

**Semana de Ventas Inbound**

# Contenido para el equipo de ventas de tu Cooperativa

**Kennedy Monzón,**  
Inbound Marketer

Organizado por:



# Hasta este punto

- Ya puedes **diferenciar a tus compradores activos** de la multitud.
- También **puedes crear distintos mensajes de venta** que conecten tu producto con los objetivos de tu cliente.
- Y entiendes que el **comprador empezó a investigarte mucho antes de comprarte**, y que está **buscando guía y consejo en esta investigación**.

# Hoy veremos

- ¿Qué canales utilizan los clientes para contactarnos?
- ¿Cómo respondemos normalmente?
- ¿Cómo podríamos mejorar estas respuestas?



A través de la creación  
y optimización de tu  
**PROCESO DE VENTAS**

Para empezar,  
analizaremos  
algunos **embudos**

VENTAS  
MEMBERSHIP

Para empezar,  
analizaremos  
algunos **embudos**

## ¿QUÉ ES UN EMBUDO DE MARKETING?



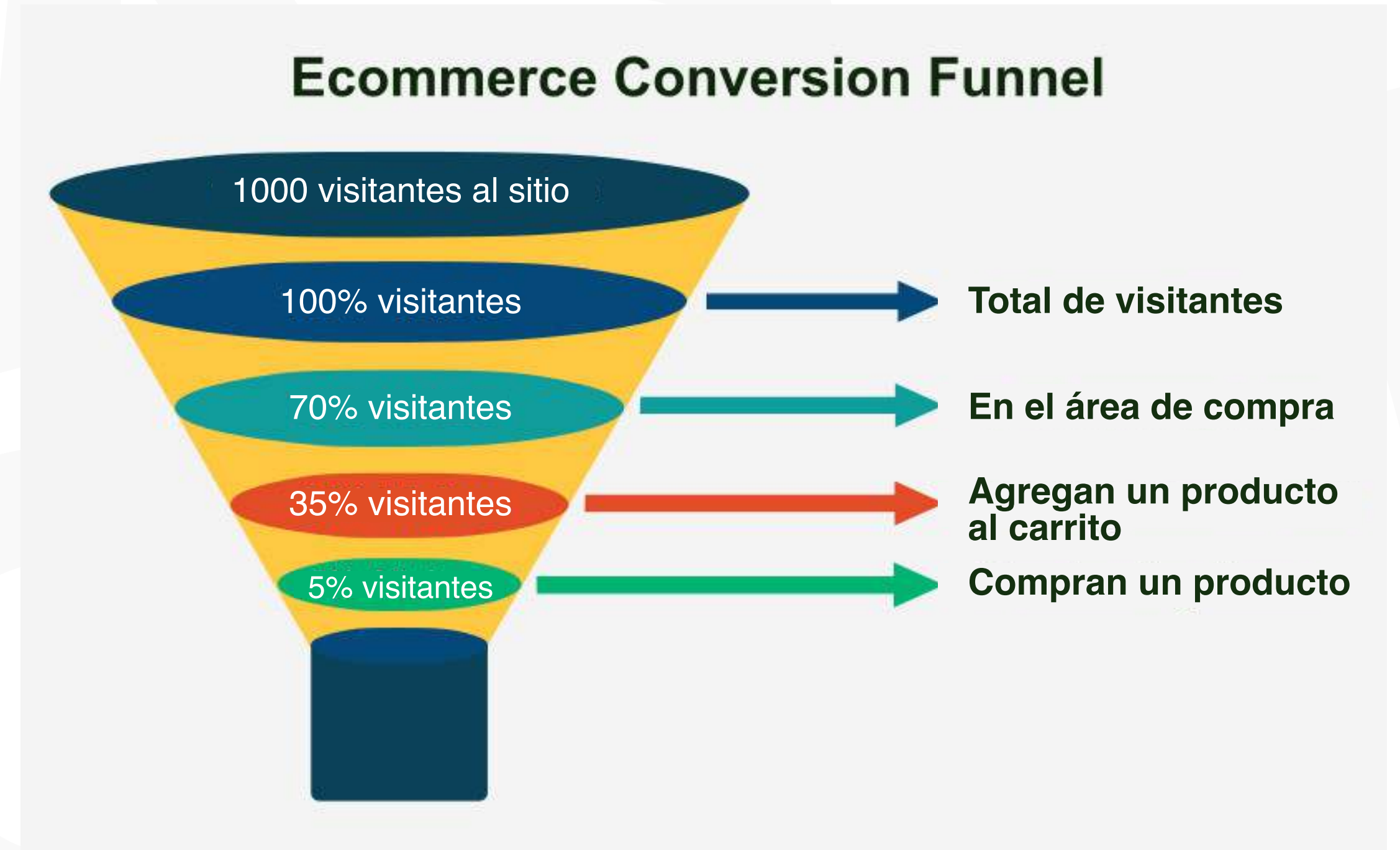
“Un embudo de marketing es una representación visual de los pasos que un visitante toma desde que descubren tu marca hasta que convierten\*.”

