



¡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...*

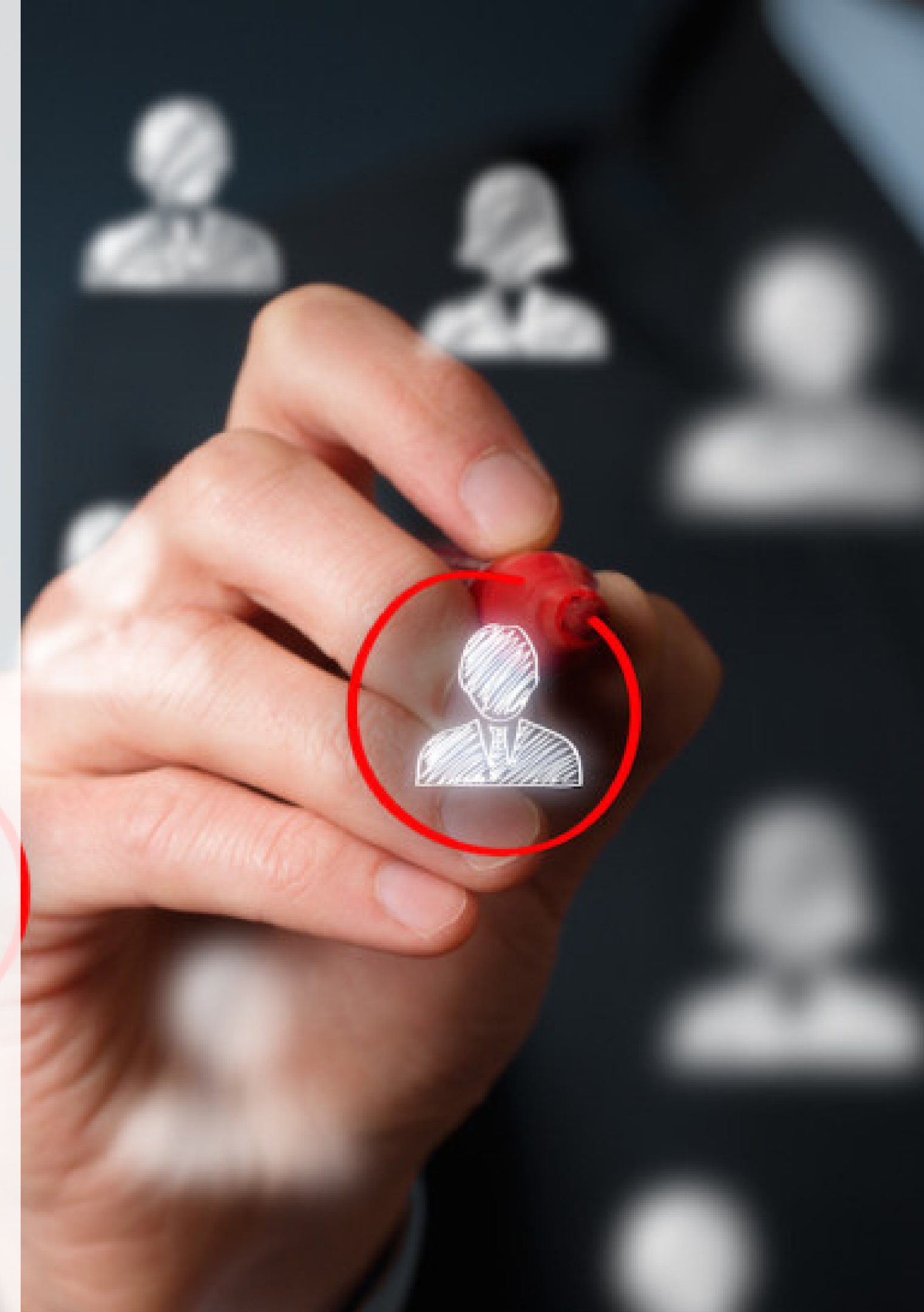
Sería fallar en NO  
participar

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!**

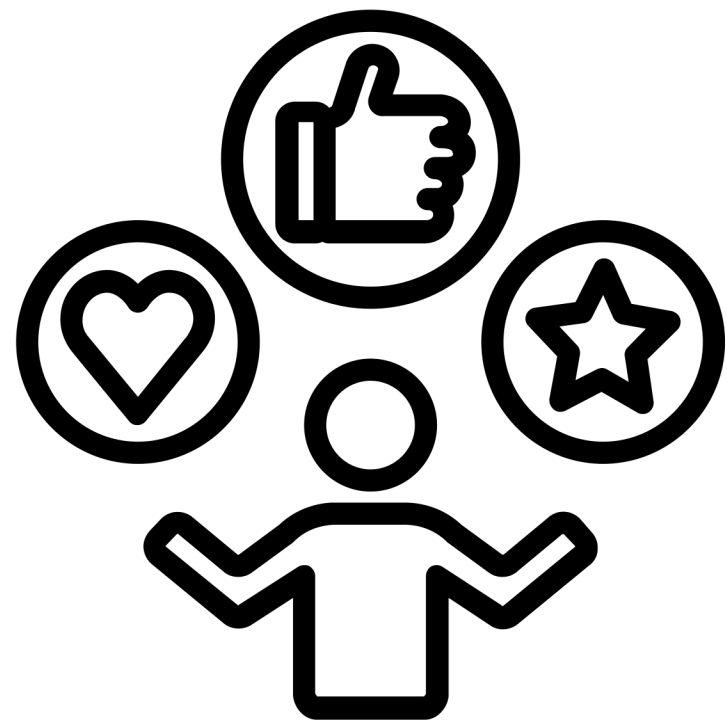


**¿Qué pasa si  
alguien no da  
