes ir más allá. Mira detenidamente los atributos de la persona interesada. Si no estás usando alguno en tus búsquedas, podrás encontrar nuevos leads de calidad realizando búsquedas con ubicaciones, funciones, niveles de experiencia, etc., similares.

Con el tiempo, querrás contactar a los responsables de las decisiones. Cuando lo hagas, no olvides echarle un vistazo a la “Mejor vía para conectar” en la página del lead. Esta funcionalidad te muestra cuál es tu conexión con esa persona, ya sea a través de TeamLink o de vínculos compartidos con tus contactos personales, educativos o profesionales de 1.º grado.

Por último, al compartir contenido con un lead nuevo, aprovecha la información de Smart Links. Esto te permitirá identificar otros miembros del círculo de compra. Por ejemplo, si el lead comparte tu Smart Link con el director de Operaciones y este ve el contenido, recibirás una alerta.

Bien, hemos abarcado muchos temas en pocos párrafos. El siguiente cuadro resume las principales funcionalidades para tener en cuenta. Guárdalo y tenlo a mano en tu próxima sesión de búsqueda de leads. Así, seguramente podrás aprovechar las mejores maneras de encontrar a las personas y las cuentas adecuadas con Sales Navigator.

Captación de clientes con Sales Navigator			
 Búsqueda segmentada de cuentas	 Búsqueda de leads	 Búsqueda de leads en cuentas	 Búsqueda de responsables de las decisiones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guarda búsquedas</li> <li>• Guarda cuentas</li> <li>• Recibe alertas</li> <li>• Sales Spotlights</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda con operadores booleanos</li> <li>• Leads recomendados</li> <li>• Listas de leads</li> <li>• Listas compartidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca en las cuentas guardadas</li> <li>• Busca dentro de listas personalizadas</li> <li>• Filtros avanzados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsables de las decisiones en la página de empresa</li> <li>• Alertas sobre el interés de compra</li> <li>• Información sobre Smart Links</li> </ul>

¿Tus actividades de captación de leads están estancadas en el modo analógico? Obtén más información acerca de [Sales Navigator](#) y del modo en que puede ayudarte a segmentar y comprender a los leads adecuados, así como a interactuar con ellos.

[Sakshi Mehta](#)

Product Success en LinkedIn

Artículo publicado originalmente en inglés en <https://www.linkedin.com/business/sales/blog/sales-navigator/accelerate-virtual-selling-with-sales-navigator-prospecting-tips-to-enhance-your-pipeline>