– Neil Patel, Marketer. Top 10 marketers según Forbes.

# Embudo de Marketing y Ventas



# Embudo de Comercio Electrónico (ecommerce)



## Embudo de Tienda Retail

## Embudo de Comercio Electrónico (ecommerce)

El cliente entra a la tienda

El cliente visita la tienda virtual de  
Chocolates Curimaná

El cliente mira a las cajas de chocolates

El cliente ve las páginas de los productos

El cliente toma una caja y la pone en su  
carro

El cliente agrega el producto al carrito

El cliente camina al cajero

El cliente ingresa a proceso de pago

El cliente completa su compra con la  
ayuda del personal de caja

El cliente finaliza el proceso de pago y le  
da clic a "Pagar"



# ¿Y cómo es el embudo desde las redes sociales?

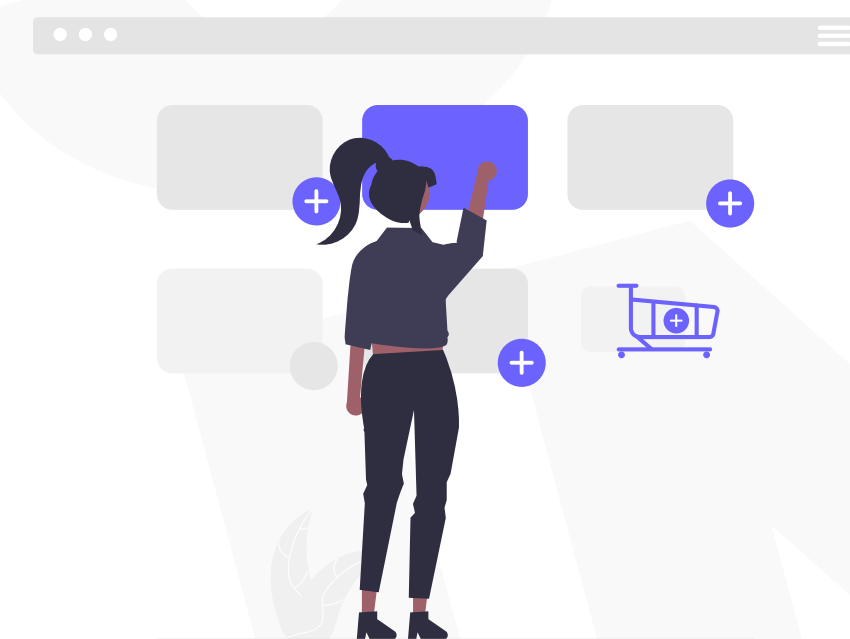
**1. EL PROSPECTO VE UN ANUNCIO**



**2. EL PROSPECTO INICIA CONVERSACIÓN**



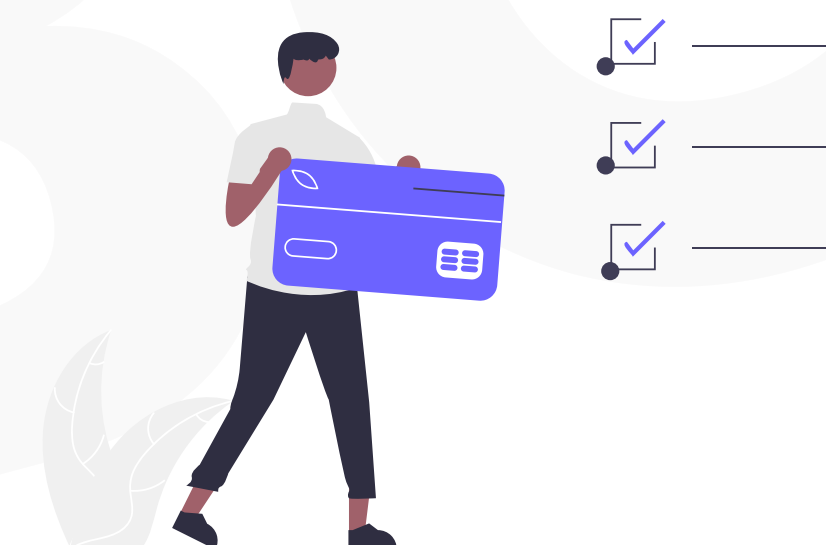
**3. EL PROSPECTO ELIGE UNA OFERTA**



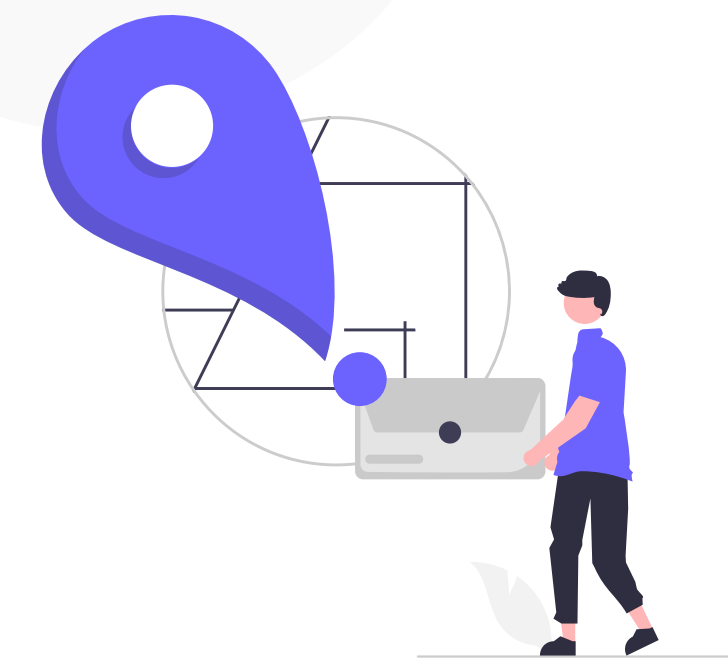
**4. EL PROSPECTO RECIBE LA INFORMACIÓN DE PAGO**



