

CONTIGO *Tu negocio es nuestra energía*

Programa para ayudarte a reorientar, adaptar y digitalizar tu negocio

NIVEL EXPERTO: *Sesión 2* **VENTA DIGITAL**

PRESENTACIÓN YOUTH BUSINESS SPAIN (YBS)



- [Youth Business Spain](#) (YBS) somos una fundación dedicada a ayudar a jóvenes en dificultades a poner en marcha y consolidar sus negocios.
- Prestamos servicios a través de una red de entidades sociales con dilatada experiencia en el fomento y apoyo al autoempleo.
- Es miembro de [Youth Business International](#) (YBI), fundada por SAR el Príncipe de Gales para apoyar a jóvenes emprendedores en el mundo. Tiene presencia en más de 50 países de todo el mundo.
- Ofrecemos servicios gratuitos de Formación, Acceso a Financiación y Mentoring



INDICE

1 Pipeline de Ventas

2 Ventas:

¿Qué es vender?

Proceso de venta

AIDA

Entrevista de venta

3 Ventas con Whatsapp

Pipeline de ventas

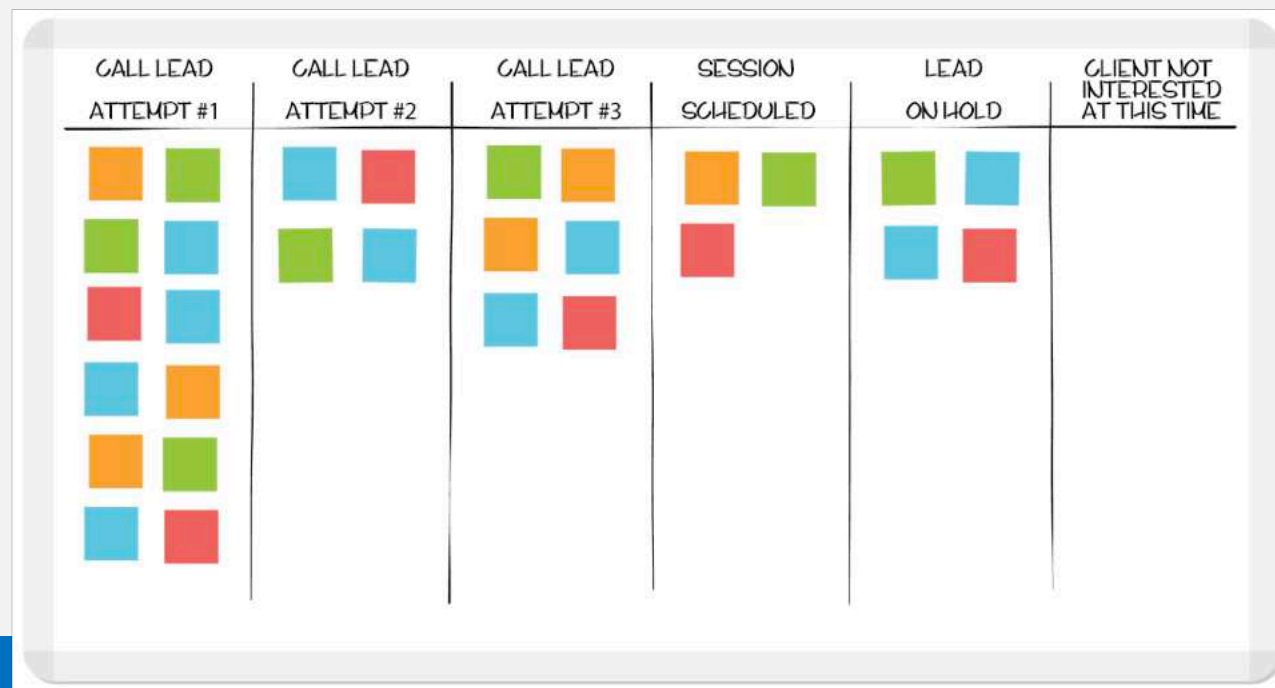


Pipeline de ventas

Pipeline de ventas **es el mapa de las actividades diarias** que componen el proceso de ventas en el trabajo de un representante comercial, mostrando cada una de las **etapas de una negociación**.

