



Cómo generar credibilidad en los compradores en tiempos de incertidumbre generalizada

Entender el negocio de tus leads es más importante que nunca. Para ofrecerles ventajas y concretar ventas, debes ser capaz de ofrecer soluciones a los desafíos que enfrentan. Pero ¿cómo pueden tus representantes estar al día con esas necesidades cambiantes?

Tener un visión completa de la actividad comercial de un lead nunca había sido tan importante.



56 % de los compradores está «muy de acuerdo» con que es más probable que considere los productos o servicios de una marca si los profesionales de ventas comprenden con claridad su negocio.

Fuente: Datos de LinkedIn, 2019

Dado el surgimiento de nuevos sectores de desarrollo, hoy los representantes necesitan entender los desafíos que podrían estar enfrentando esos leads. Si no los comprenden, no tendrán credibilidad y, lo que es peor, parecerán poco confiables.

En un momento en que los ciclos de negociación se dilatan y la cantidad de responsables de las decisiones se incrementa, la **credibilidad** puede marcar la diferencia entre que concretes el negocio o te den la espalda.

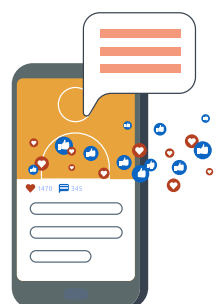
Sin embargo, a pesar de eso, nuestros datos señalan lo siguiente:



Solo el **23 %** de los compradores indicó que los profesionales de ventas son uno de los tres recursos principales a los que acuden cuando necesitan consejos.

Fuente: La manera de crear valor, LinkedIn y Miller Heiman Group, 2020

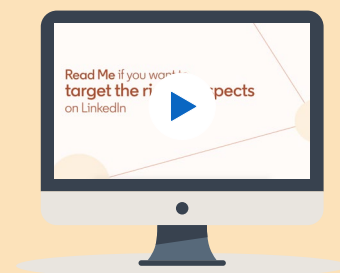
Nuestros datos demuestran que los profesionales de ventas cada vez guardan más leads en LinkedIn. Entre los usuarios, observamos enormes incrementos interanuales (entre abril de 2019 y abril de 2020):



cantidad de leads guardados (+118 %),
cuentas guardadas (+145 %),
mensajes enviados (+158 %),
búsquedas guardadas (+178 %)
y listas personalizadas creadas por
el usuario mensual promedio (+74 %).

Esta evolución se observó durante el año pasado, de manera que no obedece únicamente a la COVID-19.

Fuente: Datos de LinkedIn Insights, abril de 2020 frente a abril de 2019



Para aprovechar al máximo el tiempo que dedicas a captar clientes, descarga nuestra guía más reciente, [“Cómo interactuar eficazmente con los responsables de las decisiones en LinkedIn”](#), donde encontrarás seis pasos para interactuar eficazmente con quienes tienen poder de compra.

« Presta atención a la pestaña «Posibles clientes que siguen tu empresa» en Sales Navigator y comienza la búsqueda desde allí. Estos leads ya están familiarizados con tu nombre y te resultará más sencillo entablar conversaciones con ellos. »

Fuente: Morgan Ingram, director de Ejecución y Evolución de Ventas, JB Sales Training

Sin duda, la manera en que las empresas captan oportunidades está cambiando. En el contexto actual:



64 % de las organizaciones de ventas consideran que la venta digital es «tanto o más eficaz» que la venta tradicional.

Fuente: Encuesta global de McKinsey, 2020

LinkedIn y LinkedIn Sales Navigator permiten que los equipos de ventas obtengan más resultados cuantificables:



+18 % de aumento en el pipeline obtenido de Sales Navigator*



+7 % de mejora en las tasas de éxito



+33 % de diferencia en el tamaño de los negocios

Fuente: Datos de LinkedIn, 2019

*Leads generados mediante actividades en LinkedIn Sales Navigator antes de crear la oportunidad. En todos los sectores, un 34 % de los leads se obtuvieron mediante actividades en Sales Navigator o en LinkedIn antes de crear la oportunidad.

Usa Sales Navigator para comprender la actividad comercial, los objetivos y los desafíos de los leads antes de contactarlos:

- **Los spotlights y las alertas** envían al representante notificaciones sobre eventos importantes que puedan afectar a sus leads.
- **Las alertas de interacción** indican el interés del cliente según su interacción con tu empresa.
- **Las páginas de cuentas y de leads** permiten a los representantes obtener información sobre las cuentas, identificar puntos de afinidad y tomar nota sobre qué temas usar para romper el hielo antes de comunicarse.
- **Las listas** facilitan el seguimiento de los leads y las cuentas, y se pueden compartir con el equipo para ofrecerle al lead una experiencia consistente.

Para captar oportunidades de negocio en el contexto actual, necesitas demostrar que comprendes en profundidad la actividad comercial de tus clientes y que puedes ofrecer soluciones para abordar sus desafíos. Habla hoy mismo con nuestros expertos para averiguar cómo puede ayudarte LinkedIn a desarrollar credibilidad entre tus compradores y forjar relaciones más sólidas.

Descubre cómo LinkedIn, con una red de más de 690 millones de usuarios, puede proporcionarle a tu equipo la información, el contenido y las herramientas que necesita para generar credibilidad entre los posibles compradores con más eficacia.