**5. EL PROSPECTO PAGO A TRAVÉS DE SU MEDIO DE PAGO SELECCIONADO**



**6. EL PROSPECTO ENVÍA EL VOUCHER E INFORMACIÓN DE ENVÍO**



Responde esto,

# ¿EN DÓNDE INICIA CONVERSACIÓN TU CLIENTE?



# MUY PROBABLEMENTE EN UNO DE ESTOS CANALES

Facebook Messenger

Whatsapp chat

Email

Llamada directa

# **PERO, ¿QUÉ SUELES HACER PARA HACER QUE LLEGUEN?**

**Facebook ADS**

**Presentarte en Ferias**

**Videos de procesos**

**Banners físicos**

**Sorteos**

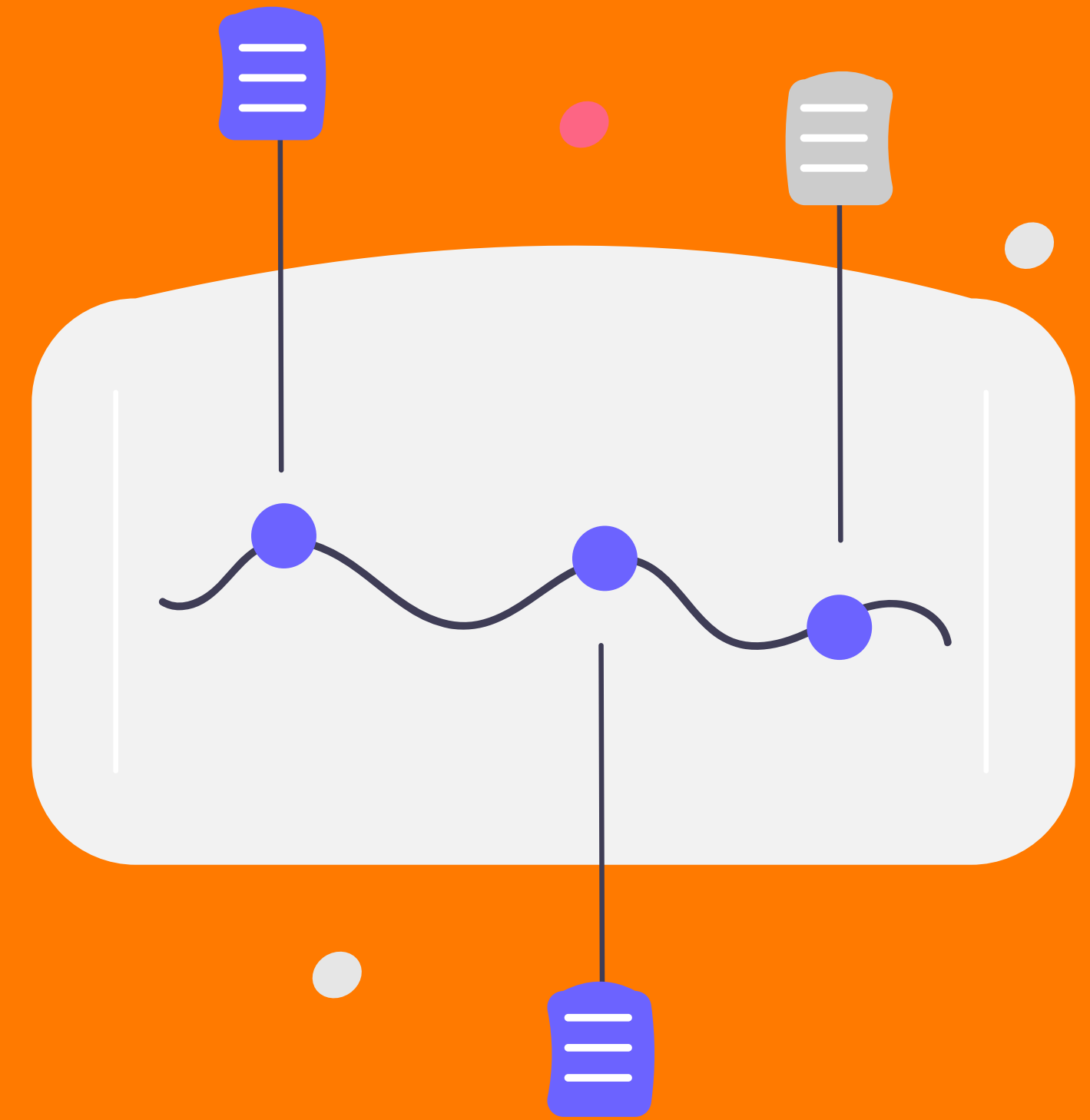
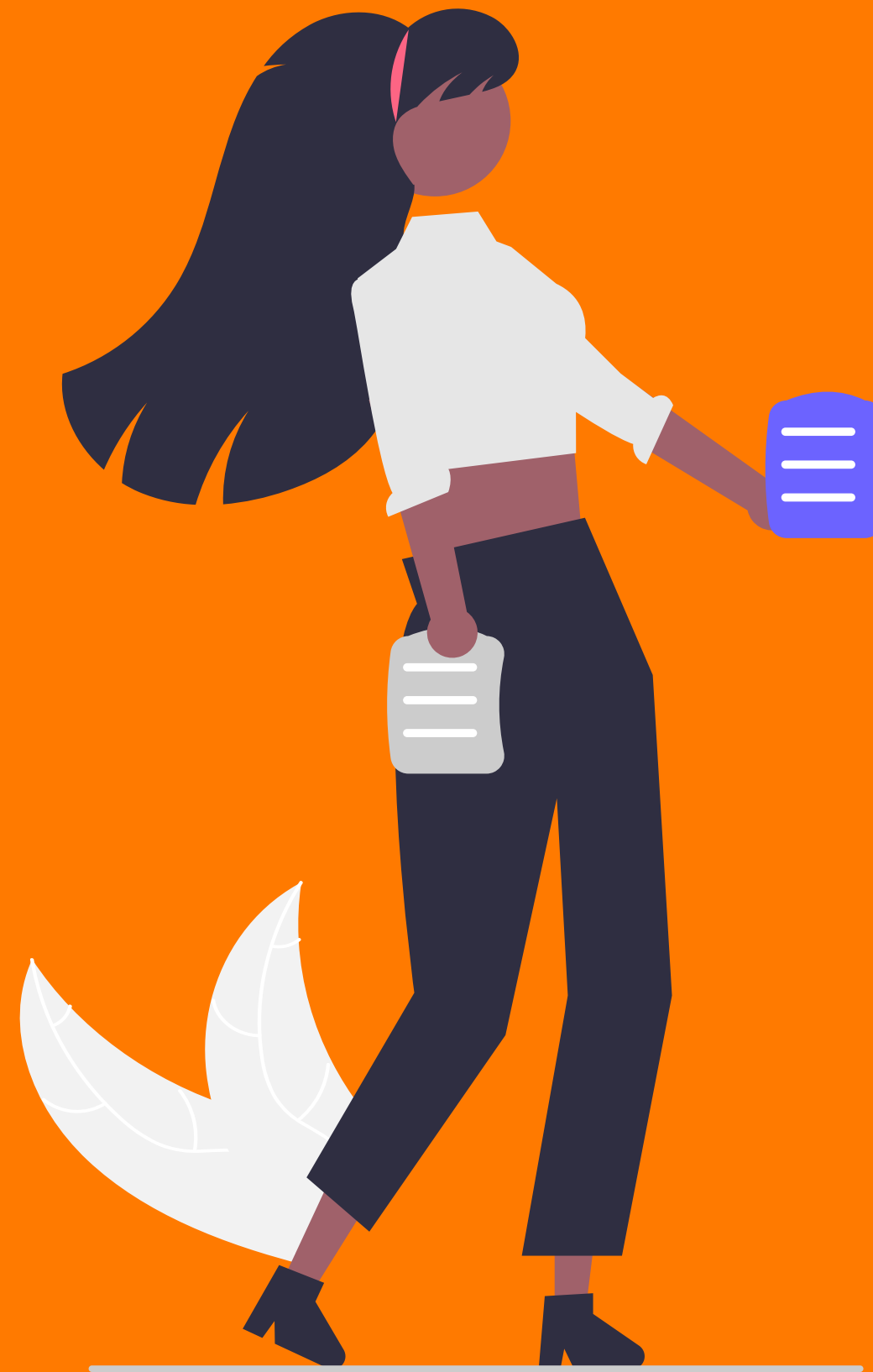
**Activaciones BTL**