¿Porqué usar un Pipeline?

La gestión de actividades diarias con las negociaciones que tienes es la mejor manera para ser más eficiente.



Beneficios del Pipeline de ventas

- El pipeline es el mapa de las etapas que componen el proceso de ventas de un representante comercial.
- De manera sencilla ves todos los procesos de venta que tienes abiertos.
- Al conocer todas las fases puedes ser más eficiente
- Si un vendedor conoce su pipeline de principio a fin, la probabilidad de llegar a la meta aumenta bastante.

Fases del Pipeline

1. Interesado: Alguien con quien hemos contactado hablado de algún producto.
2. Propuesta: Cuando mandamos a ese cliente una oferta o un presupuesto.
3. Negociación: Recordatorio de la propuesta.
4. Ganado: Si el cliente nos compra.
5. Perdido: Si el cliente rechaza la oferta.

Indicadores a seguir del Pipeline

1. Número de negocios abiertos en el pipeline

Todo pipeline debe tener un volumen de negociaciones ideal, que va a depender del ticket promedio y ciclo de venta esperado. Mantener el embudo lleno de negociaciones es importante para garantizar que siempre exista un stock para suplir una determinada etapa posterior.

Indicadores a seguir del Pipeline

2. Ticket promedio de los deals que están siendo trabajados

Todo comercial posee no solo un número de ventas como meta, sino también de ingresos (o nuevos ingresos recurrentes).

El control del ticket promedio de tus negociaciones es fundamental para garantizar que el vendedor llegue a sus objetivos.

Indicadores a seguir del Pipeline

3. Eficiencia general (close ratio)

Esta métrica es fundamental para que el vendedor entienda cómo está su curva de aprendizaje a lo largo de su tiempo de ventas. Es decir, cuán eficiente está siendo en su día a día.

Pero, ¿qué es ser eficiente en ese caso? Calcular de cuantas propuestas conseguimos cerrar

Indicadores a seguir del Pipeline

4. Ciclo de ventas promedio

Es la duración promedio antes de que el negocio se cierre, es decir, el tiempo que el vendedor invierte en el proceso para ganar la negociación.

Entre menor sea el ciclo de ventas, mejor.

“Keep your pipeline clean”

¿Ya analizaste tu pipeline de ventas hoy?

Es importante entender que este debe ser un ejercicio constante para mantener las negociaciones en las etapas correctas del proceso de ventas, así como sus debidas documentaciones y correcta gestión de actividades para avanzar tus negociaciones.

Ejemplo de Pipeline en excel

Septiembre									
Interesado	0 €	Propuesta	70 €	Negociación	0 €	Ganado	30,00 €	Perdido	0 €
Nombre		Pepe Diaz				Maria Gallardo			
Telefono		76635273				60744938123			
Valor venta		Anticaida	50			Crema + pasta d	30€		
Comentarios		Me lo compra el viernes				Hablamos por whatsapp el martes			
		Lucia Martinez							
		6798092383							
		crema noche	20						
		nos vemos mañana							

Ventas



“Vender es el arte de dar, no de recibir. Es el arte de servir, no de vender.”

