



¡BIENVENIDOS!





ESTRUCTURA DEL NEGOCIO



Algunas reglas antes de comenzar...



Celulares Off.



Haz que cuente.



Participa.

Levante la mano...

- ¿Quién de ustedes está recibiendo el dinero que desea de su negocio?
- ¿Quién, además de su negocio, tiene el tiempo libre que quisiera, y la calidad de vida que esperaba alcanzar gracias a su negocio?
- ¿Quién cuentan con un equipo comprometido que cuida de su negocio como si fuera propio?
- ¿Quién sigue sintiendo pasión por su negocio?

Tú sabes lo que sabes...



¿Qué hay con lo que no sabes?

La ÚNICA Falla...

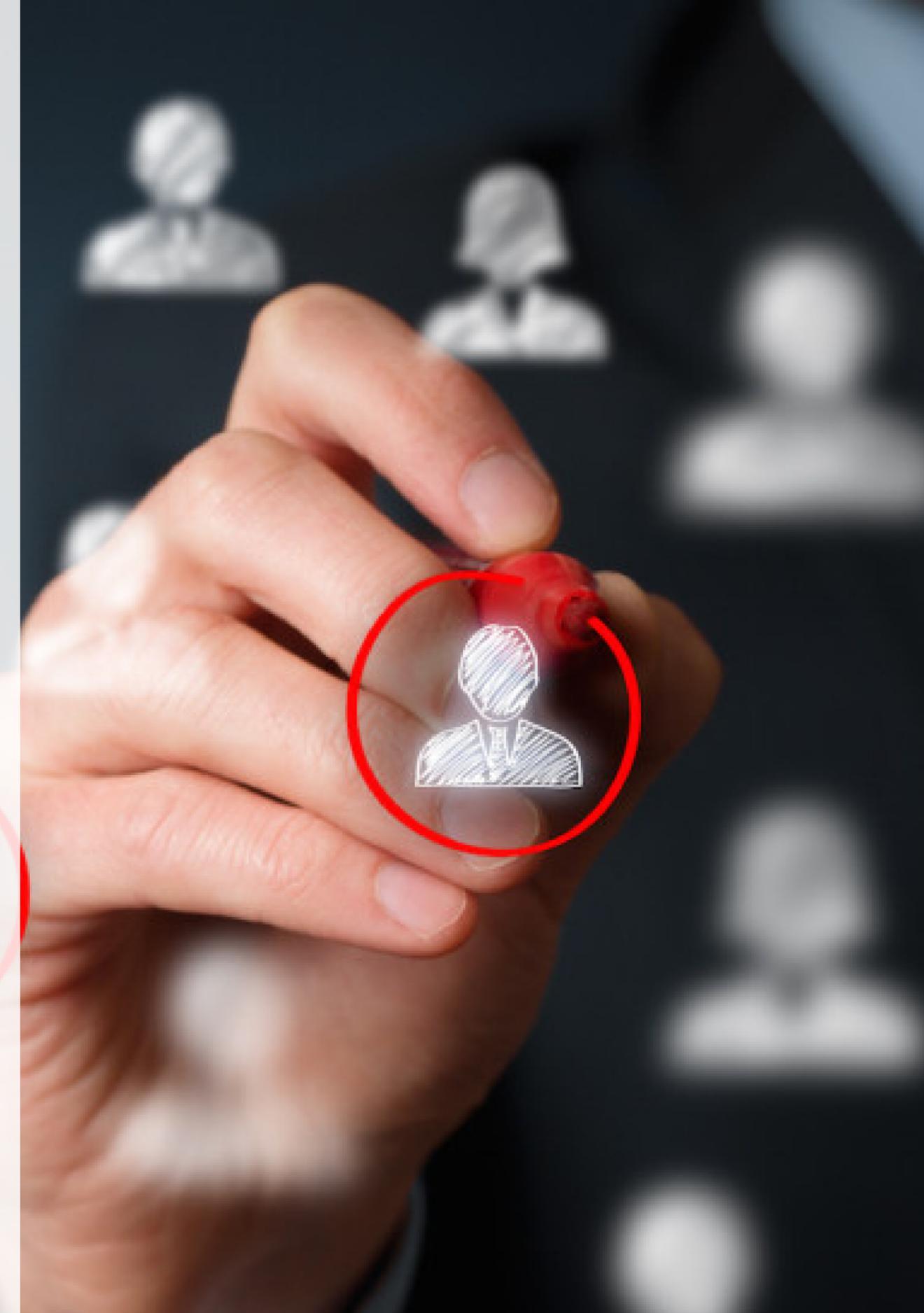
Sería fallar en NO
participar

Da el 100% hoy...
y recibirás el 100%



¿Quién?

