

**Symphony no. 6**

# Innovación en la estrategia comercial y el proceso de ventas:

Nuevo consumidor, canales, metodologías y herramientas.

**CONCLUSIONES**

## RETOS

- ▶ Profesionalización
- ▶ Relaciones con los clientes
- ▶ Metodologías de ventas
- ▶ Regulación
- ▶ Canales
- ▶ Estrategia
- ▶ Los procesos de ventas
- ▶ Las personas

## SOLUCIONES

- ▶ Metodologías
- ▶ Personas
- ▶ Clientes
- ▶ Canales
- ▶ Estrategias

## El gran reto: la profesionalización



### Relaciones con los clientes

- ▶ La capacidad de generar valor y de entender las relaciones. Estos procesos detrás de una pantalla se vuelven un reto



### Metodologías de ventas

- ▶ Cual es adecuada para mi modelo de negocio,
- ▶ Cual debo implantar para optimizar mis recursos
- ▶ Cómo hacerlo para sacarle el máximo partido
- ▶ Identificar las herramientas necesarias
  - ▶ **Sacarles el máximo partido**



### Regulación

- ▶ Algunos sectores, debido a la regulación, tienen peculiaridades y dificultades añadidas a la hora de usar los canales digitales para las ventas



### Canales

- ▶ El acceso a los clientes, es un reto,
- ▶ Cambian los canales
- ▶ Aprende a usar nuevos canales de comunicación, cuando no puedes llegar al cliente de forma presencial en el one2one
- ▶ Diferenciarse en los canales masivos



## Definir una estrategia clara

- ▶ Hacia donde se quiere ir
- ▶ Como vamos a lograrlo
- ▶ Son objetivos de compañía no solo de un departamento
- ▶ CERTEZA, PROPOSITO
- ▶ Impacto en la cuenta de resultados



## El tiempo y la velocidad

- ▶ Saber aprovechar las oportunidades de una forma ágil
- ▶ Detectar de forma temprana las necesidades,
- ▶ Identificar el canal por el que llegar a los clientes y la forma de aprovecharlo al máximo

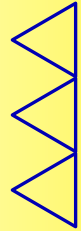


## Cada sector tiene sus peculiaridades, pero los retos son todos muy similares



## La concentración de los mercados y la banalización

- ▶ Como diferenciarte si al final todos hacemos lo mismo
- ▶ Ofrecer un valor percibido por el cliente mayor
- ▶ Que le doy al cliente para no entrar en el Bazar del precio
- ▶ La venta consultiva en el B2C
- ▶ Qué necesito
- ▶ Qué valor me aporta
- ▶ Y cómo me lo da tu producto



# Estrategia



## Los procesos de ventas

- ▶ Los básicos de las ventas, sigue siendo el mismo: la venta relacional
- ▶ Adaptarse a las nuevas herramientas disponibles,
- ▶ Explotar los nuevos canales para desarrollar esos procesos de una forma nueva
- ▶ **El ciclo de cierre de la venta**
  1. Reducir tiempos
  2. El reto de conseguir nuevos clientes
- ▶ **Quien toma la decisión final de compra VS el prescriptor**
  - ▶ Dar facilidades > Éxito fácil
  - ▶ Ayudar al cliente a construir su propio producto
  - ▶ Venta transformacional
- ▶ El lead cualificado o cómo descubrir qué quiere realmente el lead



## Las personas

- ▶ La relación es la clave para generar ventas, y tener ventas recurrentes
- ▶ **Fuerza de ventas**
  - ▶ Reciclaje de la fuerza de ventas para adaptarse a los nuevos entornos
  - ▶ Valorización comercial
    1. Darle confianza al equipo comercial
    2. Dar valor a la profesión comercial
  - ▶ Sinergias entre el colectivo de vendedores y los comerciales
    1. El cliente es mío, barrera de los equipos comerciales: romper los silos de información dentro de la compañía
    2. Generar engagement con la compañía: con el cliente, con el vendedor, etc.
- ▶ El nuevo cliente > Cómo llegar a él



## Metodologías

- ▶ Modificar la metodología de ventas para adaptarse al nuevo canal: medir el impacto de las modificaciones para identificar el valor aportado



## Canales

- ▶ Integración de canales, omnicanalidad
  - ▶ Aprovechar lo mejor de cada uno, pero no marear al cliente
  - ▶ Que el contexto se comparta entre los canales
- ▶ No quemar el canal: identificar qué aporta valor y darlo de forma rápida y concreta
- ▶ Creación de experiencias independientes del canal



## Personas

### ▶ Fuerza de ventas

- ▶ Capacitar a la gente para que el uso de los nuevos canales se aproveche al máximo
- ▶ Que las reuniones comerciales, cuando se hacen online, no se conviertan en monólogos
- ▶ Fomentar la interacción con los clientes
- ▶ Usar todas las herramientas a tu disposición para que la experiencia comercial online se convierta en una experiencia

