

Semana de Ventas Inbound

Creando contenido relevante al objetivo de mi marca

Kennedy Monzón,
Inbound Marketer

Organizado por:

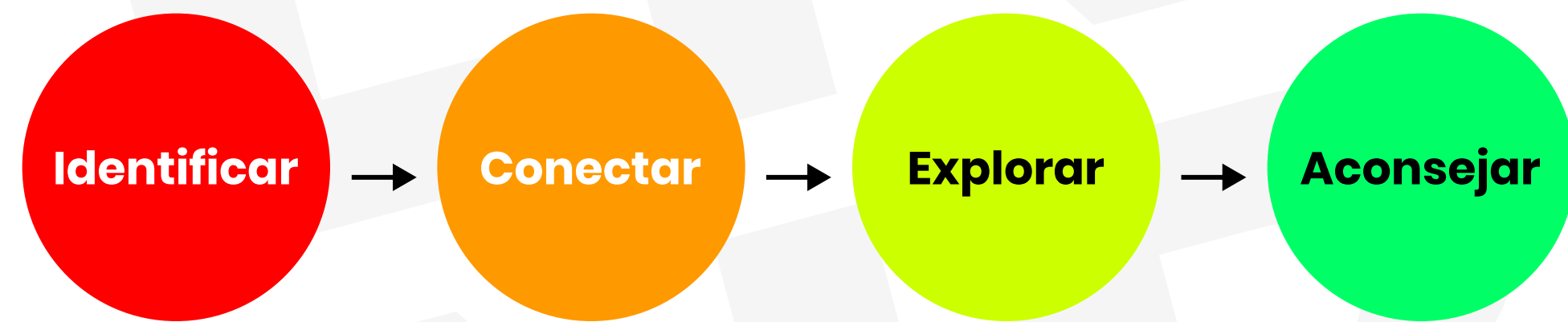


Tenemos una idea de quién
podría escucharnos y un
arsenal de formas distintas
para conectar nuestro
producto con ellos

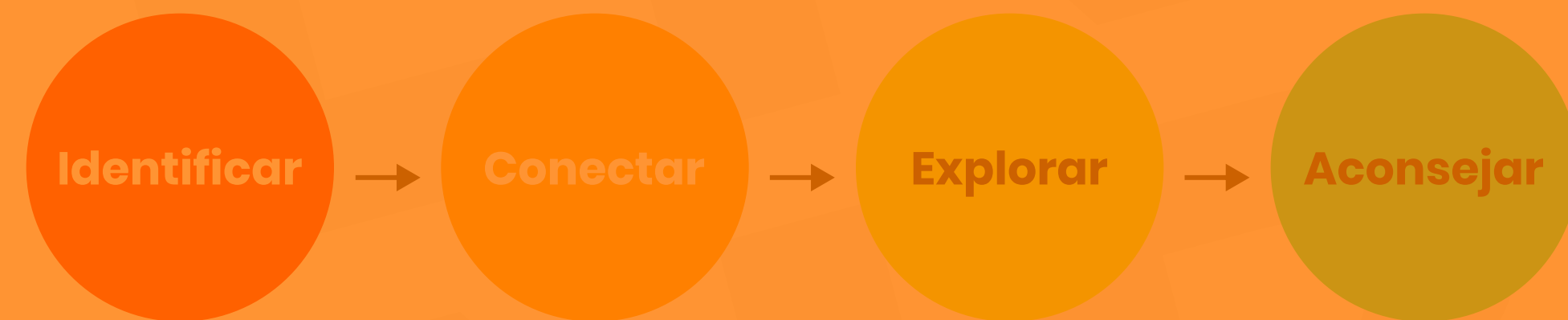


Ahora,
buscaremos ser
RELEVANTES

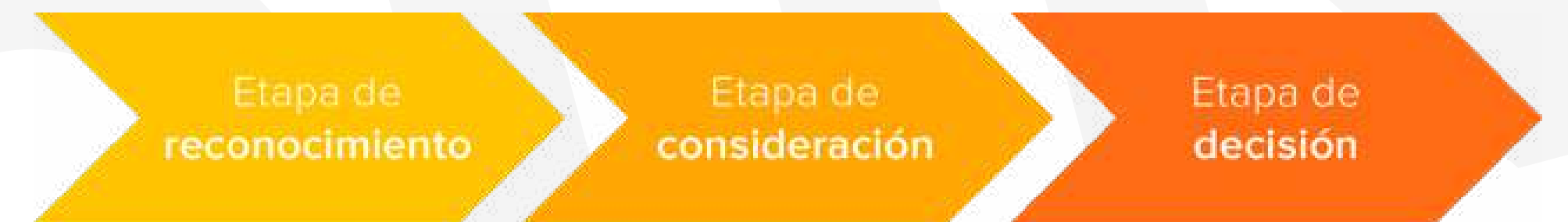
Así como tenemos un proceso como equipo de ventas



**Así como tenemos un
proceso como equipo de
ventas**



**Tu cliente iniciará su
proceso de compra
mucho antes de
encontrarte**



A este proceso lo llamaremos

RECORRIDO DEL COMPRADOR



Etapa de
reconocimiento

The diagram illustrates the buyer's journey as a sequence of three steps, each represented by a chevron-shaped arrow pointing to the right. The first arrow is yellow and labeled 'Etapa de reconocimiento'. The second arrow is orange and labeled 'Etapa de consideración'. The third arrow is a darker orange and labeled 'Etapa de decisión'. The arrows are arranged horizontally and overlap slightly, creating a sense of progression from left to right.