Haz una lista de tu
Mercado Meta, los
segmentos, Nichos o
Grupos.



¿Dónde?

¿Dónde los encuentras en mayor concentración?



¿Qué?

¿Qué ofreces tú? (tu OFERTA) y,
¿Qué quieren ellos comprar?

Marketing y ventas es crear...

Diferencia

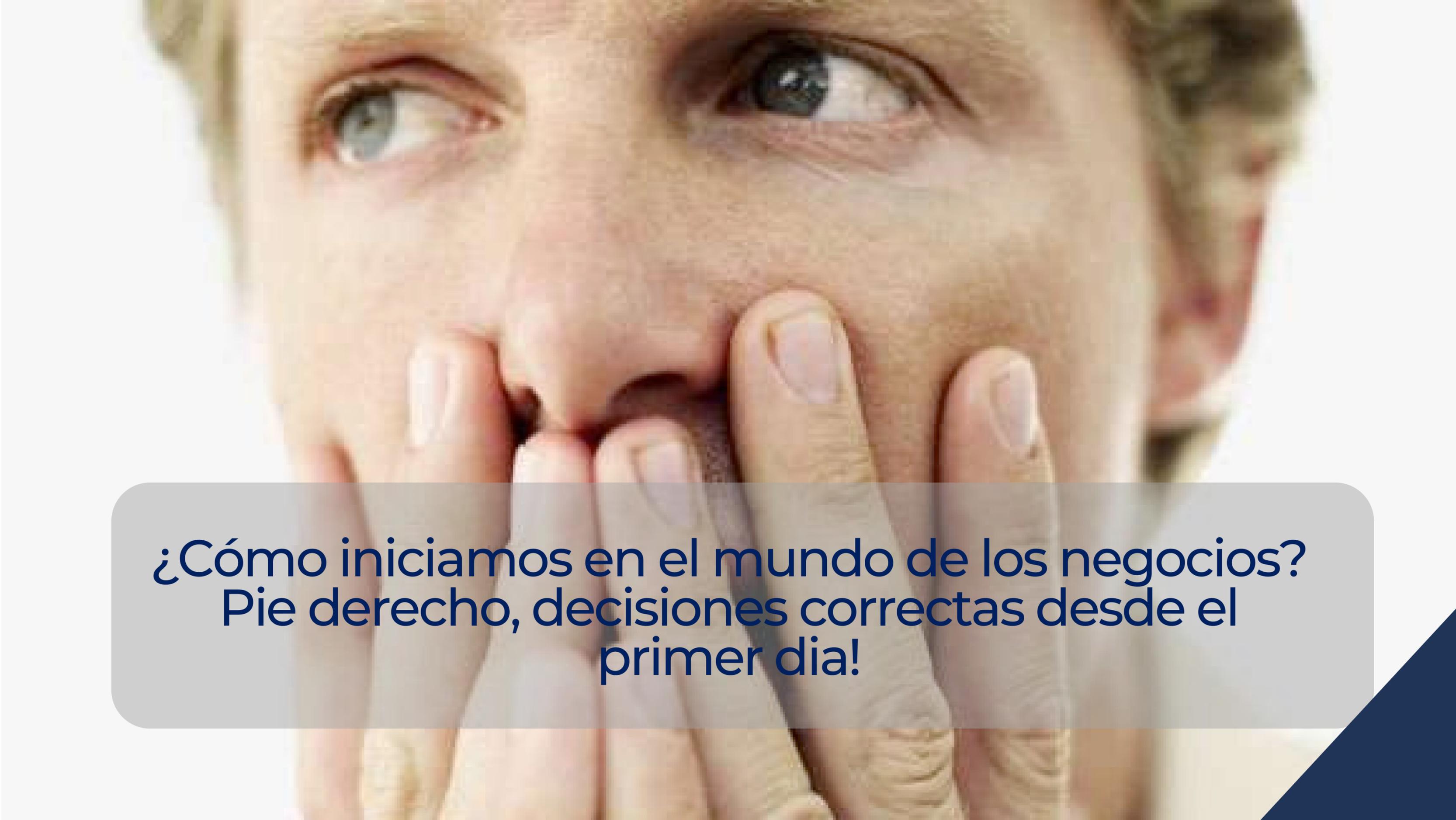


2 Formas diferentes de Cotizar

Descuentos

Vs

Añadir Valor



**¿Cómo iniciamos en el mundo de los negocios?
Pie derecho, decisiones correctas desde el
primer día!**

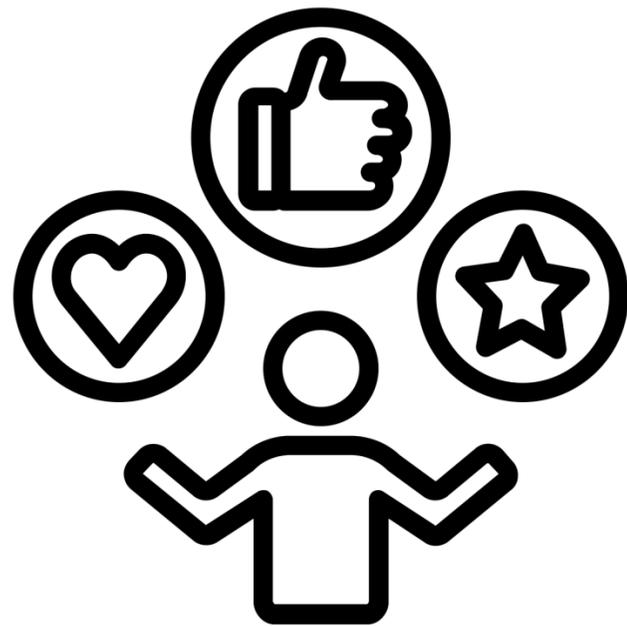


**¿Qué pasa si
alguien no da
resultados o
no logra las
metas?**

¿...y si ese
alguien eres tú?

La Nueva Venta Disruptiva

EXTREMOS



EXPERIENCIA DEL CLIENTE

La Nueva Venta Disruptiva



Marketing Estratégico Para tu Negocio

- El cliente compra por sus propias razones... no por las tuyas
- La gente ama comprar... pero detesta sentir que le hayan vendido
- El cliente no sabe bien lo que quiere... pero espera que tu si lo sepas
- Nadie compra un producto per sé... sino lo que el cliente piensa que el producto o servicio hará por él
- Las ventas no son dirigidas por los vendedores... las dirige el cliente y el vendedor las facilita

La Nueva Venta Disruptiva

Comprar es un caso especial al tomar una decisión

Vender es entonces:

