

Semana de Ventas Inbound

Contenido para el equipo de ventas de tu Cooperativa

Kennedy Monzón,
Inbound Marketer

Organizado por:



Hasta este punto

- Ya puedes **diferenciar a tus compradores activos** de la multitud.
- También **puedes crear distintos mensajes de venta** que conecten tu producto con los objetivos de tu cliente.
- Y entiendes que el **comprador empezó a investigarte mucho antes de comprarte**, y que está **buscando guía y consejo en esta investigación**.

Hoy veremos

- ¿Qué canales utilizan los clientes para contactarnos?
- ¿Cómo respondemos normalmente?
- ¿Cómo podríamos mejorar estas respuestas?



A través de la creación
y optimización de tu
PROCESO DE VENTAS

Para empezar,
analizaremos
algunos **embudos**

VENTAS
MEMBERSHIP

Para empezar,
analizaremos
algunos **embudos**

¿QUÉ ES UN EMBUDO DE MARKETING?



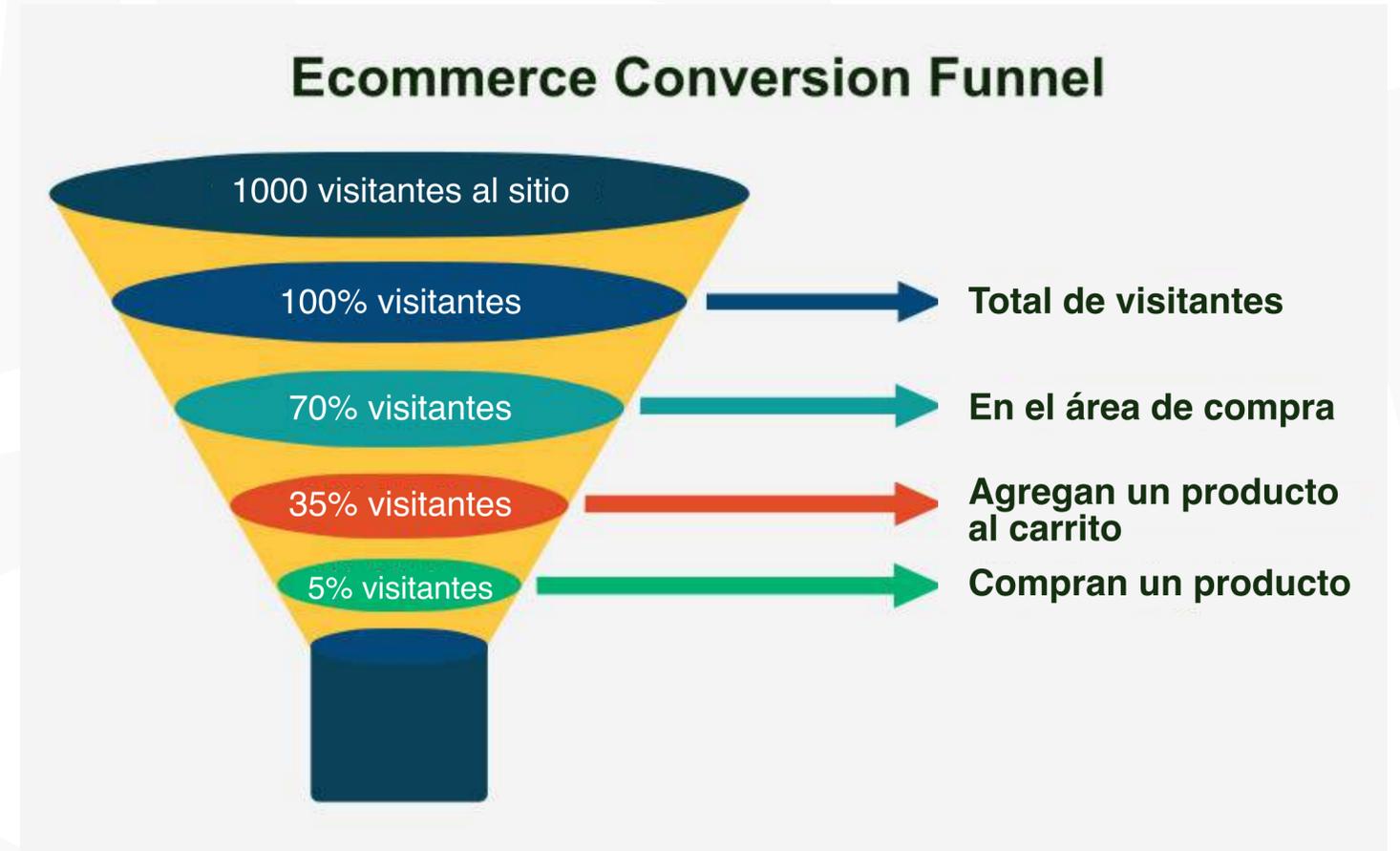
“Un embudo de marketing es una representación visual de los pasos que un visitante toma desde que descubren tu marca hasta que convierten*.”

