

LA GUÍA
DEFINITIVA
PARA VENDER
**MEJOR Y
MÁS
RÁPIDO**



GEFORMAS

Soluciones para Negocios

Sería increíble si con
una sola venta
pudieras mantener
ingresos constantes

para tu negocio. Pero para
hacer crecer tu negocio, requieres
un **flujo constante de ingresos**.

Al arrancar un negocio, es común que no se cuente con un proceso de ventas o con un equipo de ventas. Las primeras ventas, son por determinación, donde presentas tu negocio, productos y servicios, y adaptas la venta a tus prospectos.

Sin embargo, a medida que crece tu negocio, necesitarás implementar un proceso repetible y escalable que garantice un flujo constante y predecible de ingresos. Con todos los vendedores utilizando el mismo sistema y procedimientos, tu negocio se convertirá en una maquina bien aceitada de ventas, en lugar de un Frankenstein unido con cinta adhesiva.

¿Cuáles es el secreto para acelerar el crecimiento de las ventas? Mientras personas y procesos preceden generalmente a un sistema, ventas es una excepción. Un sistema de gestión de la relación con clientes (CRM) realmente puede ayudarte a definir tu proceso y empoderar a las personas.

En esta guía, aprenderás cómo un sistema CRM puede acelerar el crecimiento de tu negocio, atraer clientes rentables, felices y permitir a tu equipo de ventas vender mejor y más rápido.

2

Vende Mejor



VENDE MEJOR

En la actualidad las ventas distan mucho de lo que eran hace 20 años. La llegada de los motores de búsqueda y las redes sociales, han transformado el proceso de compra, hoy los consumidores tienen acceso a una mayor cantidad de información y en muchas industrias el proceso de compra se ha simplificado.

Pero la evolución no siempre significa mejorar. A pesar de que los nuevos tiempos exigen nuevos enfoques, algunos vendedores simplemente han transferido sus viejos métodos a los canales modernos.

Y no es culpa al 100% de los vendedores. El cambio es difícil, y en ocasiones, asusta. Para no temer, en este audaz y nuevo mundo de las ventas, un sistema CRM adecuado permite a los vendedores no sólo actualizar sus prácticas, también les dará una ventaja competitiva.

CONTEXTUALIZAR EL ALCANCE VENTAS



Cuando un vendedor recibe un prospecto o decide entrar en contacto con una empresa en específico, no tiene por qué ir a ciegas a esa primera cita. Hoy en día, hay una gran cantidad de información sobre comprador al alcance de los representantes de ventas.

Antes de levantar el teléfono o redactar un correo electrónico en frío, los representantes pueden investigar a sus compradores en:

Motores de Búsqueda (Google, Yahoo!, Bing)

LinkedIn

Facebook

Twitter

Blogs

Sitio Web de la empresa

Sitios o Directorios Industriales

Sólo existe un problema. Ninguno de estos espacios virtuales da el contexto al vendedor sobre lo que el contacto ya sabe acerca de su empresa, o proporciona evidencia de una relación existente.

Es aquí donde un CRM entra al rescate. Un CRM integrado con tu sistema de automatización de marketing le da al representantes de ventas una visión global de las interacciones recientes del prospecto con su empresa. Y el valor de este conocimiento es difícil de ignorar.

Para exemplificar la situación. Supongamos que un prospecto descargó un eBook sobre las tendencias de la industria el día de ayer de tu sitio web. Armados con esta información, los representantes de ventas pueden personalizar su correo electrónico, mencionar esta tendencia y ofrecer mayor información. Dado que el tema evidentemente esta en el top of mind del prospecto, la posibilidad de captar la atención con este correo electrónico y recibir una respuesta, es mayor.

El enlace entre el sistema de automatización de marketing y el CRM permite a los representantes de ventas un contexto general de la interacción con los prospectos. Esto, a su vez, ayuda a diseñar sus correos electrónicos y destacar en un océano de correos electrónico genéricos.

5

Asegura un seguimiento adecuado

ASEGURA UN SEGUIMIENTO

Es raro captar la atención de un prospecto en el primer intento. A menudo, el vendedor tendrá que intentar una y otra vez... y otra vez.



La persistencia es una virtud en ventas. La mayoría de los expertos en ventas sugieren que deberás intentar entre 6 y 10 veces antes de renunciar a un prospecto. Abandonar al prospecto en los primeros intentos, significará que dejaste dinero sobre la mesa.