Ayudar profesionalmente a alguien a tomar una decisión...
de compra

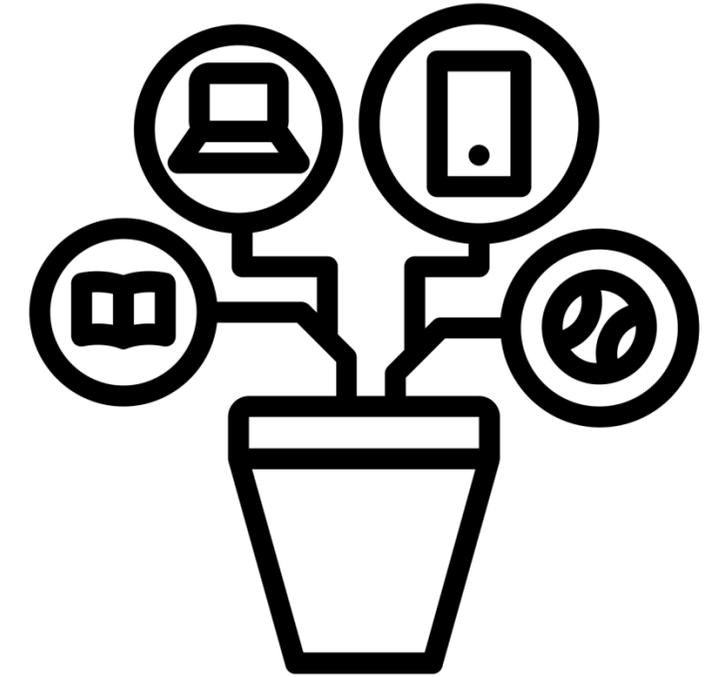


Básicos de Ventas

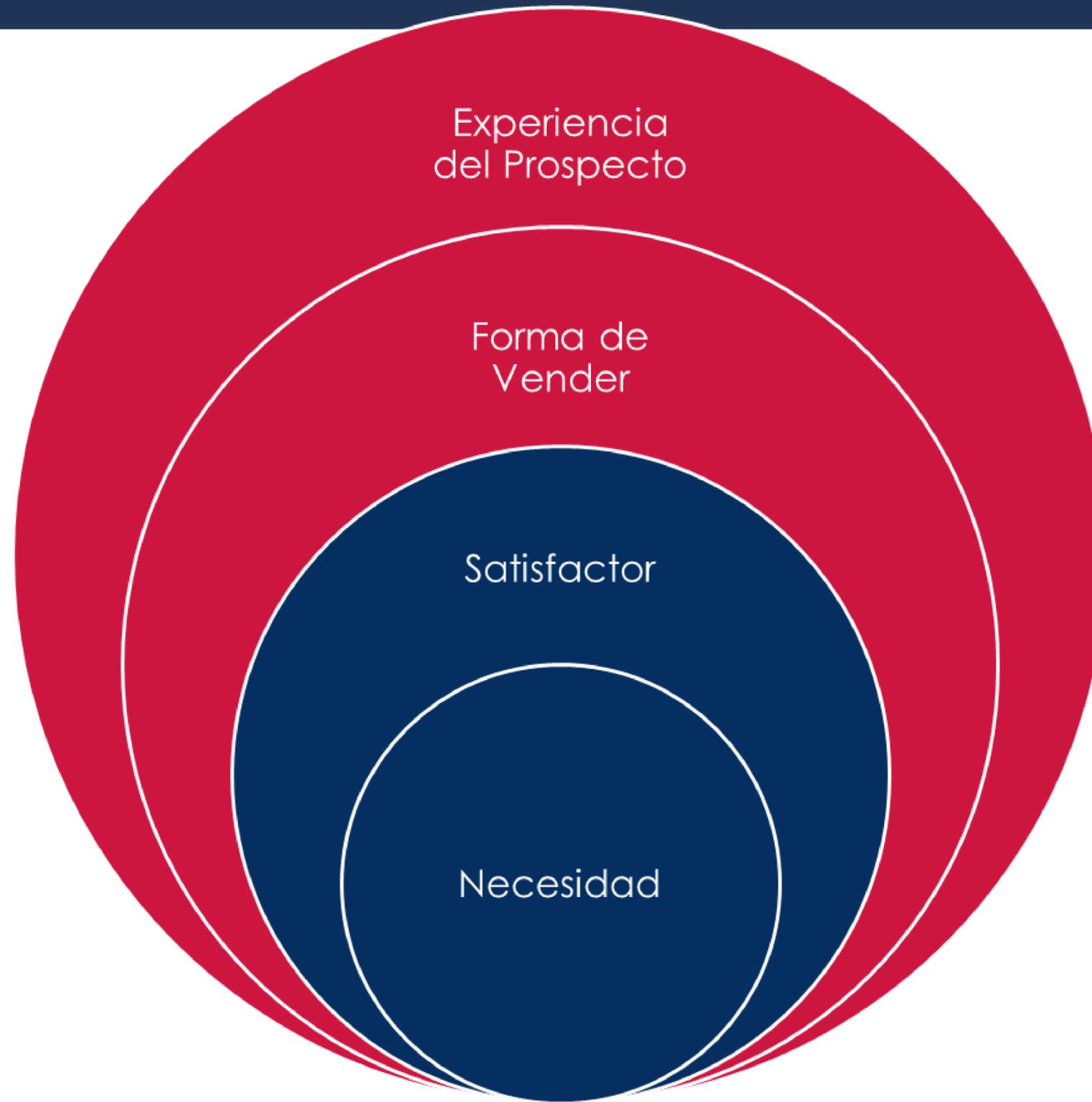
- ¿Estás vendiendo o te están comprando?
- ¿Estás ofreciendo o estás escuchando?
- ¿Estás hablando sobre tu producto/servicio y de todas las maravillas de tu empresa o estás proponiendo soluciones?
- ¿Estás improvisando mientras hablas con tu prospecto o tienes un guion con preguntas planificadas?
- ¿Estás interactuando con tu prospecto con un propósito definido en tu proceso de ventas? ¿Tienes proceso de ventas?
- ¿Estás calificando a tu prospecto o le vendes a todo mundo?