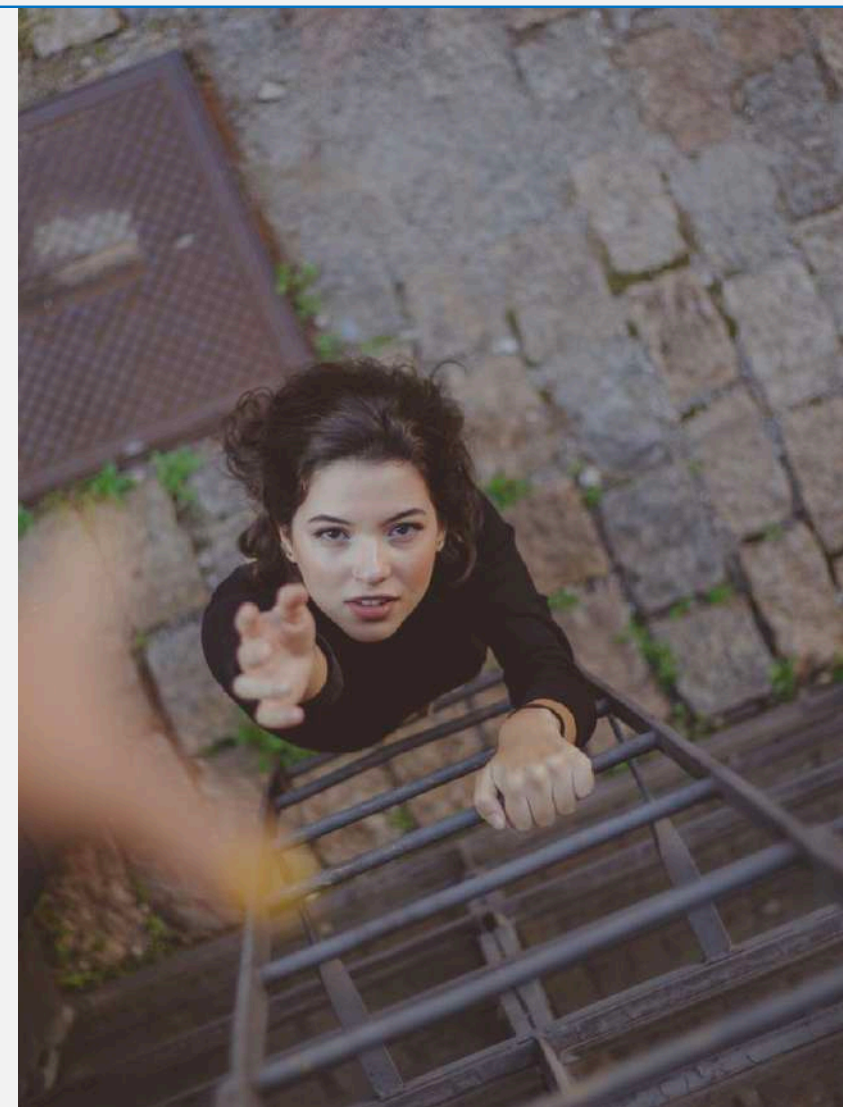
Grant Cardone



¿Qué es vender?

La respuesta clásica es: "Satisfacer las necesidades del cliente con un producto y/o servicio a cambio de una contraprestación económica"

A día de hoy: El vender se trata de solucionar problemas, dolores o inquietudes que tienen tus clientes construyendo una relación de confianza duradera en el tiempo.



El proceso de ventas

El proceso de ventas

El proceso de venta es la sucesión de pasos que una empresa realiza desde el momento en que intenta captar la atención de un potencial cliente hasta que la transacción final se lleva a cabo, es decir, hasta que se consigue una venta efectiva del producto o servicio de la compañía.



Un proceso de ventas consiste en averiguar lo siguiente de un comprador:

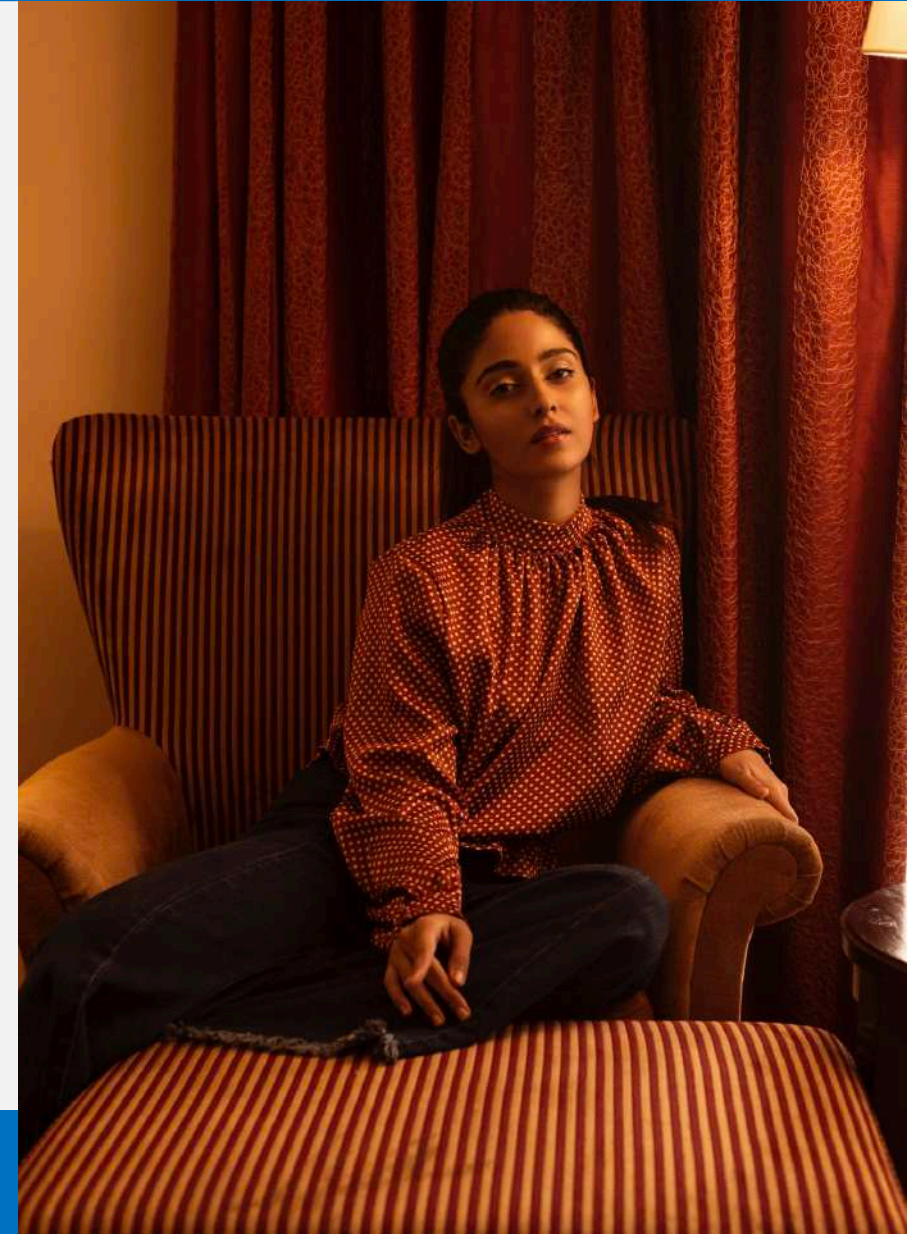
¿Quién es?

¿Qué quiere?

¿Por qué lo quiere?

¿Qué debo hacer para satisfacer tus deseos y necesidades?

¿Cómo debo mostrarle mi producto o mis servicios de manera que tengo sentido para ella?



El proceso de ventas AIDA



Las 4 fases del proceso de venta AIDA

Fase 1: Atención (A)

En esta fase intentamos llamar la atención de la posible clienta.

Medios:

- Redes Sociales: Facebook, Instagram, Pinterest, Tik tok.
- Blog
- Youtube
- Whatsapp
- Email
- Webinars o materclass Gratis



Las 4 fases del proceso de venta AIDA

Fase 2: Interés (I)

Una vez que tenemos la atención

Intentamos generar interés con alguna ventaja del producto.

