

**Semana de Ventas Inbound**

# **4 formas de vender cualquier producto**

**Kennedy Monzón,**  
Inbound Marketer

Organizado por:



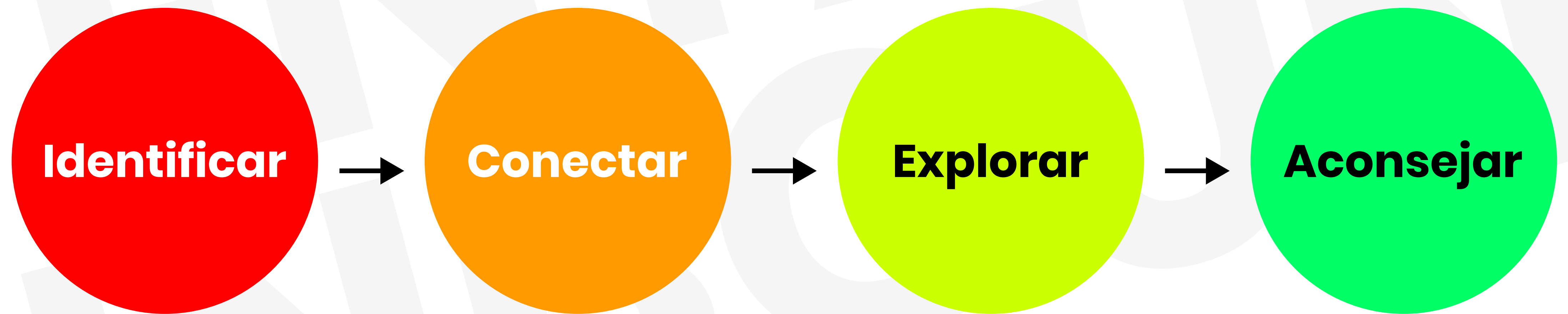
Una vez que **entendemos**  
lo que **mueve y define**  
a nuestro **cliente ideal**