Muchas formas de vender

- On-line
- Telemarketing (call center o vendedores internos)
- Mostrador
- Concursos (ej. Gobierno)
- Complejas (ante comités o con múltiples influencias de compra)
- Cambaceo (puerta en puerta)
- Corporativas (definen estándares para toda una organización)
- Etc.



Cosas
que no
cambian



Cosas
que
deben
cambiar

¿Cómo debo vender?

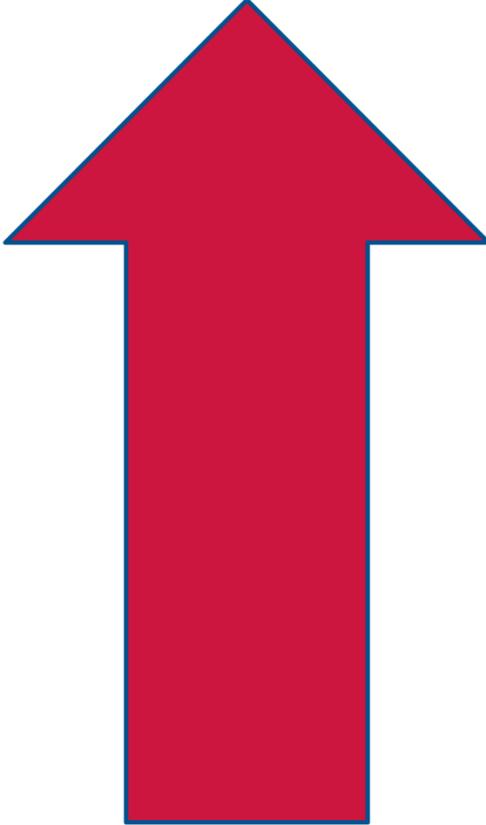
- SOLO TENGO DOS TAREAS
- ENTENDER LAS RAZONES DE COMPRA DEL CLIENTE: Lo que el prospecto SIENTE que es importante lograr, arreglar o evitar
- CONECTAR TU PRODUCTO O SERVICIO: Identificar cómo ayudar a que tu cliente GANE.

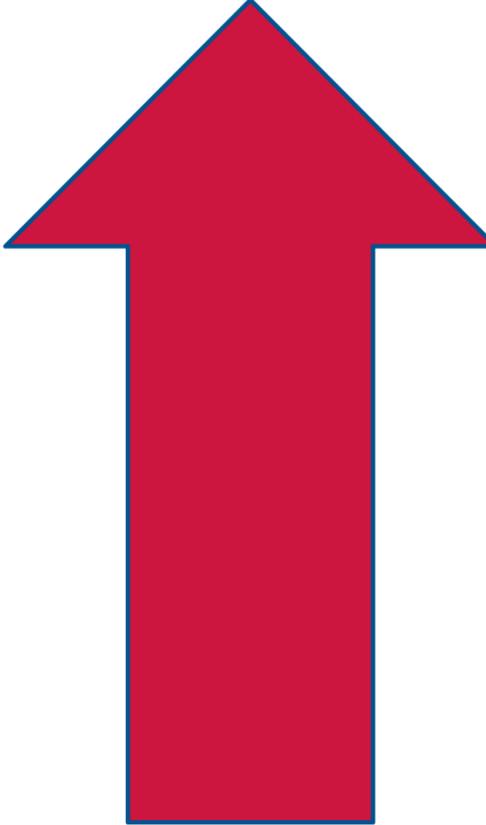


La Nueva Venta Disruptiva

ENTONCES ¿Qué está sucediendo hoy en día?

