

¿Conoces las claves para tener
éxito en una Estrategia de
Ventas B2B 2.0?

Caso de **Estudio**





Cuando inicias la **Transformación Digital** de tu área Comercial hay ciertos factores que debes considerar ya que de ellos dependerá el éxito de tu estrategia.

- Adaptación de tus ejecutivos
- Fiabilidad de la data de clientes
- Integración con el área de Marketing y Campañas
- Trazabilidad completa
- Gestión de Seguimientos
- Gestión de Inteligencia de Negocios

¿Cómo suelen ser los escenarios previos?

El segmento B2B y en especial el mundo industrial ha sido uno de los últimos en adoptar las nuevas tecnologías de la información y comunicación, por ello existen muchos factores de resistencia al cambio que deben acompañarse para lograr éxito.

- Personas de venta que han trabajado de forma muy relacional, pero siempre siendo **ellos dueños de la información** sobre su gestión de ventas, que temen compartirla, por miedo a la pérdida de control de esta.
- **Alta resistencia** al uso de tecnología debido a un conocimiento escaso de ésta, miedo al aprendizaje de algo nuevo, no quieren salirse de su zona de confort.
- Alto uso de **canales informales** para comunicarse con los clientes y dejar evidencia de acuerdos y gestiones. Uso de teléfono, whatsapp o encuentros presenciales donde nada queda escrito en un lugar trazable.
- **Falta de integración** entre las acciones de Marketing y Ventas
- Escasa **Gestión de seguimiento** de las oportunidades lo que lleva a olvidar compromisos y perder ventas solo por no estar atentos.
- Nula construcción de **base de datos de Contactos** que pueda ser utilizada en campañas posteriores.



Desafíos de Transformación



**Concientizar que la plataforma
apoya el crecimiento de cada uno
de los miembros del equipo y de la
empresa**



**Apoyar a la adaptación
tecnológica con una estrategia
Sin Fricción**



**Integrar las acciones de
Marketing y optimizar sus
resultados gracias a la data
construida por Venta**



¿Cómo Concientizar que la plataforma apoya el crecimiento de cada uno de los miembros del equipo y de la empresa?



Hacer **parte de la solución** a las personas de ventas, escuchar y recabar sus dolores para que estos sean resueltos por el nuevo proceso



Mostrar con resultados que muchas oportunidades **entran por los canales de Marketing** y llegan a Ventas favoreciendo al desarrollo de negocios.



Mostrar las ventajas de la plataforma para su **trabajo diario**, así como su facilidad de uso tanto en computador como en smartphone



Apoyar las tareas rutinarias, de forma que los Vendedores **tengan más tiempo** para el cierre



¿Cómo Apoyar a la adaptación tecnológica con una estrategia Sin Fricción?



Además de capacitar hay que hacer un seguimiento y **coaching** de cómo cada vendedor puede aprovechar al máximo la herramienta y a su propio ritmo



También hay que **apoyar a la Gerencia Comercial** para utilizar la plataforma en las reuniones de ventas para optimizar las gestiones y que los vendedores vean que al usar el sistema se mejora la comunicación en estas.



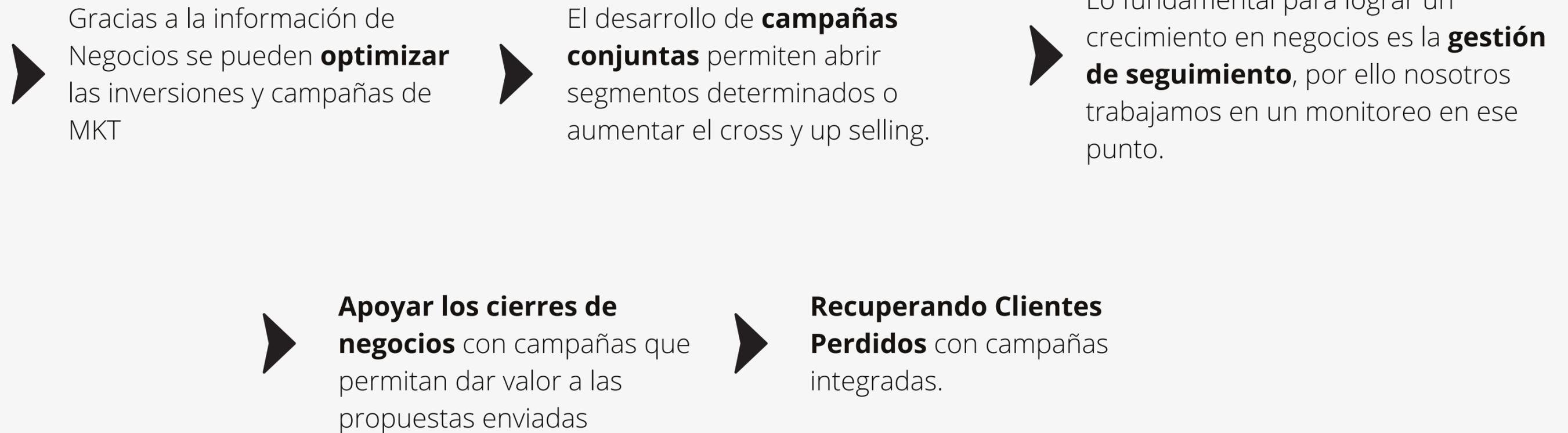
Sumar como estrategia de prospección el **social selling** y otras técnicas donde estas tareas son realizadas por Marketing en beneficio de Ventas



Lo fundamental para lograr un crecimiento en negocios es la **gestión de seguimiento**, por ello nosotros trabajamos en un monitoreo en ese punto.



