



Activación de los principios de la filosofía de «los clientes son lo primero» con Sales Navigator

Cuando los compradores ganan, también ganan los profesionales de ventas.

Esta convicción fundamental guía el modo en que nuestras soluciones brindan apoyo a los equipos de ventas. Queremos que ganes ayudando a tus clientes a ganar. Sales Navigator está diseñado para ayudar a los profesionales de ventas a comprender de una manera más rápida y clara lo que se necesita para colaborar con eficacia y actuar en consecuencia.

Si aún no lo has hecho, familiarízate con los cinco principios de la venta según la filosofía de «los clientes son lo primero». El paso siguiente será descubrir cómo LinkedIn puede ayudarte a aplicar cada principio. Sigue leyendo para conocer características y funcionalidades clave de Sales Navigator que te ayudarán a poner en práctica la filosofía de «los clientes son lo primero».

Cómo activar la venta según la filosofía de «los clientes son lo primero» con Sales Navigator

Haz que los clientes sean lo primero con Sales Navigator

Primero infórmate y luego define	Comparte sin obstáculos	Resuelve, no vendas	Aporta valor Gánate la confianza
<ul style="list-style-type: none">• Búsqueda avanzada• Sales Spotlights• Listas personalizadas• Alertas de interés de compra**	<ul style="list-style-type: none">• Experiencias compartidas• Mensajes InMail• Smart Links*• Tealink	<ul style="list-style-type: none">• Páginas de cuentas• Perfiles de leads• Alertas de noticias de posibles clientes• Información sobre Smart Links*	<ul style="list-style-type: none">• Comunicaciones• Uso compartido de listas personalizadas*• Alertas de noticias de cuentas• Validación de datos***

Primero infórmate y luego define

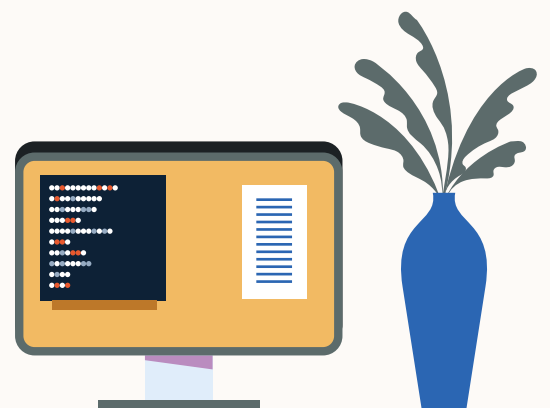
La clave de todo está en el cliente, así que investiga su situación y descubre las particularidades de los desafíos que enfrenta. Luego, aplica tus conocimientos para definir la solución y el proceso de compra adecuados, y desarrolla un enfoque en colaboración con el cliente para alcanzar el éxito juntos.

Una encuesta reciente de LinkedIn determinó que el 79 % de los responsables de las decisiones tienden a interactuar menos con los profesionales de ventas que carecen de conocimientos sobre sus empresas. Cuando los profesionales de ventas inician una interacción con información incorrecta o insuficiente sobre la empresa objetivo, por lo general, entran a un callejón sin salida.

Las conversaciones productivas y la escucha activa pueden ayudar a descubrir detalles específicos sobre las dificultades que enfrenta una empresa, pero los profesionales de ventas deben estar un paso adelante para comprender cabalmente la cuenta y sus circunstancias. También deben prestar atención a las cuentas que no se ajustan a sus criterios.