¿Qué debemos hacer?

- 
- La gente cuida más su dinero
 - Las expectativas crecen
 - La justificación lógica y emocional aumentan

- 
- Mejorar la **EXPERIENCIA** del cliente
 - Incrementar Confianza
 - Demostrar resultados
 - Incrementar empatía

La Nueva Venta Disruptiva

DECISION EMOCIONAL

Prueba
gratuita

Alto valor
percibido

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Factores
WOW

Retorno de la
Inversión

JUSTIFICACION LOGICA

Aclara tu objetivo y mantente
enfocado...
¿En qué categoría estás
en este momento?



REGLA#3: Los dos lados de la Mercadotecnia

Costo de Adquisición

- Si tu invertiste \$3,000 en publicidad y obtuviste 10 clientes ...
- ¿Tu pagaste cuánto por cada uno? ...
- ¿Cómo podemos reducir este número?



Valor de Vida

- Si tu cliente gasta \$5,500 anualmente durante 6 años
- Eso significa un potencial de cuánto para ti!
- ¿Cómo podemos incrementar ese número ... ?



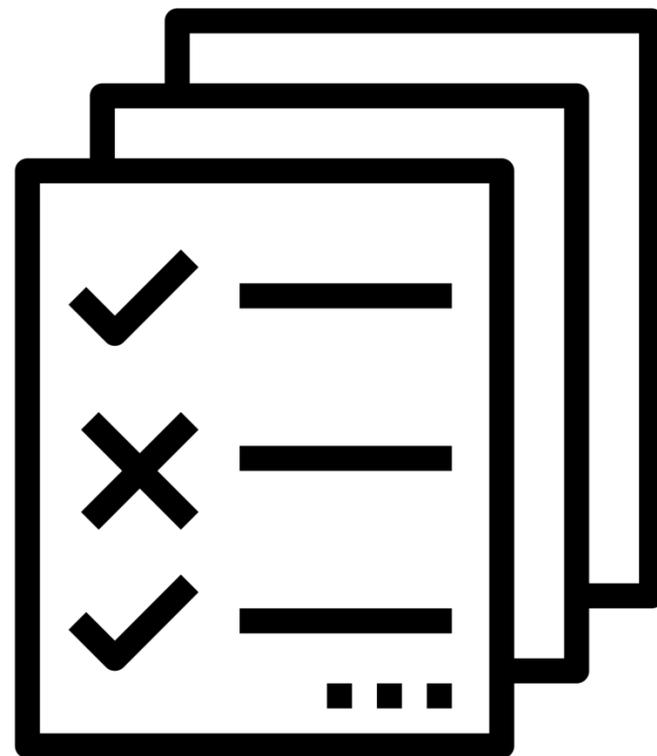
VENTAS Y UTILIDADES

1. Trabajar la base de datos
2. Organizar clientes y prospectos
3. Hacer guion de saludo
4. Hacer guion de ventas
5. Preparar ofertas especiales
6. Entender las necesidades
7. Cerrar ventas al momento o a futuro



Regla 80:20

Automatiza la rutina y
humaniza las excepciones



¿Qué está sucediendo con el Marketing en los tiempos actuales?