¿Cómo Integrar las acciones de Marketing y optimizar sus resultados gracias a la data construida por Venta?



¿Cuándo Buscas un Partner para Marketing, fíjate en lo importante?



Qué tamaño de empresa necesito?

- Si escojo un freelance o empresa demasiado pequeña (3 o 4 personas) puede que no tenga la estructura para atenderme bien
- Una empresa demasiado grande, de seguro te atenderá un ejecutivo más junior y no tendré acceso a los que realmente dan Valor.
- **Prefiere una agencia mediana** donde siempre tengas acceso al top management (de 5 a 15 personas)

Me conviene contratar la opción más económica ?

- La respuesta es muy sencilla debo escoger un equilibrio entre mi presupuesto con el nivel de servicio que estoy buscando.
- Si voy por una empresa con un precio muy bajo, obviamente no puedo esperar tener los tiempos destinados con ejecutivos de alto valor, por lo que mi servicio no será el mejor.

Qué tan importante es la experiencia en el sector de mi empresa ?

- En B2B es clave que la agencia que escojas tenga experiencia demostrada en ese nicho, son pocos los especialistas de verdad.
- El Marketing está en constante evolución por lo que debes trabajar con empresas que siempre estén innovando y entendiendo las nuevas estrategias y cómo se mueve el mercado.

Cómo medir el desempeño de la agencia?

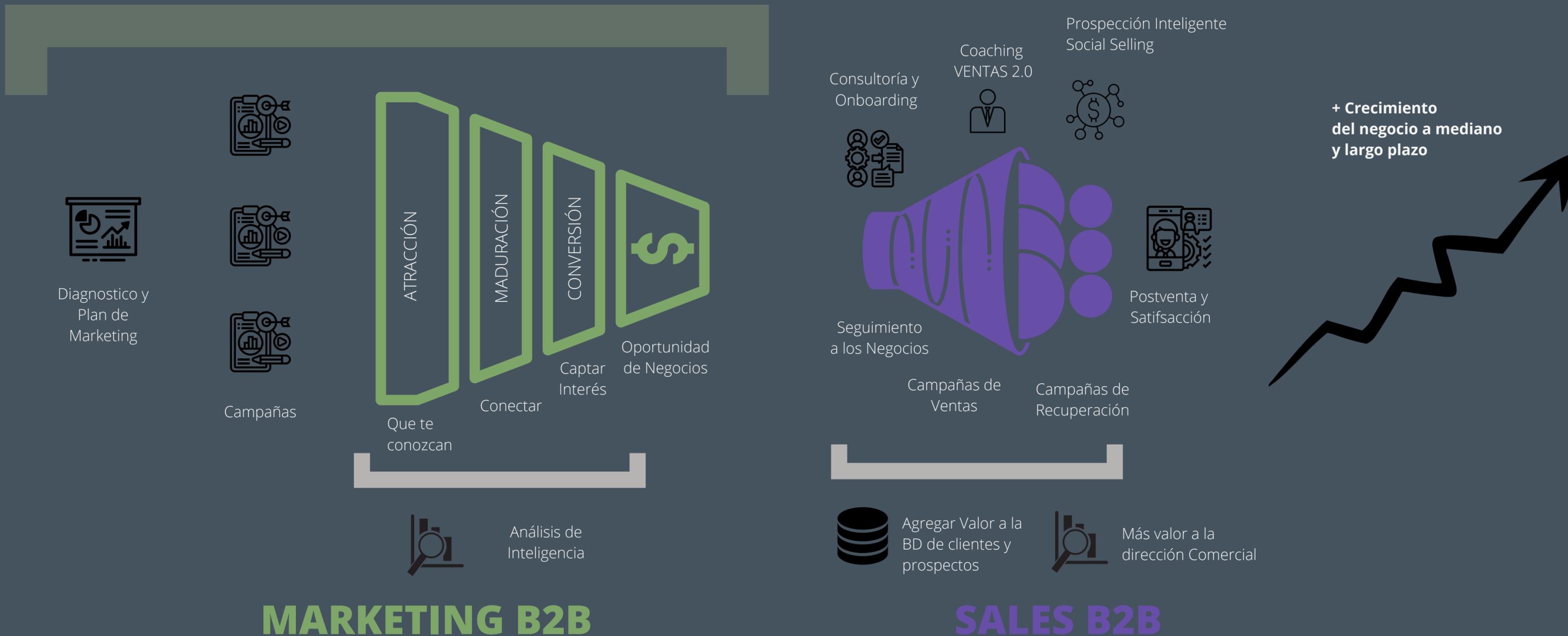
- Todo dependerá de los objetivos que tengo en mente, ya que si lo que busco es escalar mi negocio obviamente el indicador final será la venta. Pero más importante es como me ha apoyado la agencia en lograr ese resultado.
- Si el resultado es de Branding (posicionamiento) es importante fijar objetivos y tener indicadores claros que reflejen ese trabajo.

**12 años de especialización en B2B nos han
enseñado a hacer bien las cosas**

bp



La solución Integral de **Marketing & Sales B2B de BP** permite aumentar el crecimiento de las empresas, ya que apoya el ciclo de negocio en su conjunto, aportando sinergia e inteligencia a la gestión comercial de sus clientes.





Gracias

www.bpglobalgroup.com