resultados o  
no logra las  
metas?**

¿...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

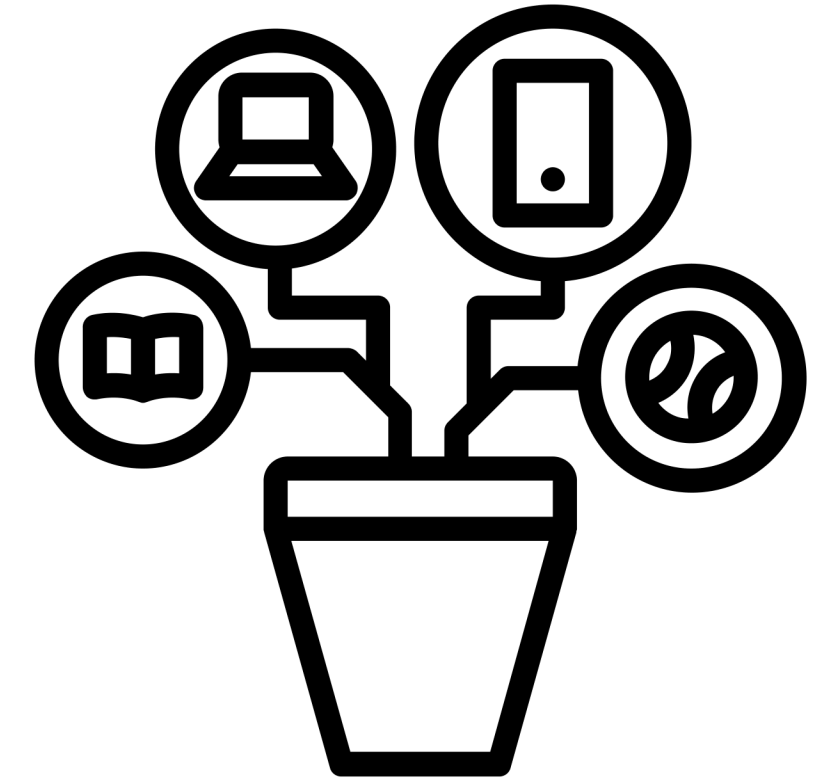


# Básicos de Ventas

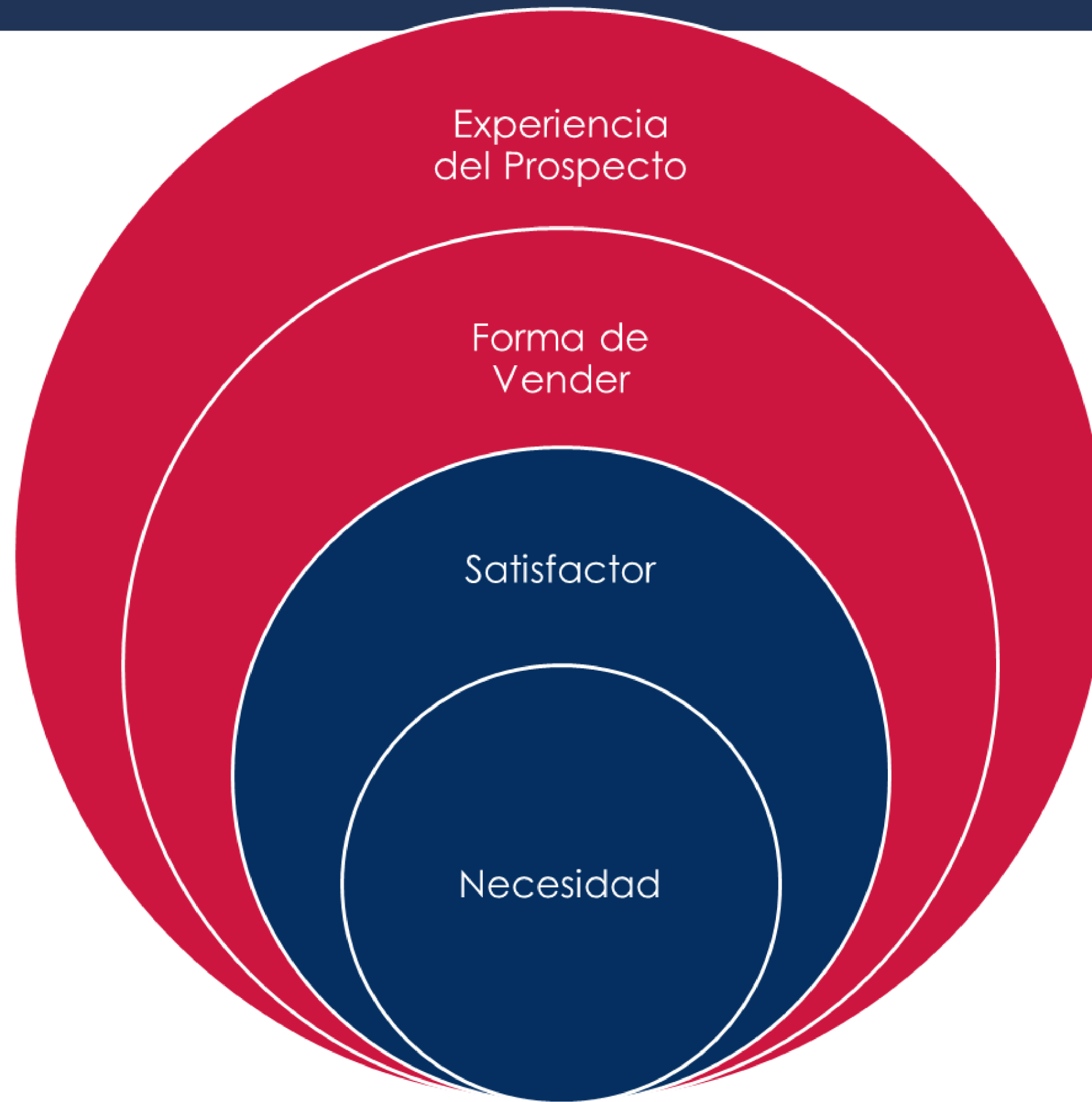
- ¿Estás vendiendo o te están comprando?
- ¿Estás ofreciendo o estás escuchando?
- ¿Estás hablando sobre tu producto/servicio y de todas las maravillas de tu empresa o estás proponiendo soluciones?
- ¿Estás improvisando mientras hablas con tu prospecto o tienes un guion con preguntas planificadas?
- ¿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?

