



Cómo fortalecer las relaciones con los clientes en tiempos de incertidumbre

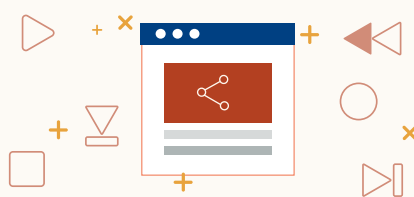
En una época de cambios sin precedentes, los datos obsoletos pueden complicar la negociación con clientes claves, pero la tecnología puede ayudarlos a ti y a tu equipo. Abajo te contamos cómo.

Hoy más que nunca, es necesario adaptarse para satisfacer las necesidades de los clientes, seguir brindándoles una experiencia excelente, y compartir información y contenido relevantes para enfrentar el panorama actual de ventas. **Protege** tus relaciones ofreciendo valor añadido.



89 % de los responsables de las decisiones creen que el liderazgo de opinión mejora su conocimiento sobre una organización.

Fuente: [Edelman-LinkedIn Thought Leadership Study \(Estudio de Edelman-LinkedIn sobre el liderazgo de opinión\)](#).



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

Fuente: [LinkedIn, Informe sobre el Panorama de las ventas en 2018](#)



53 % de la lealtad de los clientes se basa en su experiencia durante la venta.

Fuente: [Gartner CEB](#)

Si los datos en los que confían tus representantes de ventas no están actualizados o si la información sobre el mercado es incorrecta, puede que tengas problemas.



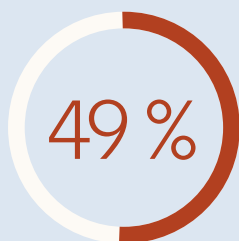
Los datos desactualizados sobre los clientes pueden afectar tu capacidad para conectarte con ellos.



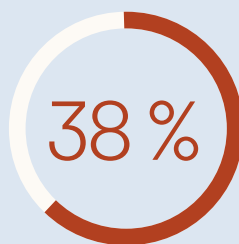
Podrías no estar al tanto de la situación de contactos clave.



Cuando tratas de navegar en esta nueva realidad, la información sobre el mercado vale su peso en oro. Sin ella, los equipos pueden tener dificultades para captar la atención hasta del cliente más leal.



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



El 38 % cree que el contenido de baja calidad pone en riesgo la reputación, el respeto, la admiración y las ventas de la empresa.

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

Descubrir esta información no solo consume tiempo que debería dedicarse a la venta, sino que resulta inútil si el representante no sabe con quién interactuar o cuándo hacerlo.

Es hora de reconsiderar tu estrategia de mercado y de preguntarte qué áreas de la base de clientes no generan buenos resultados y cuáles están creciendo.

Aquí es donde Sales Navigator entra en acción. **Protege** las relaciones haciendo un seguimiento de los cambios de empleo de personas con poder de decisión, de las noticias y de otras alertas.



Entérate cuando tus clientes cambian de empleo o son mencionados en las noticias.



Utiliza información en tiempo real sobre el modo en que los destinatarios interactúan con el contenido para identificar cuál les interesa más.

Navegar en esta nueva etapa plantea grandes desafíos a las empresas de todo el mundo, pero no tienes que enfrentarlos solo. ¿Por qué no miras cómo la tecnología de ventas más reciente puede ayudarte a fomentar las relaciones con los clientes?

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.

