

Cómo fortalecer las relaciones con los clientes en tiempos de incertidumbre

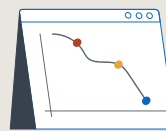


Mantener y profundizar las relaciones con tus clientes y tus contactos puede resultar complicado ante los cambios que experimenta el panorama laboral en todo el mundo. La tecnología y las técnicas de venta modernas pueden ayudarte. En nuestra nueva serie de guías que abordan los desafíos del sector de ventas, te explicamos cómo.

En este momento, enfrentamos numerosas incertidumbres. Pero, para los equipos de venta de todo el mundo, algo es seguro: el modo en que entablen y consoliden el contacto con los clientes, especialmente en tiempos de cambios acelerados, es crucial.

Ahora mismo, es más importante que nunca invertir a fondo en las relaciones con los clientes.

Una encuesta de LinkedIn realizada en marzo de 2020 a profesionales de ventas determinó lo siguiente:



44 % espera una disminución en la respuesta a las comunicaciones

60 % anticipa una desaceleración en los negocios concretados



Según un estudio de la firma de investigación y asesoramiento TOPO, en las primeras tres semanas de marzo:



La cantidad de empresas que congelaron presupuestos aumentó un 88 %.



La cantidad de compradores que no realizan reuniones aumentó un 150 %.

Fuente: [TOPO](#)

Pero ¿cómo puedes fortalecer y consolidar las relaciones con los clientes y cuáles son algunos de los desafíos que encontrarás? Hemos identificado tres grandes obstáculos que afectan a los equipos de ventas en la actualidad:

Desafío 1:

La información obsoleta impide reformular la estrategia de comercialización

A medida que los clientes se adaptan a la situación actual, los datos de tu CRM pueden resultar superfluos de un momento para otro. Sin un panorama actualizado del mercado, es imposible llegar a los contactos adecuados.

Para **priorizar** a los clientes que importan, necesitas acceder a información oportuna sobre las cuentas y los contactos, y ahí es donde Sales Navigator puede ayudarte. Como te permite monitorear las alertas sobre las cuentas clave, puedes descubrir señales de interés y de intención, p. ej., cuando un lead es mencionado en las noticias o interactúa con las publicaciones de tus clientes.



El 70-80 % de los ingresos de una empresa suele provenir del 10-20 % de sus cuentas.

Fuente: Datos de LinkedIn, 2019





Desafío 2:

Los hallazgos obsoletos hacen que los representantes tengan problemas para compartir información oportuna y relevante

Es difícil captar la atención de los clientes si no tienes información relevante. Puede que tú o tu equipo hayan entablado relaciones sólidas con contactos clave, pero necesitan dedicar tiempo adicional para proteger y apoyar esas cuentas de todas las maneras posibles.

El 93 % de los responsables de las decisiones está más dispuesto a considerar un producto o servicio si el representante de ventas comparte contenido relevante para su cargo.

Fuente: LinkedIn, Informe sobre el panorama de las ventas en 2018



El 49 % de los responsables de las decisiones cree que el contenido interesante influye en las ventas B2B.

Fuente: 2019 Edelman-LinkedIn Thought Leadership Study (Estudio de Edelman-LinkedIn sobre el liderazgo de opinión en 2019)

Vale la pena comprender la situación del cliente e identificarte con ella. Sales Navigator puede ayudarte a supervisar la evolución de sus desafíos y a registrar cómo interactúa con el contenido. Esto te permite ofrecer información provechosa y comunicaciones personalizadas que resulten valiosas.

Desafío 3:

La rotación de responsables de las decisiones pone en riesgo las relaciones

Cuando las empresas reorganizan el personal para mantenerse ágiles, los movimientos y la rotación de los responsables de las decisiones pueden comprometer hasta las relaciones más sólidas. Por eso, **establecer múltiples contactos** en la cuenta no solo es recomendable, sino que resulta esencial.



La tasa de éxito aumenta un 7 % al relacionarse con **más de 6** responsables de las decisiones.

Fuente: LinkedIn



Un equipo de compras promedio tiene de **7 a 13** participantes activos (que varían según el volumen del negocio), a los que pueden sumarse interesados ocasionales.

Fuente: Gartner, Use Buyer Enablement Content to Shorten Sales Cycles and Win More Deals as a Tech CEO (Capacita a los compradores para reducir los ciclos de venta y ganar más negocios como director de Tecnología), enero de 2020



Un 78 % de los profesionales de ventas tiene un solo contacto (relación única) en las cuentas con las que intenta concretar negocios o directamente no tiene ninguno.

Fuente: LinkedIn

Mientras continúe la merma o la inmovilización de presupuestos, el proceso de toma de decisiones seguirá complicándose, y los equipos de ventas que no tengan múltiples contactos en sus cuentas estarán en una seria desventaja.

¿Cuál es la solución? Sales Navigator te permite seguir el movimiento de tus contactos clave y te ofrece una perspectiva compartida de todo el círculo de compra, lo que facilita y agiliza la identificación de los nuevos responsables de las decisiones con quienes debes interactuar.

Gracias a la red de 690 millones de usuarios y 50 millones de empresas de LinkedIn, LinkedIn Sales Navigator puede ayudarte a sentar las bases para entablar relaciones más sólidas con los clientes y a impulsar el desarrollo de tu empresa.