Necesitaremos

**CONECTAR**



**En la Metodología de  
Ventas Inbound**  
encontraremos 4 etapas

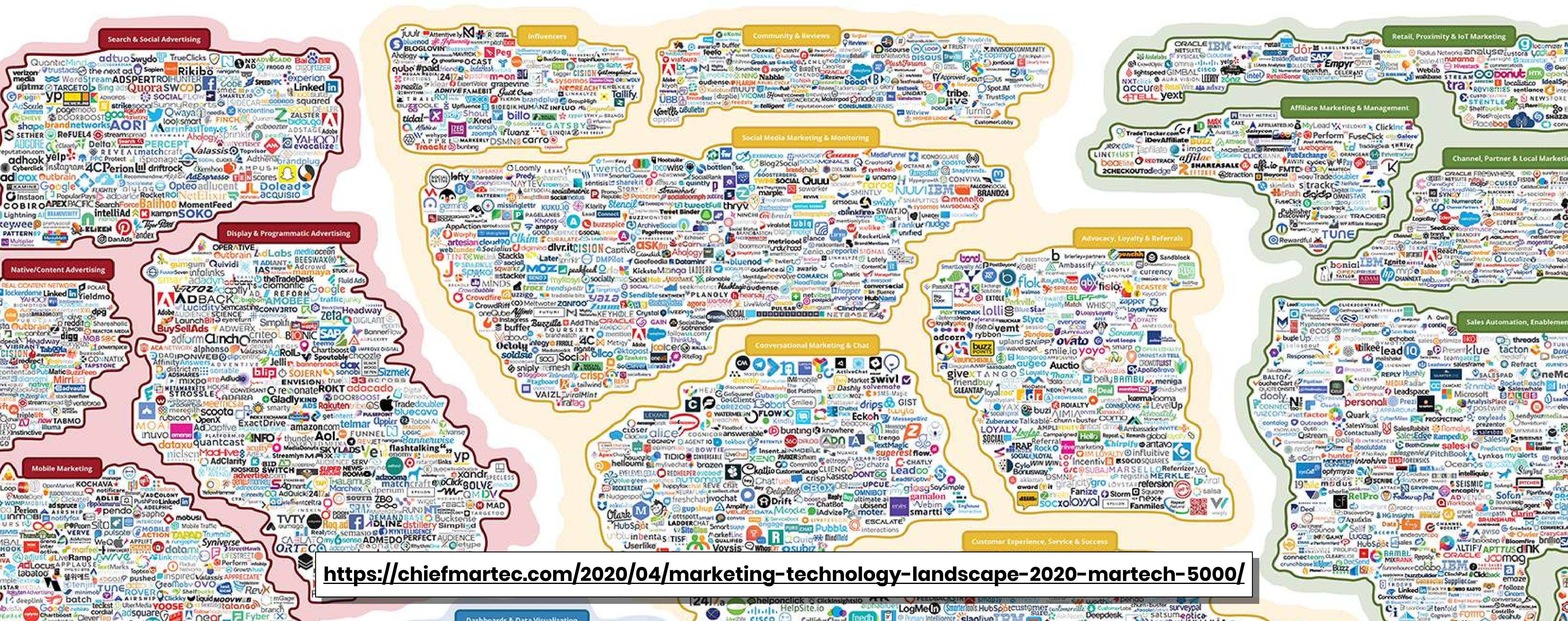


# Cada una, con un objetivo





# y suficientes herramientas para que no existan dos estrategias iguales



HOY APRENDEREMOS  
**UN MÉTODO PARA CONECTAR  
CON EL CONSUMIDOR**  
UTILIZANDO **UNA TÉCNICA DE  
ENTREVISTA**



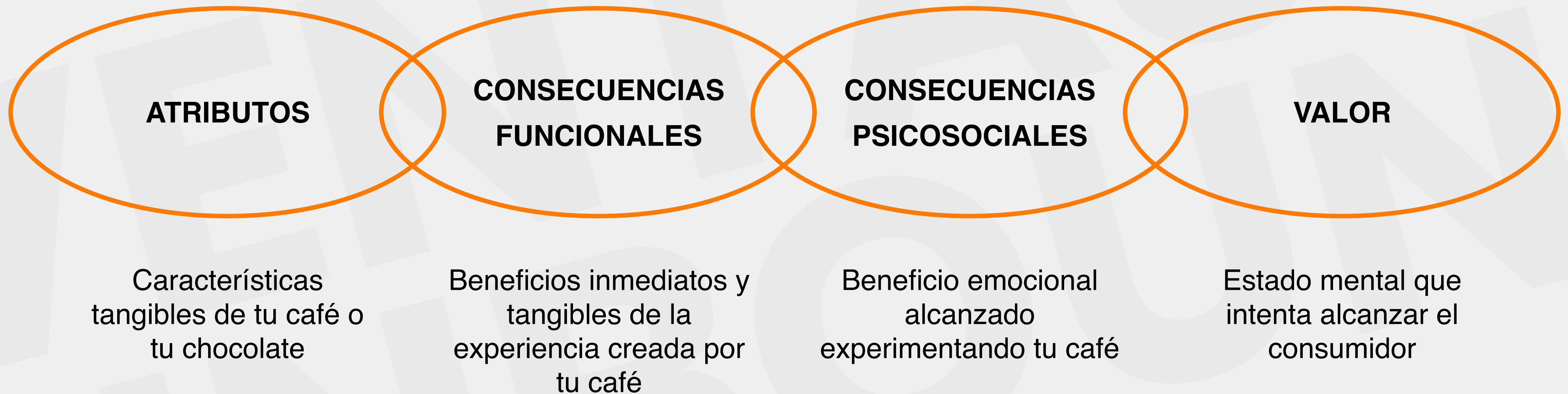
# EL ACERCAMIENTO **MEDIOS Y FINES\*** SE BASA EN LA TEORÍA DE QUE:

“LOS ATRIBUTOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ESTÁN ASOCIADOS CON **CONSECUENCIAS**, O **BENEFICIOS Y RIESGOS** DEL PRODUCTO, E INCLUSO LOS **VALORES PERSONALES** QUE EL PRODUCTO PUEDE AYUDAR A LOS CONSUMIDORES A CUMPLIR”

\* DEL INGLÉS MEANS-END



# CADENA DE VALOR DE MEDIOS Y FINES\*\*



\*\* DEL INGLÉS MEANS-END VALUE CHAIN





Fotografía del Instagram de Q'uma Chocolate, visítalos en @quma\_chocolate

EJEMPLO

## ¿Por qué prefieres los chocolates Q'uma?

### ATRIBUTOS

- Variedades
- Producto orgánico
- 91% cacao
- Libre de azúcar/sin azúcares añadidos

### CONSECUENCIAS FUNCIONALES

- Tiene antioxidantes
- Hostiga al paladar rápidamente
- Refrigerable, transportable

### CONSECUENCIAS PSICOSOCIALES

- Es rejuvenecedor
- De Cusco
- Crea momentos y recuerdos con sabores increíbles
- Significa el inicio del fin de semana
- Cacao orgánico que ayuda a los pequeños productores

### VALOR

¿?



**¿Y CÓMO OBTENEMOS  
ESTA INFORMACIÓN?**

**UTILIZANDO LA TÉCNICA DE  
PREGUNTAS EN ESCALERA O  
LADDERING, A TRAVÉS DE  
ENTREVISTAS**



## EJEMPLO

**Q: ¿Por qué prefieres los chocolates Q'uma?**

C: Me cansé del mismo chocolate de siempre, y los encontré cuando buscaba algo nuevo.

**Q: Cuando buscabas algo nuevo, ¿recuerdas qué palabras utilizabas?**

C: Un amigo me contó de los chocolates orgánicos y sin azúcar pero no sabía qué empresa los vendía. Al buscar chocolate orgánico en Instagram, estuvieron entre los primeros.



Fotografía del  
visítalos en



## EJEMPLO

**Q: ¿Fueron los chocolates orgánicos los que te convencieron de comprar?**

C: No solo tenían chocolates orgánicos, sino una amplia variedad productos a base de chocolate o fusiones.

**Q: ¿Por qué es importante la variedad?**

C: Porque me gusta comprar chocolates de forma constante y tener que tratar con varios vendedores es pesado. Prefiero uno que tenga variedad de donde pueda elegir.



Fotografía del  
visítalos e



## EJEMPLO

**Q: Entonces, ¿compras los chocolates Q'uma porque ofrecen una amplia variedad de chocolates de alta calidad de donde puedes elegir en cualquier momento del año?**

**C: Sí**



Fotografía del  
visítalos en



## **ES HORA DE ANALIZAR**

**Analizaremos 3 publicaciones utilizando el acercamiento means-end y lo documentaremos en el Framework de Ventas Inbound**

Mañana identificaremos el mejor momento para conectar con nuestros buyer personas

# **A TRAVÉS DEL VIAJE DEL COMPRADOR**

Utilizando distintos mensajes elaborados a través del M.E.C



# GRACIAS.

¿Con dudas?  
¡Conversemos un poco!

Kennedy Monzon  
Inbound Marketer

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

+51 923 498 573