Si eres profesional de ventas, estas son algunas de las herramientas de Sales Navigator que te ayudarán a informarte para luego definir:

- Primero busca compradores adecuados con los filtros de búsqueda avanzada y acota los resultados en función de **Sales Spotlights** (es decir, identifica a los compradores que siguen a tu empresa o que han publicado contenido en LinkedIn en los últimos 30 días).
- Guarda todos los leads en **Listas personalizadas** y recibe alertas para estar al tanto de las oportunidades en que puedes ofrecer ayuda.
- Monitorea el contenido que **comparten los leads** y las **alertas de interacción con leads** para identificar las principales áreas de interés de tus compradores. Visualiza las alertas directamente en tu página de inicio e interactúa desde allí.
- Aprovecha las **alertas sobre el interés de compra** para obtener información sobre los atributos de los posibles compradores. Recibe alertas cuando un líder de tus cuentas guardadas (vicepresidente, socio, director, propietario) visite la página de LinkedIn o el sitio web de tu organización.



Comparte sin obstáculos

Demuestra una mayor transparencia compartiendo abiertamente información sobre tu oferta y sobre el sector del cliente. Los clientes ya han investigado, así que al compartir tendencias, información y conocimientos específicos del sector, les mostrarás que eres un experto abocado a aportar valor.

Casi la mitad de los compradores (el 44 %) está muy de acuerdo en que se siente más dispuesto a considerar una marca cuando el representante de ventas comparte contenido relacionado con su rol en el proceso de toma de decisiones. No se trata de compartir contenido que promueva descaradamente tu solución, sino de ofrecer información clara, imparcial y genuinamente útil que agregue claridad y perspectiva al proceso de compra.

Los profesionales de ventas que utilizan Sales Navigator cuentan con diversas herramientas y técnicas que los ayudan a compartir rápidamente (y con relevancia):

- Interactúa con el contenido que publiquen los posibles compradores para expresar interés y compartir información pertinente. Los usuarios de Sales Navigator observaron **un aumento del 28 % en la tasa de éxito promedio** cuando interactuaban con el contenido de un lead.
- Filtra las alertas por lead, cuenta y actividad compartida para poder seguir todo con más facilidad.
- Utiliza **Sales Spotlights** para identificar temas que te ayuden a romper el hielo con cada lead (p. ej., el Spotlight «Experiencias en común»).
- Cuando envíes mensajes InMail, recuerda incluir los puntos en común sugeridos. Los datos de LinkedIn indican que **las tasas de aceptación de los mensajes InMail aumentan un 50 % si asististe a la misma institución educativa que el destinatario y se duplican si trabajaste en la misma empresa.**
- Al compartir contenido, crea un Smart Link en el mensaje InMail para seguir las interacciones y enviar contenido más relevante en las comunicaciones posteriores.
- Utiliza el Spotlight **Team Link** para conseguir presentaciones cordiales y generar familiaridad con los nuevos leads. Los profesionales de ventas observaron que **los mensajes InMail rechazados disminuyeron un 19 %** cuando tenían al menos un contacto en común con el destinatario.

Resuelve, no vendas

Conviértete en asesor escuchando los desafíos concretos del comprador y elaborando soluciones que lo ayuden a alcanzar sus metas. De este modo, provocarás un efecto inmediato y forjarás una relación duradera.

Antes de convencer a un comprador de que tu solución es la respuesta a sus desafíos, necesitas convencerlo de que en verdad entiendes qué resultados busca y sabes qué barreras le impiden alcanzarlo. Esto implica asumir el rol de asesor de confianza y posicionarte como su defensor en el proceso de compra.

Usa las siguientes funcionalidades de Sales Navigator para evolucionar de profesional de ventas a especialista en solucionar problemas:

- Para comprender las necesidades concretas de tus compradores, recopila información sobre la cuenta visitando la sección **«Noticias e información»** de la página de la cuenta en Sales Navigator. En los perfiles de los leads, investiga los puntos destacados, el contenido que publicaron recientemente, los grupos a los que pertenecen y las validaciones.
- Monitorea las alertas de **Noticias de posibles clientes, Cambios profesionales y Nuevos responsables de las decisiones** para adaptarte a las necesidades cambiantes de los compradores.
- Crea fácilmente paquetes de contenido para compartirlos con los leads a través del proceso de Sales Navigator con **Smart Links**. Cuando alguien utilice el enlace, recibirás una alerta y podrás monitorear y seguir las interacciones con el contenido que compartes.
- Emplea la información sobre los **Smart Links** para identificar a otros miembros del círculo de compra y envíales contenido personalizado según las funciones y los objetivos de cada uno de ellos.