– Neil Patel, Marketer. Top 10 marketers según Forbes.

Embudo de Marketing y Ventas



Embudo de Comercio Electrónico (ecommerce)



Embudo de Tienda Retail

Embudo de Comercio Electrónico (ecommerce)

El cliente entra a la tienda

El cliente visita la tienda virtual de
Chocolates Curimaná

El cliente mira a las cajas de chocolates

El cliente ve las páginas de los productos

El cliente toma una caja y la pone en su
carro

El cliente agrega el producto al carrito

El cliente camina al cajero

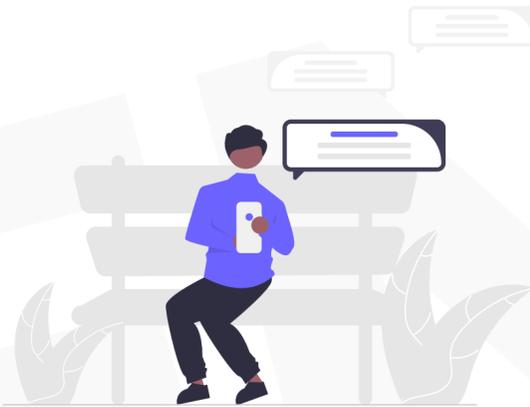
El cliente ingresa a proceso de pago

El cliente completa su compra con la
ayuda del personal de caja

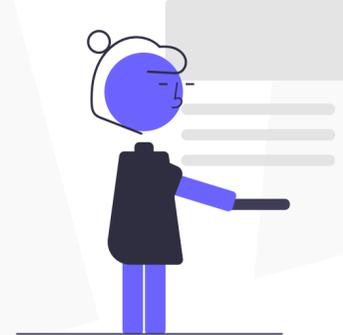
El cliente finaliza el proceso de pago y le
da clic a "Pagar"

¿Y cómo es el embudo desde las redes sociales?

1. EL PROSPECTO VE UN ANUNCIO



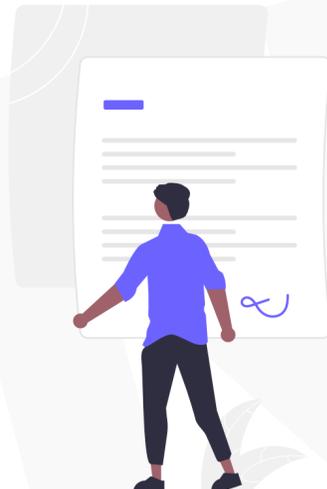
2. EL PROSPECTO INICIA CONVERSACIÓN



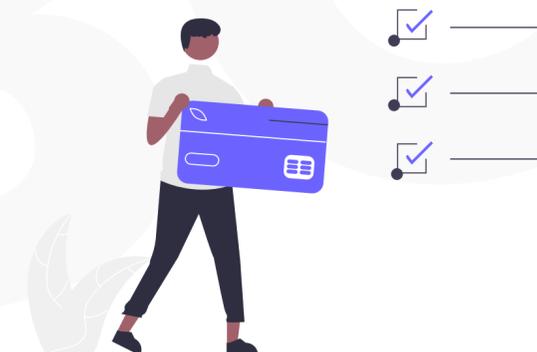
3. EL PROSPECTO ELIGE UNA OFERTA



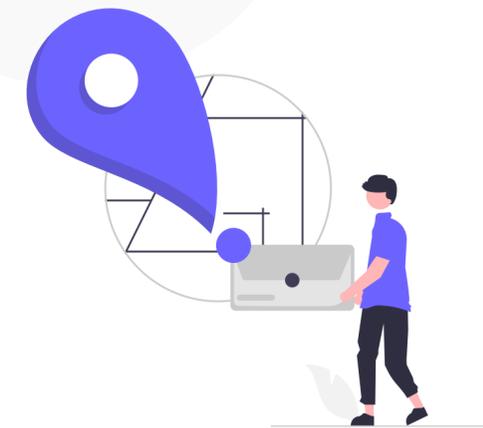
4. EL PROSPECTO RECIBE LA INFORMACIÓN DE PAGO