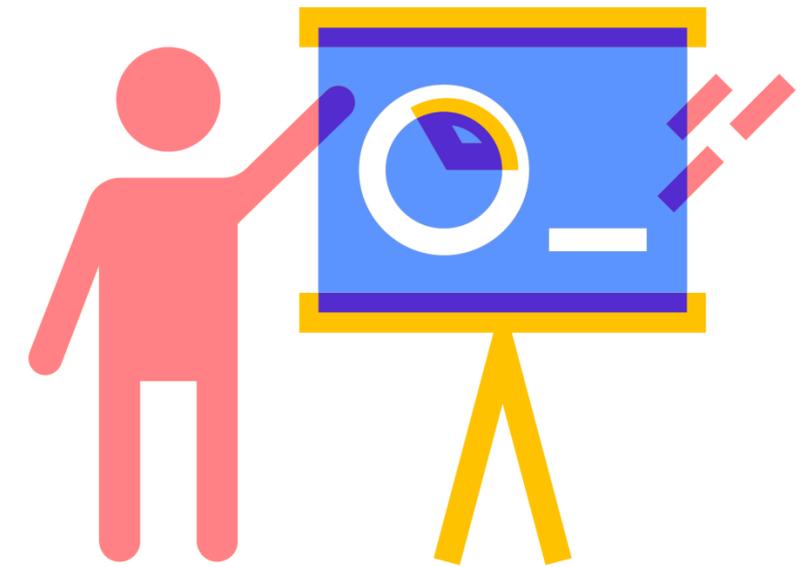


1) El Marketing debe cambiar



“Crea un nuevo modelo que vuelva obsoleto el modelo existente.” R. Buckminster Fuller

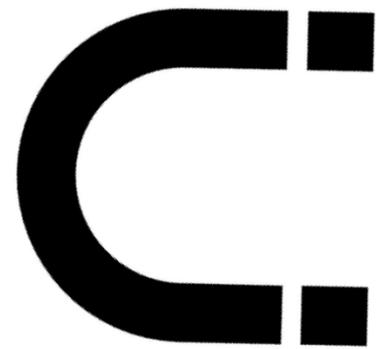
- El Mensaje tiene que ser Diferente
- Urgencia y Seguridad
- Virtual y Viral
- Mucho más esfuerzo que antes
- Conoce tus Números mejor que Nunca (ROI)



2) Automatiza el ciclo de vida completo del cliente



El Ciclo de Vida del Cliente



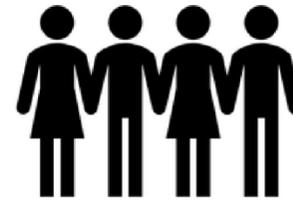
Atraer



Identificar al
cliente objetivo



Atraer interés



Obtener leads
(clientes potenciales)

El Ciclo de Vida del Cliente



Vender



Educar



Ofertar



Vender

El Ciclo de Vida del Cliente



Sorprender



Entregar y
Sorprender



Ofrecer Mas



Obtener
recomendaciones

¿Cómo Priorizar las acciones?



Procesos operativos que podemos automatizar

- Respuesta a Prospectos
- Asignar Prospectos a Vendedores
- Seguimiento a Prospectos de internet o teléfono
- Seguimiento a prospectos de networking
- Generar Prospectos con contenido gratuito
- Seguimiento a los pasos del proceso de ventas (embudo de ventas)
- Seguimiento a los prospectos mas interesados y que interactúan

Procesos operativos que podemos automatizar

- Seguimientos a los prospectos no listos, pero en proceso de estarlo
- Bienvenida a un nuevo cliente
- Generar ventas repetitivas como oferta al que acaba de comprar
- Recordar a un prospecto que se quedó a la mitad de llenar un formato
- Seguimientos a cargos a tarjetas que no pasaron
- Hacer más fácil a los prospectos de pedir ayuda/informes

Procesos operativos que podemos automatizar

- Mandar recordatorios de citas
- Monitorear la satisfacción de los clientes
- Pedir referidos a los clientes satisfechos
- Mantener limpia tu base de datos y no convertirte en spam
- Solicitar passwords perdidos
- Recordar los cumpleaños de sus clientes
- Obtener seguidores de las redes sociales
- Automatizar el registro y seguimiento a un evento en vivo o virtual

Procesos operativos que podemos automatizar

- Promover eventos de redes sociales
- Hacer tareas rutinarias más eficientes
- Enviar y recibir documentos importantes
- Proceso de reclutamiento más eficiente desde la forma de contacto
- Proceso de Cobranza y su seguimiento.