Aporta valor y gánate la confianza

Asegúrate de que el éxito del cliente sea tu éxito. Antes de la venta, ofrécele demostraciones, pruebas y capacitación. Después, sigue interactuando activamente. Asegúrate de que el comprador esté satisfecho con el funcionamiento de la solución y mantenlo al tanto de las actualizaciones relevantes para su empresa. Actúa en beneficio del cliente durante todo el proceso invirtiendo a largo plazo, aunque esto implique hacer sacrificios a corto plazo. Comparte el contenido de los líderes de opinión de tu empresa, interactúa con el de tus clientes y haz presentaciones para que surjan nuevas relaciones. Generarás confianza y forjarás relaciones auténticas que perdurarán por mucho tiempo.

Uno de los grandes desafíos que plantea la venta moderna es el de crear y mantener relaciones a gran escala. ¿Cómo puedes estar en contacto con tantas personas y cuentas diferentes, y hacer un seguimiento de las circunstancias cambiantes de cada una cuando no puedes dedicar todo el día a esta tarea? Esta es una de las áreas en

las que Sales Navigator logra mayor impacto, ya que, gracias a sus funcionalidades y alertas integradas, contribuye a fortalecer de manera atenta y activa una amplia variedad de relaciones. Sales Navigator te ayuda a aportar valor y a ganarte la confianza de los compradores de las siguientes maneras:

- Registra las interacciones con los leads agregando notas públicas o privadas a las **Listas personalizadas**. En las listas, puedes aprovechar la actividad de comunicación relacionada con los mensajes InMail u otros mensajes enviados, las solicitudes de conexión, la actividad de los Smart Links y el estado de cada contacto, todo en un mismo lugar.
- Comparte las Listas con tus colegas para colaborar y seguir todas las interacciones con los compradores. Puedes asignarles permisos de lectura o de edición. También puedes configurar alertas para recibir avisos cuando se agregan o se eliminan leads o cuentas.
- Observa las alertas de **Noticias de cuentas** y **Noticias de posibles clientes** para estar al tanto de lo que está cambiando entre tus compradores. Comparte contenido personalizado para que no pierdan el interés en la relación.
- Si tienes sincronizado el CRM, puedes aprovechar los informes de **validación de datos*** para identificar los negocios que están en riesgo cuando un comprador ha dejado una oportunidad abierta, para enterarte cuando un antiguo cliente (posible líder interno) se une a una compañía nueva y para marcar los contactos desactualizados. (* Solo disponible para clientes de Salesforce y de MS Dynamics Enterprise).
- Establece tu marca y aumenta tu credibilidad compartiendo información de interés para el sector en tu perfil de LinkedIn. Sigue a líderes del sector, competidores y hashtags en LinkedIn para estar al tanto de lo que sucede. Interactúa con el contenido y las publicaciones de los compradores para mantener el interés en la relación. Según datos de LinkedIn, **los hashtags más utilizados en las publicaciones de los responsables de las decisiones son, entre otros, #leadership #business #innovation #marketing**. Establece tu marca compartiendo periódicamente información relevante para el sector con tus clientes y tus leads.
- Continúa guardando los clientes y los nuevos compradores en listas personalizadas. Monitorea las alertas e interactúa con ellas directamente desde la página de inicio de Sales Navigator. Interactúa con el contenido de los compradores recomendándolo, haciendo comentarios o compartiéndolo con tu red.



Sakshi Mehta

Product Marketing en LinkedIn

Artículo publicado originalmente en inglés en <https://www.linkedin.com/business/sales/blog/strategy/activating-buyer-first-principles-with-sales-navigator>

