



## Cómo fortalecer las relaciones con los clientes en tiempos de incertidumbre

Mientras los clientes siguen reorganizando el personal, los movimientos de los responsables de las decisiones pueden hacer flaquear hasta las relaciones más sólidas. ¿Se relacionan tus equipos con varios contactos en sus cuentas clave? Si no es así, ¿no es hora de que comiencen? Descubre cómo.

Forjar relaciones con diferentes contactos en la empresa es la mejor manera de entender a fondo las necesidades del cliente y descubrir oportunidades de ampliar un negocio o de hacer ventas cruzadas.

Pero los datos muestran que no siempre es así.



**78 %** de los profesionales de ventas tiene un solo contacto en las cuentas con las que intenta concretar negocios.

Fuente: Datos de LinkedIn, 2017

Por eso, relacionarse con **múltiples contactos** es esencial para tener éxito y es lo que le permite al equipo seguir adelante aunque las empresas sean objeto de reestructuraciones.



Las tasas de éxito con clientes actuales aumentan un **7 %** cuando los equipos de ventas están relacionados con **más de 6** responsables de las decisiones.

Fuente: Datos de LinkedIn





Al tener varios contactos, los equipos de ventas pueden insertarse más en las cuentas clave y, por lo tanto, aumentar su influencia en el comité de compra.

Sales Navigator puede ayudar a tus representantes a relacionarse con **múltiples contactos** porque les ofrece herramientas para:



Descubrir nuevos responsables de las decisiones en las cuentas a través de **Alertas**.



Usar **Smart Links** para seguir la interacción de los compradores con el contenido e identificar a otros miembros del círculo de compra.



Crear **listas** para hacer el seguimiento de las relaciones en una cuenta y colaborar con otros miembros del equipo.



Usar **Spotlights** con las búsquedas o los leads guardados para identificar las señales de interacción de otros miembros del círculo de compra.

Dado que los equipos de compra son cada vez más numerosos, tener una visión general del círculo de decisiones te ayudará a fortalecer las relaciones.



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



Vale la pena que los representantes inviertan en relacionarse con más de un responsable de las decisiones en las cuentas clave. Tus equipos necesitan entablar conexiones duraderas con un círculo de contactos internos y lograr que cada interacción sea valiosa.

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.