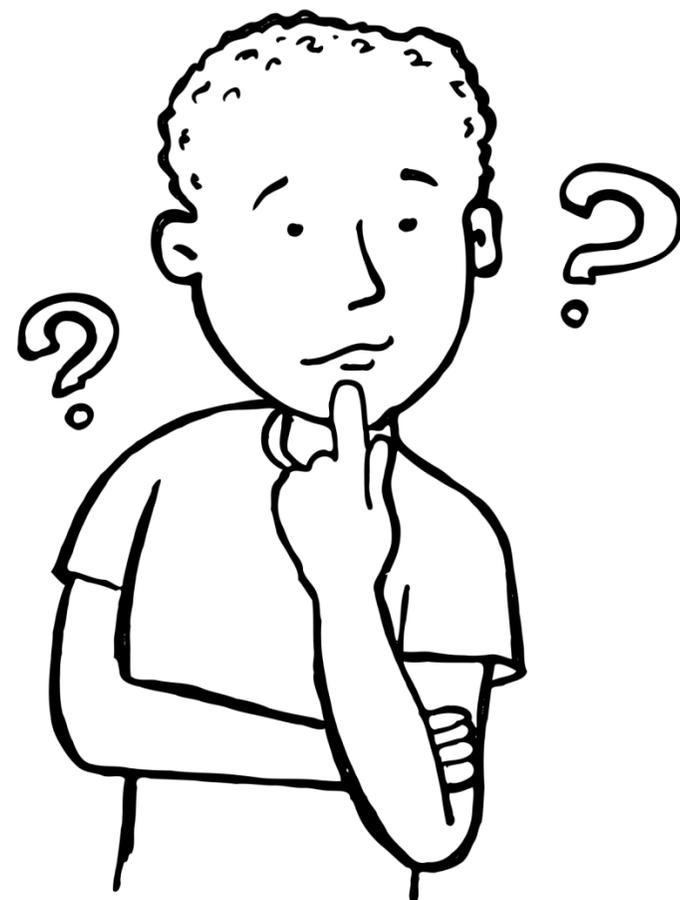
3) Involucra a todos los que tienen contacto con el cliente



4) Mide el ROI



¿COMO EMPEZAR?



SITUACIÓN

ATRAER - LEADS

INTERACTUAR - VENDER

ENTREGAR SORPRENDER

ACTUAL

- ¿Dónde te encuentra tu perfil ideal de cliente?
- ¿De dónde obtienes los prospectos?
- ¿Qué información guardas de cada uno?
- ¿De qué tamaño es tu lista de contactos?

- ¿Cuántos prospectos de este perfil de cliente ideal recibes al mes?
- ¿Cuántos cierras rápido?
- ¿Qué les ofreces a los clientes potenciales antes de comprar como: consulta gratuita, cotización gratis, un regalo gratis, un reporte gratis, un diagnóstico gratis, etc.?

- ¿Cuánto pagan tus clientes por el producto principal que ofreces?
- ¿Cuánto más de ingresos se genera a partir de esta oferta?
- ¿Cuánto fueron las ventas del año pasado?

- ¿Qué puedes vender adicionalmente a tus compradores de este producto principal?
- ¿Cómo generas referidos de tu base de clientes actuales?
- ¿Cómo sabes si los clientes que pagan están satisfechos?
- ¿Cómo sabes que cosas mejorar?
- ¿Cómo te mantienes en contacto con tus clientes después que pagaron?

SITUACIÓN

ATRAER - LEADS

INTERACTUAR - VENDER

ENTREGAR
SORPRENDER

FUTURA

- Identifica contenidos gratuitos atractivos – reportes gratuitos, regalos, documentos, etc. Enfocados para ser entregados a prospectos a cambio de su información y piensa que respuestas automáticas podrías programar.

- Identifica huecos y oportunidades en tu proceso de seguimiento actual – hay alguna oferta gratuita para medir el involucramiento de los prospectos?
- ¿Están pidiendo la venta inmediatamente (contra una venta con proceso gradual)?
- La comunicación inicial debería dar valor y confianza y un tener un buen seguimiento con 7 a 9 puntos de contacto

- Identifica oportunidades de automatización de ventas y del seguimiento a las cotizaciones
- Utiliza el comercio electrónico para compras de una vez y para pagos recurrentes y ventas adicionales

- Finalmente solicita referidos e incentiva a los clientes felices a generarte nuevos negocios
- Pide a tus clientes retroalimentación para continuamente mejorar tus productos/servicios y procesos
- Dale la oportunidad a tus clientes de comprar nuevamente con ventas adicionales, upgrades, y la posibilidad de comprarte fácilmente

¡MUCHAS GRACIAS!



Puebla
Contigo y con rumbo
Gobierno Municipal

GRACIAS

¿DUDAS?

CONTACTO



@barrera.business.development



@barrera_mexico



/coachdanielbarrera



223 113 7787