**Campañas con  
Influencers**

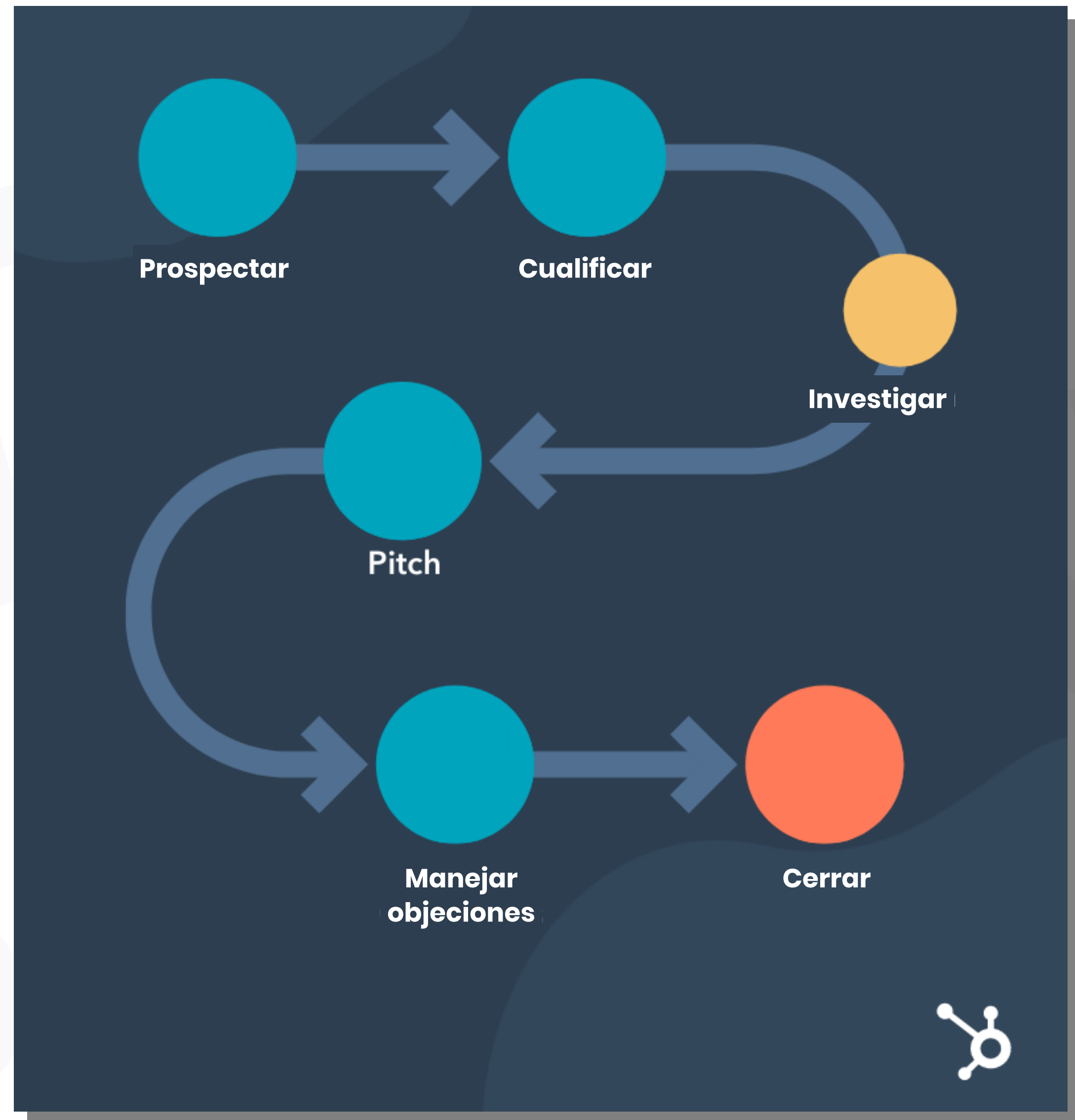
**Pegar afiches en puntos  
estratégicos de la ciudad**

