

COVID-19

Emergencia mundial y rol de los vendedores



MANTENGA LA CALMA

Mantenga la calma y el positivismo, pronto todo volverá a la normalidad

NO APAGUE SU MOTOR COMERCIAL

Siga igual de presente con sus clientes, acuerde con ellos la mejor forma de trabajar durante este tiempo

APROVECHE PARA ENTRENARSE

Es el momento ideal para estudiar, para fortalecer sus habilidades en venta estratégica

VENDEDORES EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE



HERRAMIENTAS VIRTUALES Y TELETRABAJO

Siga atendiendo a sus clientes vía telefónica, correo electrónico, videoconferencia y WhatsApp

RETOS COMERCIALES

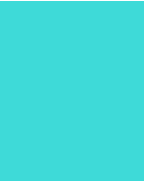
Cada uno deberá trazarse nuevos retos para los trimestres por venir; cual será su compromiso?

INVITACIÓN A REINVENTARSE

Es el momento de poner a prueba nuestra resiliencia, nuestra flexibilidad y nuestra capacidad de reinventarnos comercialmente

SOCIAL SELLING





Social Selling

NO ES LA PANACEA

Por si solo no funciona. No se cierran negocios por redes sociales.

Complementa otras fuentes de prospección.

NO ES PARA VENDER

Es una fuente adicional de prospección, donde se encuentra fácil y sin costo la info de los prospectos.

Úsela para descubrir estratégicamente sus motivaciones, intereses y puntos de dolor.

FUERZAS COMPRADORAS

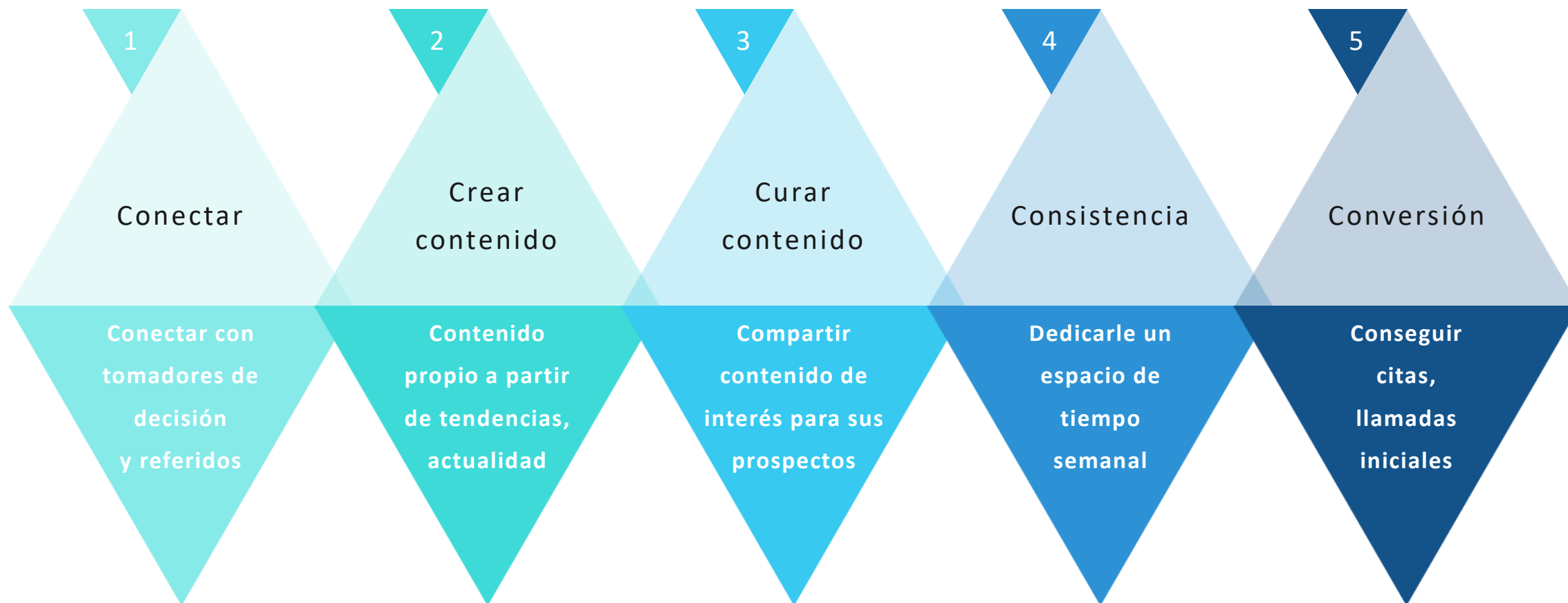
Fácilmente podemos identificar fuerzas compradoras en cuentas prospecto y estratégicamente descubrir sus motivaciones, intereses y puntos de dolor

FAMILIARIDAD

Su principal función es construir familiaridad. Úsela para conectar con cada prospecto que conoce o habla por teléfono, para dejar mensajes a personas que conoció en un evento o feria.



Social Selling: las 5 C's





Recomendaciones

LINKEDIN NO ES FACEBOOK

No comparta contenido sobre su vida personal. No suba fotos de su vida social, únicamente fotos corporativas o en eventos empresariales. Es perjudicial para su imagen profesional confundir el objetivo de esta red social

CONSTRUYA CREDIBILIDAD

Sea cuidadoso con el contenido de comparte, cuidado con las fake news!

NO VENDA DIRECTAMENTE

Cree familiaridad y cercanía a través de las cosas que tiene en común con sus contactos (prospectos), atraiga su atención y espere su respuesta antes de ofrecer sus soluciones

IDEOLOGÍAS

No se deje llevar por sus ideologías o tendencias religiosas y políticas al responder sobre un comentario



SOCIAL SELLING



COMPARTA UNA NOTICIA O ARTÍCULO

De actualidad e interés para sus
prospectos y clientes. Incluya
una nota personal



CONECTE CON 1 PROSPECTO

Abra LinkedIn, envíe invitación para
conectar al menos a 1 prospecto
estratégico. Busque una revista
especializada en su división

CONTACTE CON UN PROSPECTO

Utilice la metodología aprendida
para escribir un mensaje que
capture la atención de un prospecto
y le permita concertar una cita



MUCHAS GRACIAS

LADO **β**