Etapa de
consideración

Etapa de
decisión

Y en cada etapa, esto es lo que sucederá



El prospecto expresa síntomas de un problema o necesidad.

El prospecto definió claramente su problema u oportunidad y está buscando opciones.

El prospecto tiene una estrategia o método para elegir su producto y a su vendedor.

Algunas de las preguntas y reacciones de cada etapa serán similares a las siguientes

Etapa de
reconocimiento

Etapa de
consideración

Etapa de
decisión

Ejemplos

- ¿Cómo sorprendo a mi hijo en su siguiente cumpleaños?.
- ¿Qué puedo regalar que sea poco común pero muy bienvenido?

- ¿Qué tipos de horneados puedo preparar que incluyan chocolate?.
- ¿Cuánto costaría que me preparen una caja especial?.

- Todas las compras mayores a S/100 incluyen recetario de horneados con Chocolate.
- Envío gratis si pides al menos 2 variedades de café distintas.

EJEMPLOS DE CONTENIDO

EN CADA ETAPA DEL VIAJE DEL COMPRADOR

Etapa de
reconocimiento

Etapa de
consideración

Etapa de
decisión

Etapa de Reconocimiento

- Blog
- Post en redes sociales
- Checklist
- Video de procesos y tutoriales
- Herramienta digital
- Ficha técnica del café/chocolate
- Webinar educativo

Etapa de Consideración

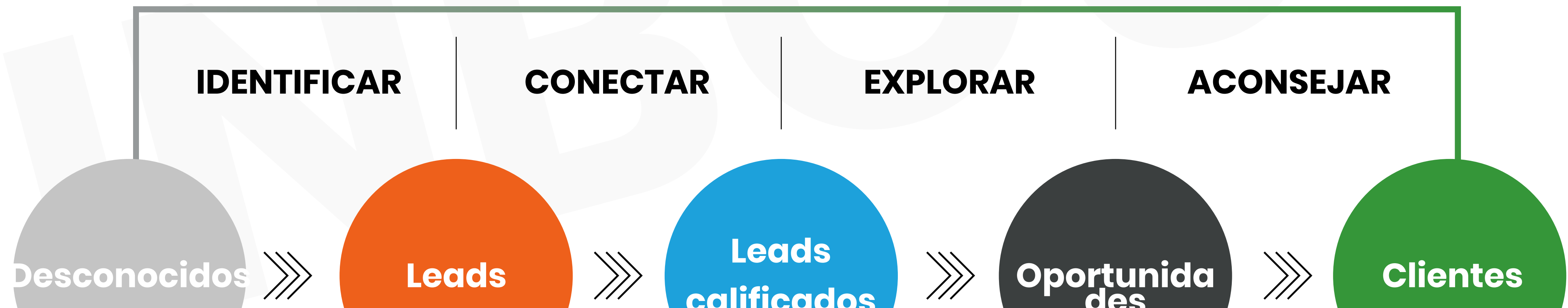
- Guía comparativa del producto
- Caso de estudio (relación con proveedores)

Etapa de Decisión

- Demo en vivo
- Cupón
- Envío gratis
- Beneficios de membresía

**¿CÓMO NOS SIRVE EL
RECORRIDO DEL COMPRADOR
EN LA METODOLOGÍA DE
VENTAS INBOUND?**

ALINEAREMOS MARKETING Y VENTAS ALREDEDOR DE NUESTROS CLIENTES Y SUS NECESIDADES ESPECÍFICAS DE CADA ETAPA EN SU PROCESO DE COMPRA



METODOLOGÍA DE VENTAS INBOUND



ES HORA DE ANALIZAR

Analizaremos 3 publicaciones e identificaremos en qué etapa del viaje del comprador se encuentran y lo documentaremos en el Framework de Ventas Inbound

Mañana simularemos
y documentaremos tu

PROCESO DE VENTA

Preparando una serie de recursos para cuando
tu vendedor se encuentre a un cliente potencial

GRACIAS.

¿Con dudas?
¡Conversemos un poco!

Kennedy Monzon
Inbound Marketer

kennedy.monzon@gmail.com,
hola@arkeywave.com

+51 923 498 573