



Cómo acelerar la eficacia de las ventas virtuales

No importa qué vendas ni cómo o dónde lo hagas: entender al comprador (sus desafíos, prioridades y metas) siempre es esencial. La incertidumbre reinante no ha facilitado las ventas, pero los compradores siguen necesitando ayuda. Para muchos de ustedes, trabajar junto a sus clientes para crear soluciones únicas siempre ha sido una actividad presencial. Pero, hoy por hoy, el mundo de la venta es bastante diferente. Todos estamos buscando maneras de adoptar o de acelerar el uso de medios virtuales en toda la organización de ventas.

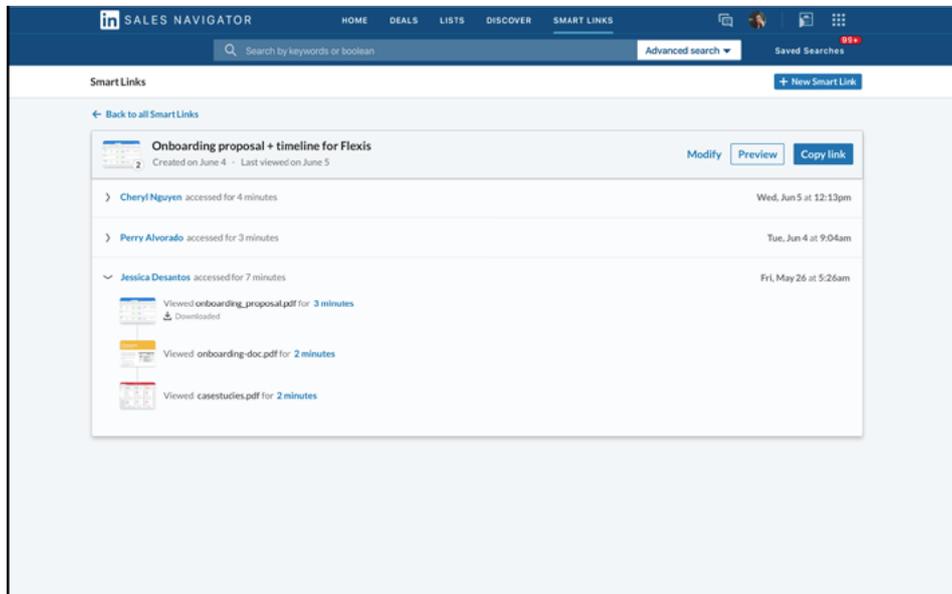
El proceso de adopción de la venta virtual

Para algunos, la venta por medios virtuales no es ninguna novedad: siempre han combinado las interacciones presenciales con las virtuales. Para otros, es un territorio totalmente nuevo. Sin embargo, todos estamos tratando de determinar cómo abordar juntos esta nueva normalidad.

Mientras el mundo de la venta sigue cambiando a gran velocidad, introducimos funcionalidades que ayudarán a tu organización a desarrollar una estrategia de venta virtual que le permita continuar brindando asistencia a los compradores en este momento difícil. Este trimestre, pensamos que funcionalidades y actualizaciones podrían ser más beneficiosas para los tres motores principales de la venta virtual: información en tiempo real, colaboración y creación de relaciones. A continuación presentamos algunas de las novedades y te mostramos cómo favorecen la venta virtual en este mundo inesperado:

Información en tiempo real

Determinar qué información hace eco en tus compradores puede ser especialmente difícil cuando no puedes encontrarte con ellos en persona y leer su lenguaje corporal. Y, como muchos debemos hacer malabares para cumplir con nuestras responsabilidades laborales y personales a lo largo del día, el tiempo disponible para hablar por teléfono puede ser escaso. Las mejoras de Smart Links te ayudan a mantenerte en contacto con los compradores porque brindan información en tiempo real acerca del contenido que más les interesa en función de lo que deciden leer o compartir con sus colegas.



Con las nuevas incorporaciones, podrás crear paquetes de contenido y compartirlos con facilidad sin salir del flujo de trabajo de Sales Navigator. También podrás seguir las interacciones para determinar qué despierta más interés en los clientes actuales y los posibles clientes. Las mejoras en Smart Links te permitirán lo siguiente:

- **Crear un Smart Link** desde InMail.
- **Acceder a los Smart Links creados** desde mensajes en un dispositivo móvil.
- **Recibir alertas** cuando alguien interactúa con el contenido que compartiste.
- **Registrar la actividad** directamente en Microsoft Dynamics 365 Sales o en Salesforce para hacer un seguimiento del modo en que los compradores interactuaron con el contenido.

