

# VENTAS DIGITALES para VENDEDORES que siguen CRECIENDO

## Ana Blanco

Especialista en ventas con experiencia de más de 40 años, Socia del Grupo Bentas, Escritora y Profesora compartirá sus experiencias respecto a los cambios en ventas en entornos digitales.



## Vanina Llugdar

Formadora, Coach y Fundadora de Coach Virtual facilitará la sesión de Zoom, y compartirá alguna experiencia como emprendedora y los retos de captar nuevos clientes.



04 FEB. 2021



18:00 - 18:50 (hora local)

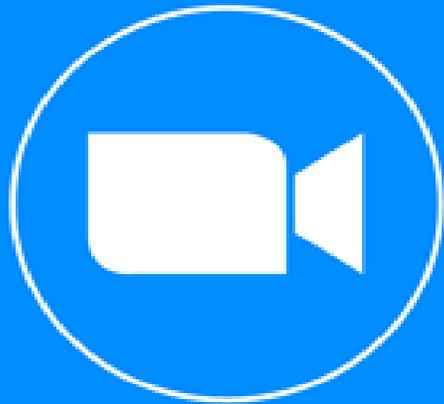
## Nuevos desafíos!

¿Cómo ha mutado el proceso de venta por medios digitales?

¿Cómo se materializa esa transformación en las diferentes fases de venta?

Antes, durante y después.

# REGLAS DE CORTESÍA ZOOM

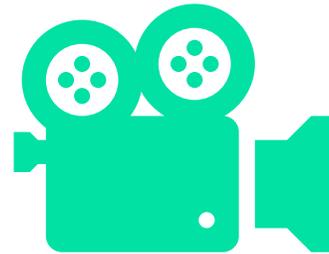
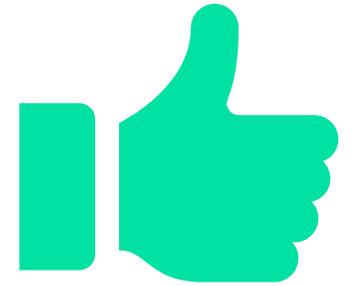


zoom



MICRO OFF

LIKES EN  
REACCIONES



CÁMARA ON

LEVANTAR LA  
MANO EN CHAT



COMPARTIR LA  
DIRECCIÓN PARA  
OBTENER LA PPT

# COMO HACER UN PUERTA FRÍA DIGITAL



## LA PUERTA FRÍA NO EXISTE



✓ Si la concertación de reunión.



✓ La maniobra de aproximación por diferentes canales.



✓ Ser proactivos en LinkedIn.



✓ Detectar si nuestro cliente es o no tecnológico.



✓ Investigar al cliente a fondo digitalmente y sus preferencias.



✓ Usar el método Canvas para diseñar la propuesta de valor.

# UNA VEZ CONSEGUIDA LA CITA... QUE DIFERENCIA HAY ENTRE UN CARA A CARA Y UN ZOOM?



## EL CANAL DIGITAL ES UN ALTAVOZ



✓ Potencia la comunicación.



✓ Poner especial atención al aspecto, gestos y postura. En el recuerdo nos queda la postura.



✓ Evitar fondos virtuales para generar espacio de confianza. Contraste e iluminación.



✓ Brevedad pero mucha presencia.



✓ Cuidar la imagen de la cámara. Centrarla.



✓ Escenificar los mensajes y usar la pausa dramática.

# RESUMEN DE CARACTERÍSTICAS DE LAS VENTAS EN ENTORNOS DIGITALES

- Redes sociales
- Teléfono
- Email
- Chats por redes
- Plan de medios

**OMNICANALIDAD**



- Lo creo
- Lo vivo
- Lo digo
- Vendedor como Actor

**GESTIÓN DE EMOCIONES**



- A: Captar la atención generando sorpresa.
- I: Identificar un problema. ¿En que invierte las horas el cliente, cual es su preocupación.
- D: Generar deseo quitando miedos.
- A: Generar un compromiso.

**PLANIFICACIÓN DE EMOCIONES**



- No hay Win –Win.
- Técnica SABONE

**UN SOLO WIN**



- El entorno digital ideal para poder incluir a todas las personas que participan en la decisión de compra.
- Establecer las reglas de las reuniones te ayuda a posicionarte.

**CIRCUITO DE COMPRA**



# LAS ETAPAS Y LA IMPORTANCIA DEL SEGUIMIENTO

## INICIO

- Acogida mostrando interés personal.
- Troquelar las emociones.
- Personalizar.

## REUNIÓN DIGITAL DE VENTAS

- No competir con los apoyos (catálogo por ejemplo).
- No presentar tu empresa.
- 5 sentidos como puertas de entrada.

## SEGUIMIENTO

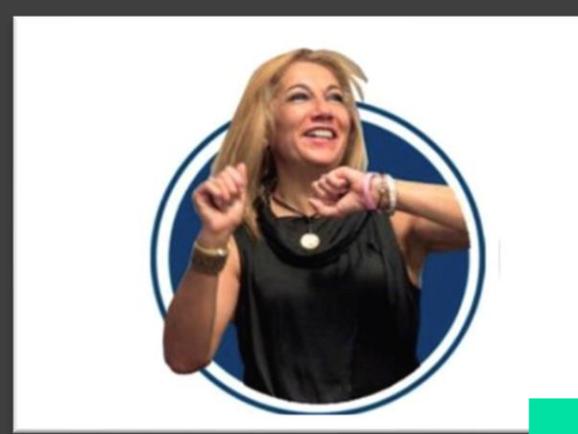
- Compromiso de siguiente llamada.
- Liderazgo proactivo.
- Pedir permiso.



Un buen seguimiento es el 30% del cierre positivo



zoom



## CONSEJOS EXTRAS DE ANA BLANCO PARA VENTAS POR MEDIOS DIGITALES

**Los canales son sinérgicos: Úsalos de acuerdo al perfil tecnológico de tu cliente.**

**Hazte un plan de medios: También contempla aquellos en los que tú estés más cómodo.**

# ¿Y AHORA QUÉ?

## AHORA TU!



- Déjanos tus comentarios y tu feedback sobre el webinar!
- Dale las gracias a @Ana por sus consejos.

[Vanillugdar@gmail.com](mailto:Vanillugdar@gmail.com)  
[ablanco@grupobentas.com](mailto:ablanco@grupobentas.com)

**638713161**

- ¿Quieres más información sobre futuros eventos?
- Sígueme en LinkedIn, Youtube y en [www.coach-virtual.com](http://www.coach-virtual.com)