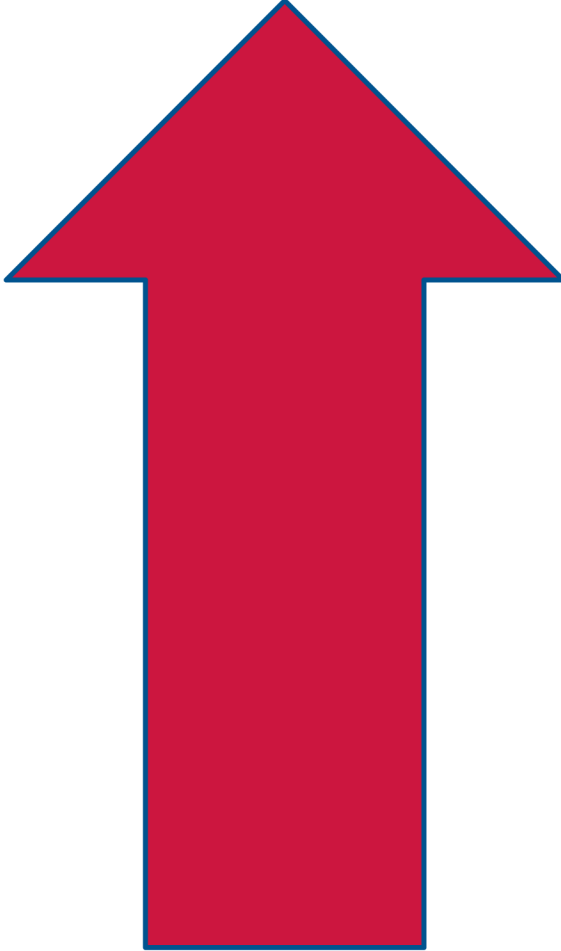
- SOLO TENGO DOS TAREAS
- ENTENDER LAS RAZONES DE COMPRA DEL CLIENTE: Lo que el prospecto SIENTE que es importante lograr, arreglar o evitar
- CONECTAR TU PRODUCTO O SERVICIO: Identificar cómo ayudar a que tu cliente GANE.

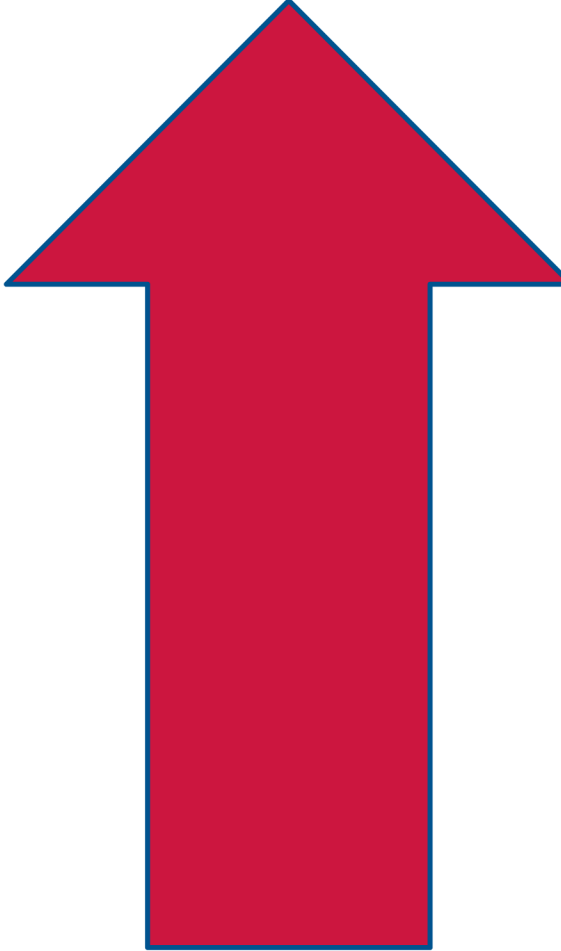


# La Nueva Venta Disruptiva

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 ... ?