### ▶ Clientes

- ▶ Capacitar a los clientes en herramientas digitales, aprovechando los medios que tienen los clientes y las herramientas que están acostumbrados a usar
- ▶ Micro segmentación de clientes, conocerles e ir a ellos en el momento de la compra
- ▶ Escuchar al cliente: conocer sus problemáticas concretas e involucrarte con él para ser un compañero de viaje



## B2B2C

- ▶ Ayudar a mis canales y a mis clientes a vender mis productos
- ▶ Facilitarles herramientas de ventas
- ▶ Formación necesaria para explotar el potencial de las herramientas digitales



## Combinación de one2one con multicliente

- ▶ Estrategia dependiente del mercado en el que vendas > hay sectores que pueden usar esta estrategia, pero otros no



## Employee experience

- ▶ Juntar áreas distintas de la empresa, poniéndolas a trabajar en común para identificar todo el valor que se le puede dar al cliente

### ▶ Sentido de pertenencia > Dar importancia a todo el mundo

- ▶ Si no puedes juntarlos, te acercas a verles
- ▶ Así les das importancia y destacas su implicación
- ▶ Trasladas el expertise para que se sientan vinculados y descentralizas el valor



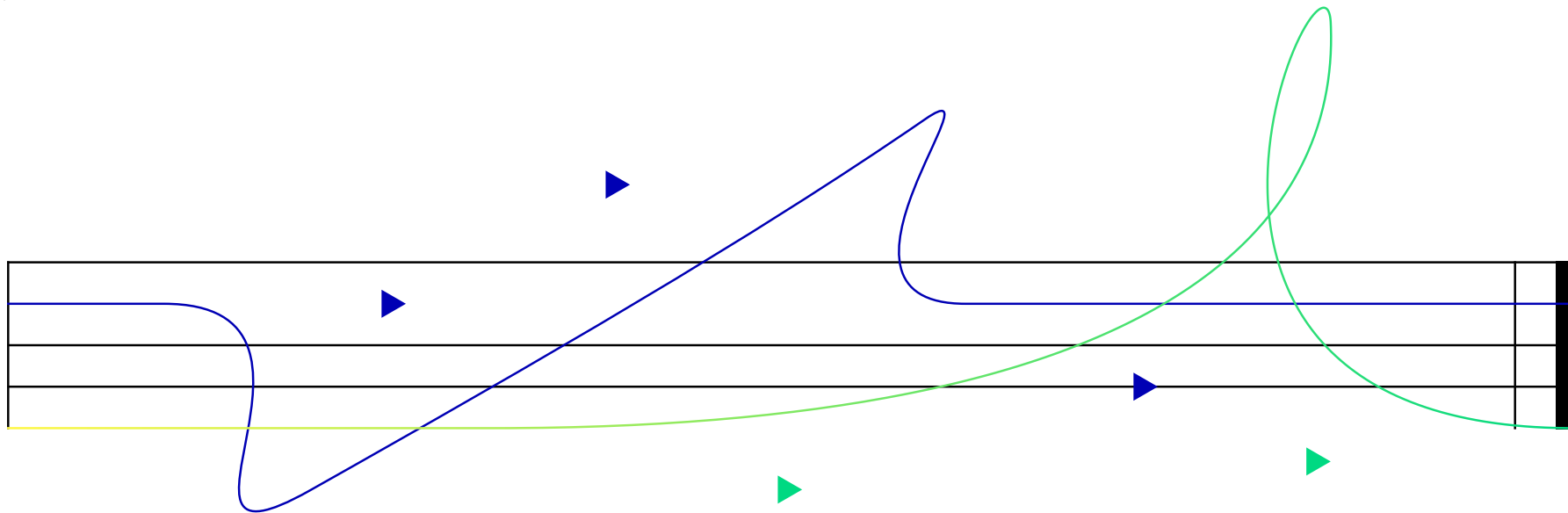
# Estrategias

# ICEMD

Instituto de Innovación by **ESIC**

Consulta muchos más  
contenidos en innovación en:

[icemd.esic.edu/knowledge](https://icemd.esic.edu/knowledge)





# ICEMD

Instituto de Innovación by **esic**

Consulta muchos más  
contenidos en innovación en:

[icemd.esic.edu/knowledge](http://icemd.esic.edu/knowledge)

**esic**  
Corporate Education

**ENRIQUE BENAYAS ALONSO**

Director General en ICEMD –  
Instituto de Innovación by ESIC.  
Director ESIC Corporate Education

[enrique.benayas@esic.edu](mailto:enrique.benayas@esic.edu)

**FELIPE YNZENGA**

Director Empresas ESIC  
Corporate Education

[felipe.ynzenga@esic.edu](mailto:felipe.ynzenga@esic.edu)

**JOSE MARÍA MACÍAS GIL**

Director de Soluciones Digitales ESIC  
Corporate Education

[josemaria.macias@esic.edu](mailto:josemaria.macias@esic.edu)