5. EL PROSPECTO PAGO A TRAVÉS DE SU MEDIO DE PAGO SELECCIONADO



6. EL PROSPECTO ENVÍA EL VOUCHER E INFORMACIÓN DE ENVÍO



Responde esto,

¿EN DÓNDE INICIA CONVERSACIÓN TU CLIENTE?



MUY PROBABLEMENTE EN UNO DE ESTOS CANALES

Facebook Messenger

Whatsapp chat

Email

Llamada directa

PERO, ¿QUÉ SUELES HACER PARA HACER QUE LLEGUEN?

Facebook ADS

Presentarte en Ferias

Videos de procesos

Banners físicos

Sorteos

Activaciones BTL

Campañas con Influencers

Pegar afiches en puntos estratégicos de la ciudad

Antes de crear un proceso a la medida, conozcamos el

Proceso estándar de ventas

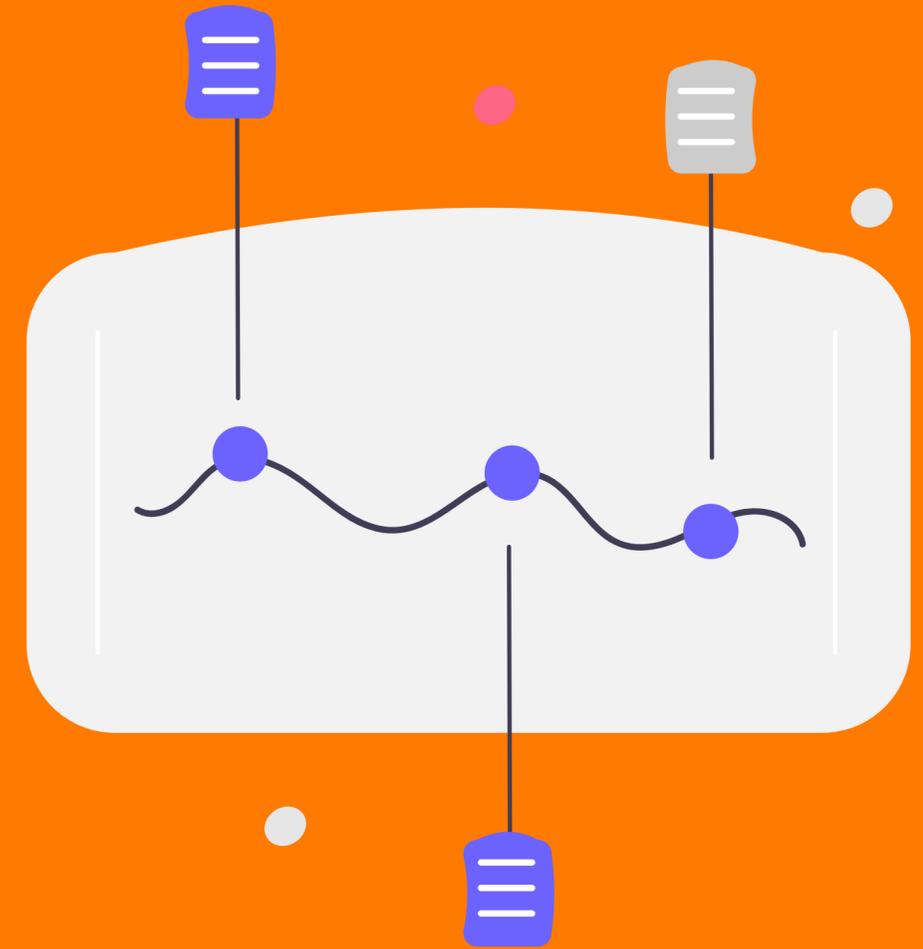
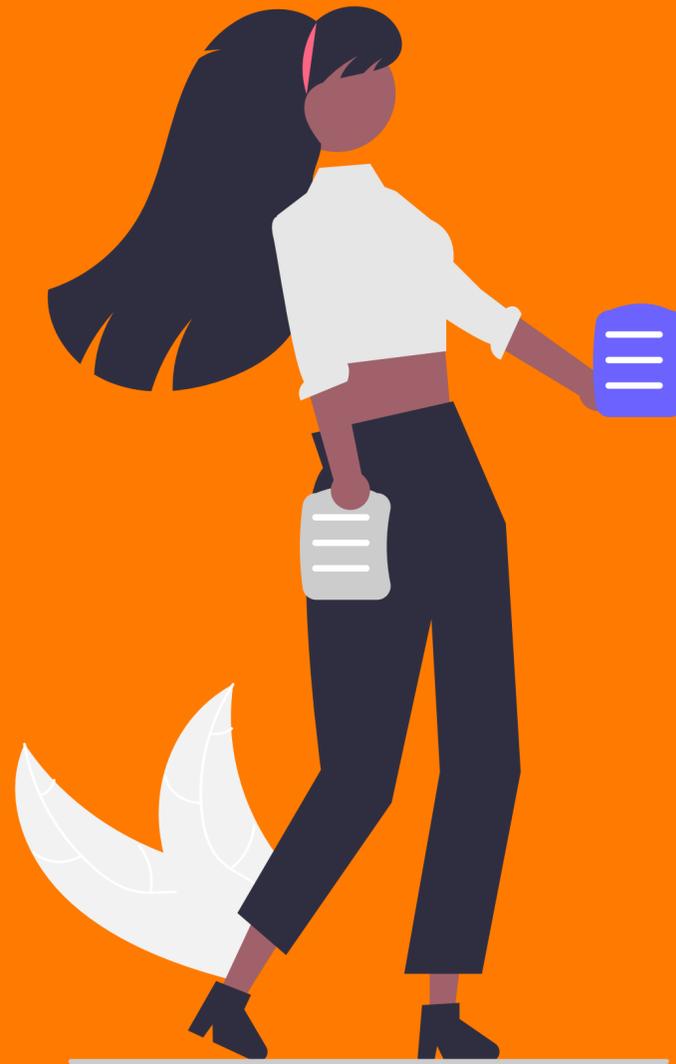
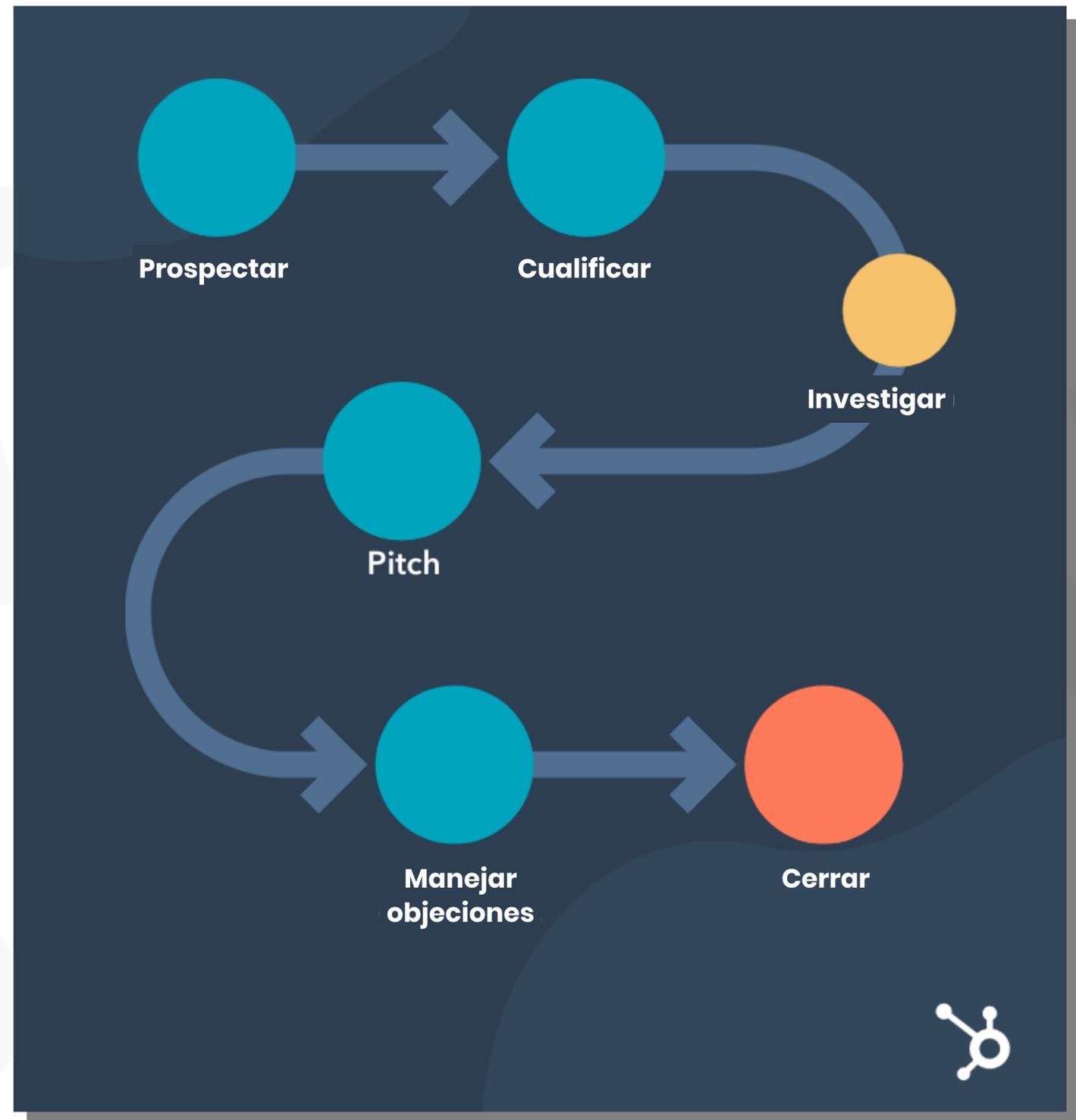


DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE VENTAS



Proceso de ventas estándar según HubSpot

Proceso de venta	Prospectando	Conectando y calificando	Investigando	Presentando	Manejando objeciones	Cerrando
Actividades del vendedor	<ul style="list-style-type: none">• Investigar el mercado• Definir los criterios de calificación• Crear una propuesta de valor única (PUV)	<ul style="list-style-type: none">• Interactuar con prospectos• Hacer preguntas de calificación• Presentar detalles iniciales del producto y la PUV	<ul style="list-style-type: none">• Analizar necesidades del prospecto• Preparar diseños y testimonios personalizados	<ul style="list-style-type: none">• Presentar pruebas demostrativas	<ul style="list-style-type: none">• Responder preguntas y preocupaciones• Analizar nuevas objeciones y presentar soluciones a la medida	<ul style="list-style-type: none">• Negociar y ganar acuerdo• Comprobar pago y enviar producto
Actividades del comprador	<p>Descubrir que tiene un problema u oportunidad por satisfacer</p>	<ul style="list-style-type: none">• Preguntar y brindar la información solicitada por ventas• Responder y hacer preguntas de calificación	<ul style="list-style-type: none">• Investigar empresa y considerar compatibilidad• Evaluar otra solución potencial	<ul style="list-style-type: none">• Recibir prueba demostrativa• Compartir con amigos y personas cercanas	<p>Hacer preguntas y expresar preocupaciones</p>	<ul style="list-style-type: none">• Negociar y aceptar• Realizar pago• Enviar información de envío

Objetivo: Incrementar la tasa de cierre un 10% para el final del trimestre Q1 2022.

Es hora de que construya tu propio proceso

Proceso de venta	Prospectando	Conectando y calificando	Investigando	Presentando	Manejando objeciones	Cerrando
Actividades del vendedor	•	•	• •	•	•	•
Actividades del comprador	•	•	•	•	•	•

Objetivo:

ES HORA DE PRACTICAR

Analiza tu proceso de ventas, define los embudos por los que lleguen tus clientes y optimiza al menos uno de ellos para mejorar tus conversiones.

Mañana aprenderemos a priorizar los embudos, acercamientos y creación de contenido con la

MATRIZ DE IMPACTO Y ESFUERZO

GRACIAS.

**¿Con dudas?
¡Conversemos un poco!**

Kennedy Monzon
Inbound Marketer

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

+51 923 498 573