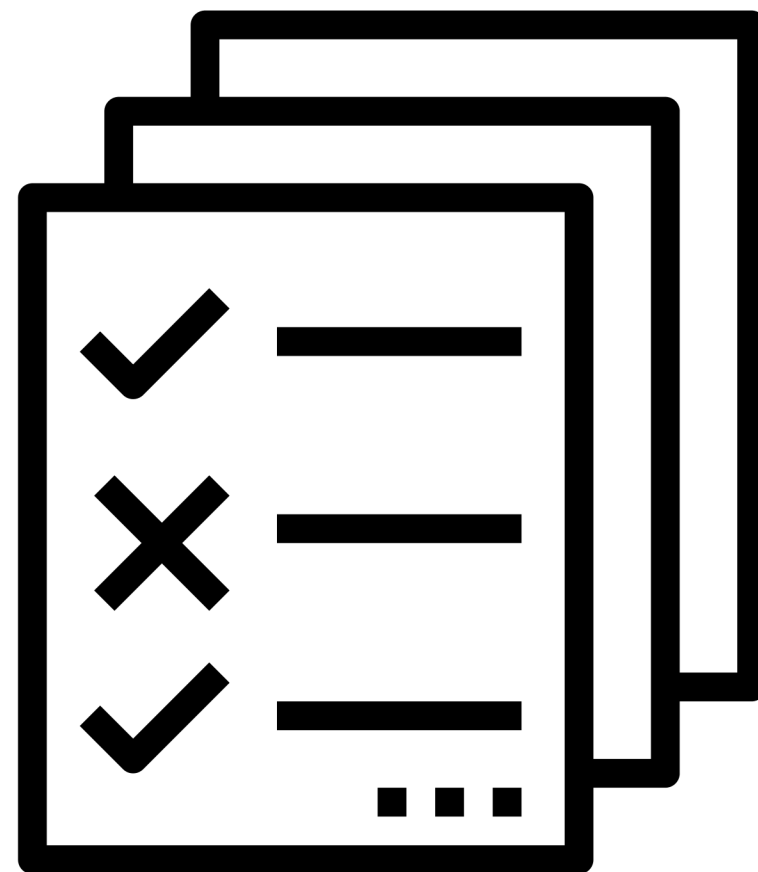
# VENTAS Y UTILIDADES

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

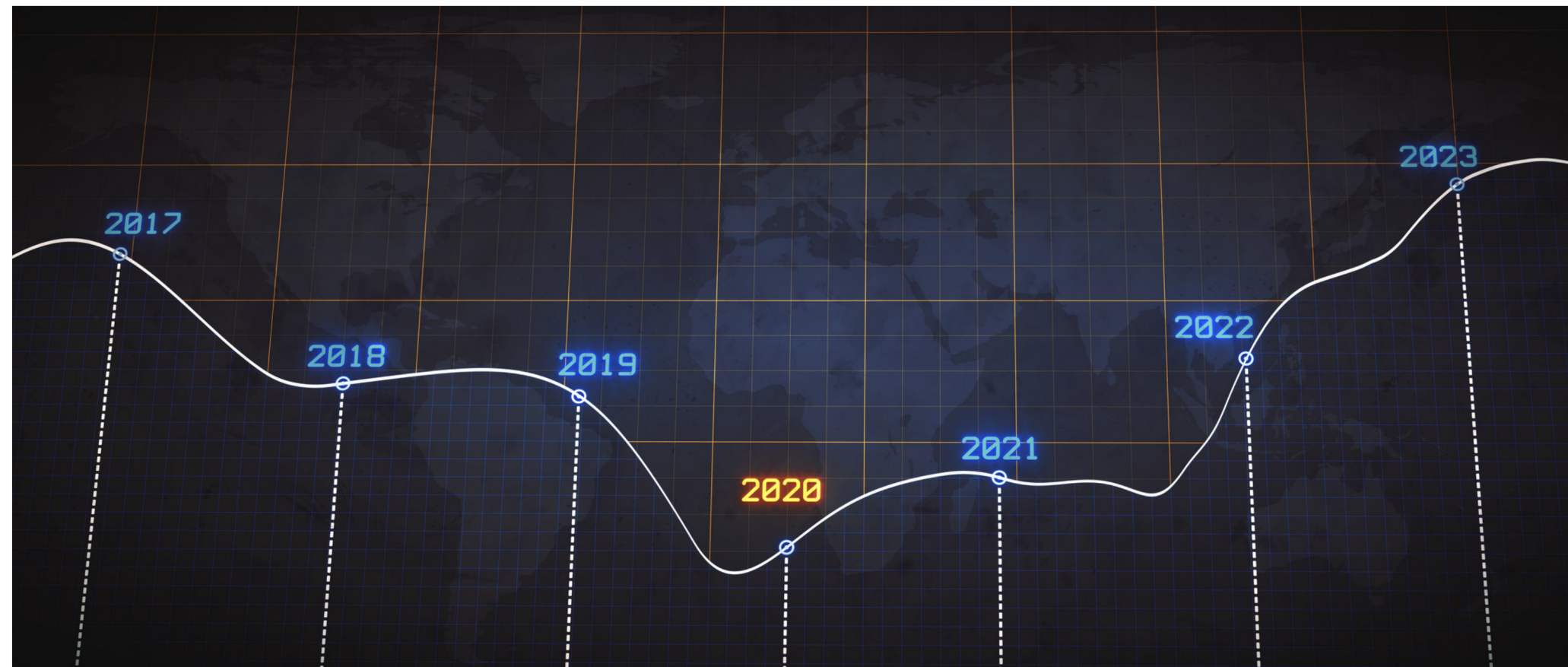


# Regla 80:20

Automatiza la rutina y  
humaniza las excepciones



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

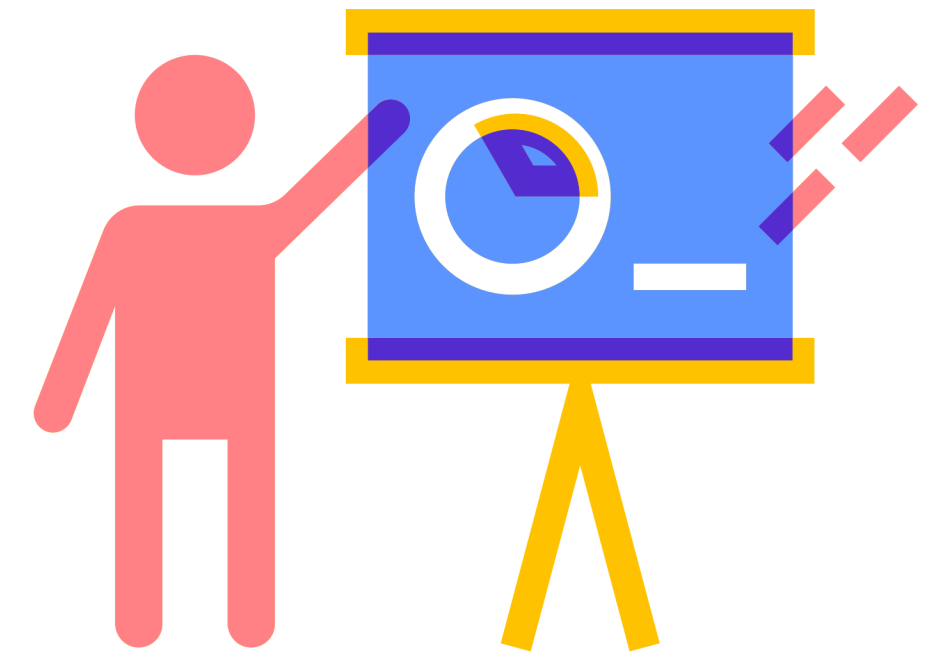


# 1) El Marketing debe cambiar



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

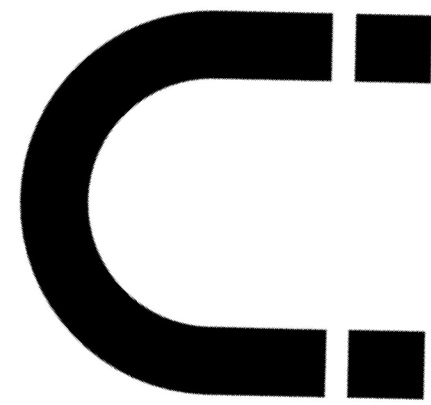
- El Mensaje tiene que ser Diferente
- Urgencia y Seguridad
- Virtual y Viral
- Mucho más esfuerzo que antes
- Conoce tus Números mejor que Nunca (ROI)



## **2) Automatiza el ciclo de vida completo del cliente**



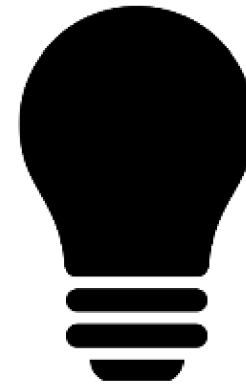
# El Ciclo de Vida del Cliente



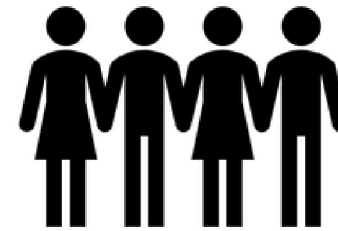
Atraer



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 mas 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

---