Pero ¿cómo puede un representante de ventas dar seguimiento variado a todos los prospectos? Dependiendo el número de prospectos sobre los que esté trabajando el vendedor, tratar de recordar llamar a empresa "W" el martes, a la empresa "X" el viernes, enviar correo de seguimiento a la empresa "Y" el jueves, es una tarea casi imposible.

¿No sería agradable si el CRM tomara la batuta de este

sólo un sueño agradable, es una realidad. Muchos de los CRM modernos incluyen un módulo de tareas que de forma automática recuerda al representante de ventas a quien, cuando y para qué dar seguimiento. El vendedor, simplemente registra el recordatorio, y continua con sus tareas.

PREVÉN **DESCARRILAMIENTOS DESASTROSOS**

Podría parecer una buena idea cerrar cada uno de las propuestas al final de mes, de esta forma no solo estarías cumpliendo con el pronóstico de ventas, lo estarías aplastando.



Pero esta victoria sería de breve duración. Con un embudo de ventas vacío ¿cómo alcanzarás tu cuota del mes siguiente? Dependiendo de la duración del ciclo de ventas de tu producto o servicio, podrías no cerrar negocios. Un tremendo freno a tu crecimiento.

Si está administrando a tus prospectos con hojas de cálculo de Excel, puede ser difícil identificar que tan cerca de cerrar la venta está cada uno de los prospectos.

Un CRM te ayudara a mantener una visión clara del estatus de cada cliente y prospecto. En lugar de tratar de identificar las oportunidades en un mar de columnas y filas idénticas, tus representantes pueden reconocer inmediatamente las etapas en las que tienen mayores oportunidades, o muy pocas. Con este conocimiento, tus representantes podrán dar prioridad a los prospectos más cercanos al cierre, sin dejar de atender al resto de su cartera.

CIMENTAR EL PROCESO DE VENTAS



En un principio el proceso de ventas vive en la mente de los fundadores o gerentes de ventas y después en un pedazo de papel. Pero ampliar la estrategia de ventas de boca en boca y en documentos dispersos, no es exactamente lo más eficaz. “Para ser eficientes, toda esta información debe desarrollarse en un sistema que documente las etapas, las actividades y cuando debe hacerse”, de acuerdo con Brent Leary, socio en CRM Essentials.

8

Vende más rápido

Definir las etapas de ventas en un CRM no sólo ayuda a establecer el proceso para el equipo actual, también tiene implicaciones para futuras contrataciones. “Esto facilita a las personas de nuevo ingreso que desconocen cual es el proceso comercial que deben seguir, el pasar a la ejecución rápidamente” agrega Leary.

V E N D E
M Á S
R Á P I D O



Como hemos mencionado, un sistema de ventas CRM, no sólo permite a dueños y gerentes de ventas, dar un seguimiento adecuado a las actividades y progreso de sus vendedores, también facilita a los representantes de ventas para vender más y mejor.

Pero ¿qué pasaría si te dijera que un CRM también puede ayudar a los representantes a vender más rápido? Suena genial, ¿no crees? Despues de todo, un “CRM”

prácticamente se traduce en “cosa que me quitan tiempo” para la mayoría de representantes de ventas.

Sin embargo, CRM moderno realmente puede acelerar el proceso de ventas. ¿No me crees? Sigue leyendo para aprender cómo CRM puede cortar tiempo de tu equipo de ventas, de las actividades improductivas del día a día.

ERRADICA LA PÉRDIDA DE TIEMPO EN LA CAPTURA DE DATOS



De acuerdo con el reporte de Hubspot State of Inbound Sales, la captura manual de datos es el problema #1 de los CRM's. No es exactamente una sorpresa.

Para sorprendernos un poco más. De acuerdo con el estudio Docurated's State of Sales Productivity, poco más del 50% del tiempo de los vendedores se pierde en búsqueda de información de interés para los prospectos y tareas administrativas.



10

Erradica la pérdida de tiempo en la captura de

No hace falta decir que esto frustra a los dueños, que prefieren que los vendedores estén en contacto con prospectos a estar haciendo tareas administrativas. Por lo tanto, es fundamental agilizar las tareas del representante de ventas tanto como sea posible para maximizar el tiempo efectivo de venta.