Antes de crear un proceso a la medida, conozcamos el

# Proceso estándar de ventas



# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE VENTAS



FUENTE: HUBSPOT

# Proceso de ventas estándar según HubSpot

Proceso de venta	Prospectando	Conectando y calificando	Investigando	Presentando	Manejando objeciones	Cerrando
Actividades del <b>vendedor</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Investigar el mercado</li><li>• Definir los criterios de calificación</li><li>• Crear una propuesta de valor única (PUV)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Interactuar con prospectos</li><li>• Hacer preguntas de calificación</li><li>• Presentar detalles iniciales del producto y la PUV</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analizar necesidades del prospecto</li><li>• Preparar diseños y testimonios personalizados</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentar pruebas demostrativas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Responder preguntas y preocupaciones</li><li>• Analizar nuevas objeciones y presentar soluciones a la medida</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Negociar y ganar acuerdo</li><li>• Comprobar pago y enviar producto</li></ul>
Actividades del <b>comprador</b>	Descubrir que tiene un problema u oportunidad por satisfacer	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preguntar y brindar la información solicitada por ventas</li><li>• Responder y hacer preguntas de calificación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Investigar empresa y considerar compatibilidad</li><li>• Evaluar otra solución potencial</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recibir prueba demostrativa</li><li>• Compartir con amigos y personas cercanas</li></ul>	Hacer preguntas y expresar preocupaciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Negociar y aceptar</li><li>• Realizar pago</li><li>• Enviar información de envío</li></ul>

**Objetivo: Incrementar la tasa de cierre un 10% para el final del trimestre Q1 2022.**

# Es hora de que construya tu propio proceso

<b>Proceso de venta</b>	<b>Prospectando</b>	<b>Conectando y calificando</b>	<b>Investigando</b>	<b>Presentando</b>	<b>Manejando objeciones</b>	<b>Cerrando</b>
<b>Actividades del vendedor</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>
<b>Actividades del comprador</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>

**Objetivo:**



## ES HORA DE PRACTICAR

Analiza tu proceso de ventas, define los embudos por los que lleguen tus clientes y optimiza al menos uno de ellos para mejorar tus conversiones.

Mañana aprenderemos a priorizar los embudos, acercamientos y creación de contenido con la

# **MATRIZ DE IMPACTO Y ESFUERZO**

# GRACIAS.

¿Con dudas?  
¡Conversemos un poco!

Kennedy Monzon  
Inbound Marketer

kennedy.monzon@gmail.com,  
hola@arkeywave.com

+51 923 498 573