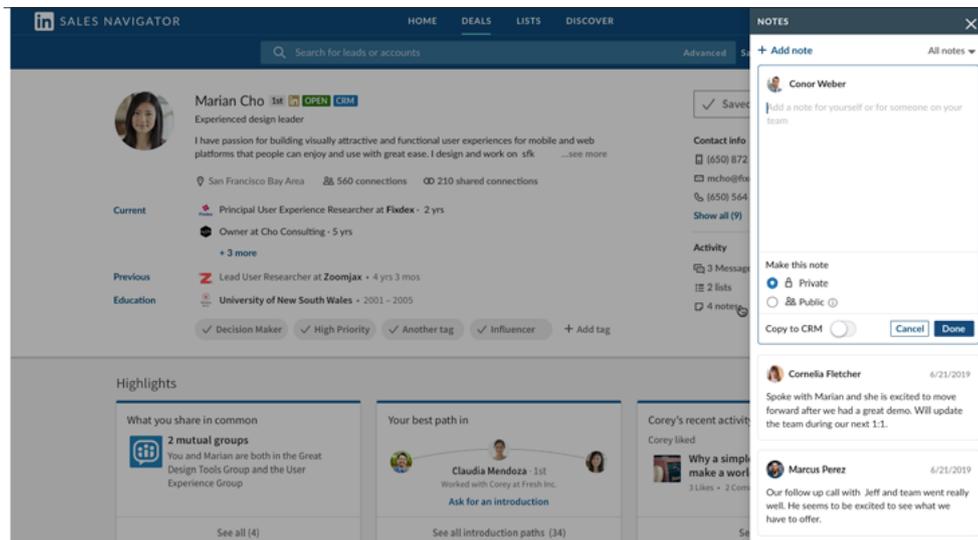
Y, si eres administrador de Sales Navigator, ahora puedes hacer un seguimiento del uso de Smart Links para comprender mejor la frecuencia con que los representantes de ventas envían contenido y qué representantes obtienen más visualizaciones.

Colaboración

Al parecer, la colaboración nunca ha sido tan importante ni ha planteado tantos desafíos. Trabajamos codo a codo para abordar el ciclo de venta de manera eficiente y eficaz, aun cuando no sea posible estar físicamente juntos como equipo ni encontrarnos en persona con los compradores. Este trimestre ampliamos dos funcionalidades para fomentar la colaboración en todo el equipo de ventas:

- **Creación de contactos para Microsoft Dynamics 365 Sales:** Esta nueva integración con Microsoft Dynamics 365 Sales, similar a la anunciada el trimestre pasado (*en inglés*) para Salesforce, permite crear un registro de contactos directamente desde una página o una lista de posibles clientes de Sales Navigator para que los datos del CRM estén actualizados, sean correctos y estén disponibles para toda la organización de ventas.

- **Notas en Sales Navigator:** Consolidamos las notas y los comentarios en una sección de Notas que se comparte en las listas, las páginas de posibles clientes y las páginas de cuentas de Sales Navigator para ayudarte a encontrar información en la plataforma. En el nuevo mundo de las ventas, la colaboración es aún más importante, y la funcionalidad renovada te permite configurar tus notas como privadas o públicas para que tus colegas tengan acceso a tus comentarios sobre las cuentas y los posibles clientes relevantes.



Creación de relaciones

Crear y cultivar virtualmente las relaciones con clientes actuales y con posibles clientes puede suponer un esfuerzo enorme para los equipos de ventas. El nuevo panel Alertas está diseñado para que interactúes fácilmente con los compradores desde la página de inicio de Sales Navigator. De este modo, cuando un posible cliente publica o comparte contenido, puedes recomendarlo, hacer comentarios o compartirlo sin salir de Sales Navigator. Y estos pequeños gestos pueden ser de gran ayuda para crear y cultivar las relaciones.

Estamos juntos

El futuro es incierto, sobre todo en este momento. Pero algo es seguro: estaremos aquí para brindarte apoyo mientras determinas qué es más adecuado para tu organización de ventas y, en especial, para tus compradores.

Lindsey Edwards

Directora sr. de Gestión de Productos, Sales Solutions y Plataformas Empresariales en LinkedIn

Artículo publicado originalmente en inglés en <https://www.linkedin.com/business/sales/blog/strategy/helping-accelerate-virtual-selling-effectiveness>