Ya hemos establecido que el uso de un CRM adecuado, proporciona a los gerentes de ventas y vendedores una visión clara que beneficia a toda la organización de ventas. Sin embargo, un CRM es tan bueno como los datos que se ingresan en él. ¿Y en los caso de captura 100% manual? Buena suerte, porque pudrías no obtener información precisa.

En este caso, el CRM es el problema, pero también puede ser la solución. Algunos CRM de hoy reducen la carga de datos por parte de los representantes, capturan los datos automáticamente de la información que ingresa el contacto desde la web y de los sistemas de automatización de marketing.

IDENTIFICA LOS PROSPECTOS IDEALES RAPIDAMENTE



La mayoría de los negocios generan prospectos de una combinación de esfuerzos de atracción y empuje. La mezcla ideal dependerá de la industria y el equipo de trabajo, ya que difícilmente un medio o esfuerzo por si solo generará la cantidad de prospectos que requiere la empresa.

La generación de prospectos generalmente es responsabilidad del equipo de marketing, pero la prospección en frio es responsabilidad del equipo de ventas. En la actualidad es más fácil, ya que los vendedores pueden obtener prospectos de los motores de búsqueda, directorios online y redes sociales.

Aunque la prospectación en frio, ha demostrado que funciona, el miedo al rechazo es uno de los principales obstáculos que los vendedores difícilmente superan. Además requiere gran inversión de tiempo.

12

Evita reinventar la rueda

Sin embargo, los nuevos CRM's, cuentan una funcionalidad que facilita la generación de prospectos en frio. Obtiene datos a través de diferentes sitios en internet, de acuerdo a criterios específicos que determinan los vendedores, de esta forma el CRM en automático genera una base de datos de prospectos que cumplan con el perfil deseado.

EVITA REINVENTAR LA RUEDA



Haz escuchado la frase, “el contenido es el rey”. Su estado real se extiende también a las ventas. Enviar contenido relevante a los compradores durante el proceso de ventas fomenta la confianza entre comprador y vendedor, y posiciona al vendedor como un asesor de confiable, que está bien informado sobre los temas del negocio en perspectiva.

Teniendo en cuenta la cantidad de tiempo inútil que

invierten los vendedores buscando contenidos de interés, contar con un repositorio de documentos dentro CRM ayuda a los vendedores a obtén el contenido correcto en el momento exacto. ¿Necesita el ultimo estudio? ¿Un demo? ¿La lista de precios más reciente? No hay necesidad de ir a buscar en otros lugares, solo ingresa al CRM, éste toma la información y la enviará.

Y cuando hablamos de contenido, no nos referimos exclusivamente a información para prospectar. ¿Qué pasa con los correos de seguimiento diario? Mientras que cada correo electrónico debe personalizarse individual y manualmente para cada destinatario específico, los vendedores inteligentes guardan las plantillas de sus mensajes de mayor éxito para reutilizarlas posteriormente durante el proceso. Pero, buscar dentro de la bandeja de correo para seleccionar la plantilla adecuada en cada interacción, no parece ahorrar mucho tiempo.

Sin problema, el CRM puede ayudarte a definir flujos de trabajo, que dependiendo la etapa dentro del proceso de venta en la que se encuentre el prospecto, será el correo que se enviará.

RESPONDE A LAS PREGUNTAS EN UN TIEMPO R E C O R D

Responder de forma directa a la pregunta de un prospecto, cuando no se cuenta con una fuente confiable, puede ser frustrante. A menudo, sólo después de ser dar vueltas por la oficina y consultar con otros vendedores, se obtiene una respuesta... y la primer respuesta podría contraponerse con otra información que obtuvo en el proceso.

El CRM también funge como una fuente de información confiable, ya que en el se puede incluir toda la información relacionada con clientes y productos, para que nunca tenga que decir "deme oportunidad de consultarla, y le regreso la llamada"



LLAMADO A LA ACCIÓN

¿Estás listo para vender más rápido y mejor con la ayuda de un sistema de CRM moderno? Contamos con una solución para ti. ¡Para mejores resultados, llámanos!



GEFORMAS®

Soluciones para Negocios

Síguenos en nuestras redes sociales:



www.geformas.com.mxv



<https://www.facebook.com/Geformas>



https://twitter.com/Geformas_TyC



www.linkedin.com/company/geformas-s.a-de-cv



<https://plus.google.com/+GeformasMx>



+52 (81) 8371-6360 al 62