

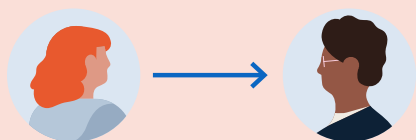


Cómo interactuar eficazmente con los leads en tiempos de incertidumbre generalizada

En este momento, las ventas deberían abordarse con un enfoque personal, compasivo y centrado en el cliente, pero ¿cómo puedes asegurarte de que los representantes se relacionen de una manera más cordial con los leads?

Si algo hemos aprendido de la situación actual es que todo contacto personal y humano es importante.

Si fueras un lead, ¿estarías más dispuesto a responder a un representante de ventas que te pregunta cómo estás y que intenta echarte una mano, o a alguien que intenta venderte «en frío» y de manera más agresiva algo que no le pediste?



44 % de los profesionales de ventas anticipan que los compradores estarán menos receptivos a un contacto no solicitado.

Fuente: Encuesta de LinkedIn, 2020

Las relaciones fructíferas con los leads siempre han necesitado un toque humano para llegar intelectual y emocionalmente a los posibles compradores.

Un estudio reciente señala que, antes de la crisis, el



90 % de los responsables de las decisiones nunca respondía a los comunicaciones no solicitadas de los profesionales de ventas.

Fuente: Encuesta de LinkedIn, 2020

Evidentemente, comunicación cordial puede marcar la diferencia; en especial, al haberse suspendido los eventos presenciales del sector. Sin la interacción cara a cara, los representantes necesitan encontrar nuevas maneras de lograr una impresión memorable en todos los participantes importantes del círculo de negociación.

Interactuar con todo el círculo de compra es la única manera de evitar que la aparición de responsables de las decisiones desconocidos haga descarrilar un negocio a última hora.

Para evitar que los negocios se evaporen, los representantes necesitan:



Lograr una interacción inicial con el círculo de compra lo más sólida posible.



Demostrar rápidamente los beneficios que pueden ofrecer.

¿Qué pueden hacer los representantes de ventas para fomentar las comunicaciones cordiales y ponerse a disposición de los leads?

A la hora de interactuar con leads, LinkedIn es el lugar ideal para iniciar conversaciones.

Entre marzo y mayo de 2020, los usuarios de Sales Navigator establecieron **4,3 veces** más contactos con responsables de las decisiones* que quienes no son usuarios.



Entre marzo y mayo de 2020, los usuarios de Sales Navigator vieron **250 veces** más perfiles de responsables de las decisiones* que quienes no son usuarios.

*Se considera responsables de las decisiones a las personas con cargos directivos o superiores.

Fuente: Datos de LinkedIn Insights, marzo-mayo de 2020

Para perfeccionar tus tácticas de comunicación, 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. Descárgala para descubrir cómo:



Segmentar a las empresas y a los compradores adecuados.



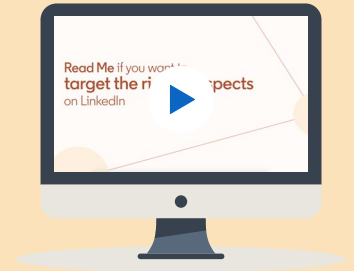
Entender qué valoran los clientes.



Convertirte en un recurso de confianza para los leads.



Conseguir una presentación cordial.



« La capacidad de crear listas de empresas o de leads en Sales Navigator permite a los representantes de ventas encontrar personas adecuadas con quienes poder conectar, y compartir información y experiencias con todo aquel que muestre interés. Esta funcionalidad y la posibilidad de compartir listas personalizadas con compañeros de trabajo y con otros equipos son herramientas de gran valor a la hora de generar comunicaciones más significativas. »

Fuente: Irina Soriano, responsable de Formación, Seismic

Sales Navigator puede ayudar a los representantes a interactuar con los leads de manera virtual a través de presentaciones cordiales.

1. **Utiliza los mensajes InMail** y el **sistema de mensajería** para llegar a los compradores en cualquier momento y desde cualquier lugar.

2. **SmartLinks** permite a los usuarios seguir la interacción de los compradores con el contenido e identificar a otros miembros del círculo de compra.

Para interactuar con los leads, debes ser capaz de entablar comunicaciones más cordiales y útiles, reconocer los desafíos que enfrentan los clientes y ofrecerles soluciones para superarlos. Habla hoy mismo con nuestros expertos para averiguar cómo puede ayudarte LinkedIn a mejorar tus comunicaciones y a optimizar tus contactos.

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 interactuar de una manera más eficaz con los posibles compradores.