En todas tus publicaciones preguntar y que os comenten dudas en comentarios



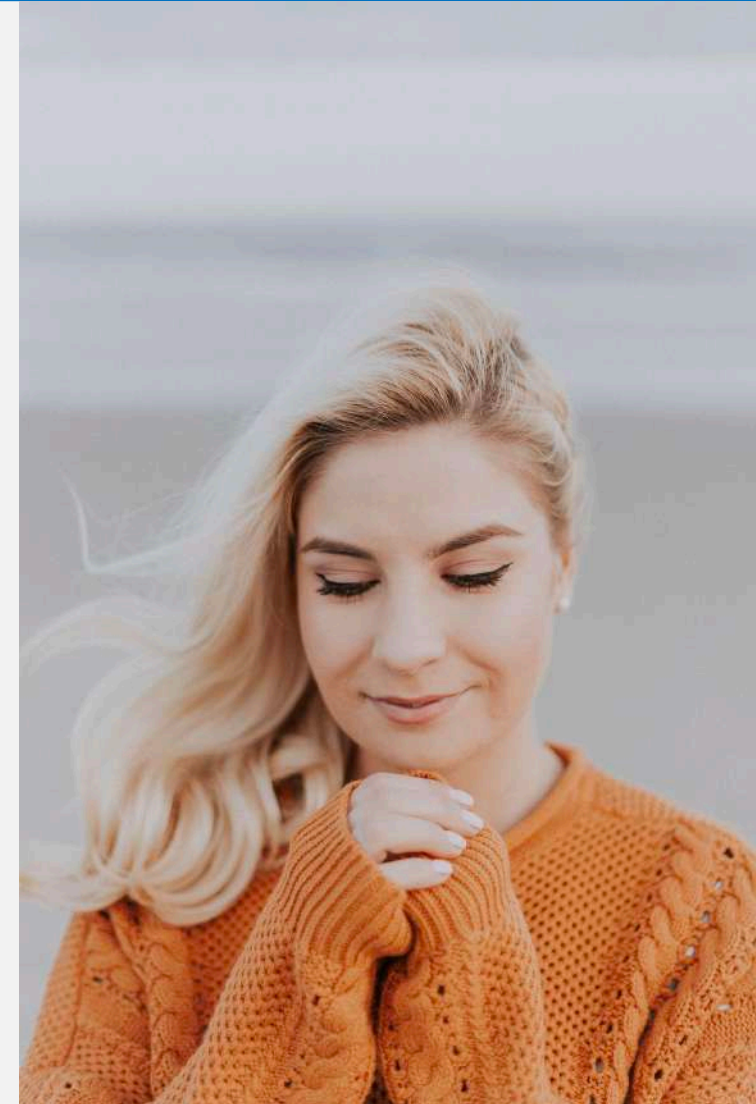
Las 4 fases del proceso de venta AIDA

Fase 3: Deseo (D)

Deseo por tener el producto.

Pedirle una interacción directa mediante:

- Instagram DM
- Whatsapp
- Llamada telefónica
- Video llamada



Las 4 fases del proceso de venta AIDA

Fase 4: Acción (A)

En esta fase ya está convencido de lo que quiere y por lo tanto, se produce la transacción económica y la compra del bien o servicio.

Presentamos nuestra oferta y generamos la venta.



Entrevista de ventas

Entrevista de ventas

Aquí te presento los cinco pasos cruciales por los que debes pasar en cada reunión de ventas, te encuentres de frente con el cliente, lo hagas por teléfono o por internet.

1. Saludo
2. Determinación de los deseos y las necesidades
3. Elección del producto, presentación y descripción de su valor
4. Hacer la oferta
5. Cierra la venta o la salida del cliente



Entrevista de ventas

Saludo

El objetivo del saludo es presentarte, causar una buena impresión y ponerte a disposición del cliente.

Ejemplos:

Bienvenido, gracias por venir, ¿en qué puedo ayudarlo? (Después pasas a los siguientes cuatro pasos.)

Hola, muchas gracias por dedicar un tiempo para verme. Dígame qué sabe hasta el momento para que no lo haga perder el tiempo con información que ya conoce.

Qué bueno que pude verlo el día de hoy y muchas gracias por su tiempo. ¿Qué información necesita para aprovechar lo mejor posible su tiempo?



Entrevista de ventas

Determinación de los deseos y las necesidades

Cuando determinas deseos y necesidades no estás vendiendo, estás escuchando.

El propósito de este paso es doble:

- . saber qué producto mostrarle al cliente y
- . cómo presentárselo

Para subrayar el valor que la otra persona necesita ver y moverlo a la acción.

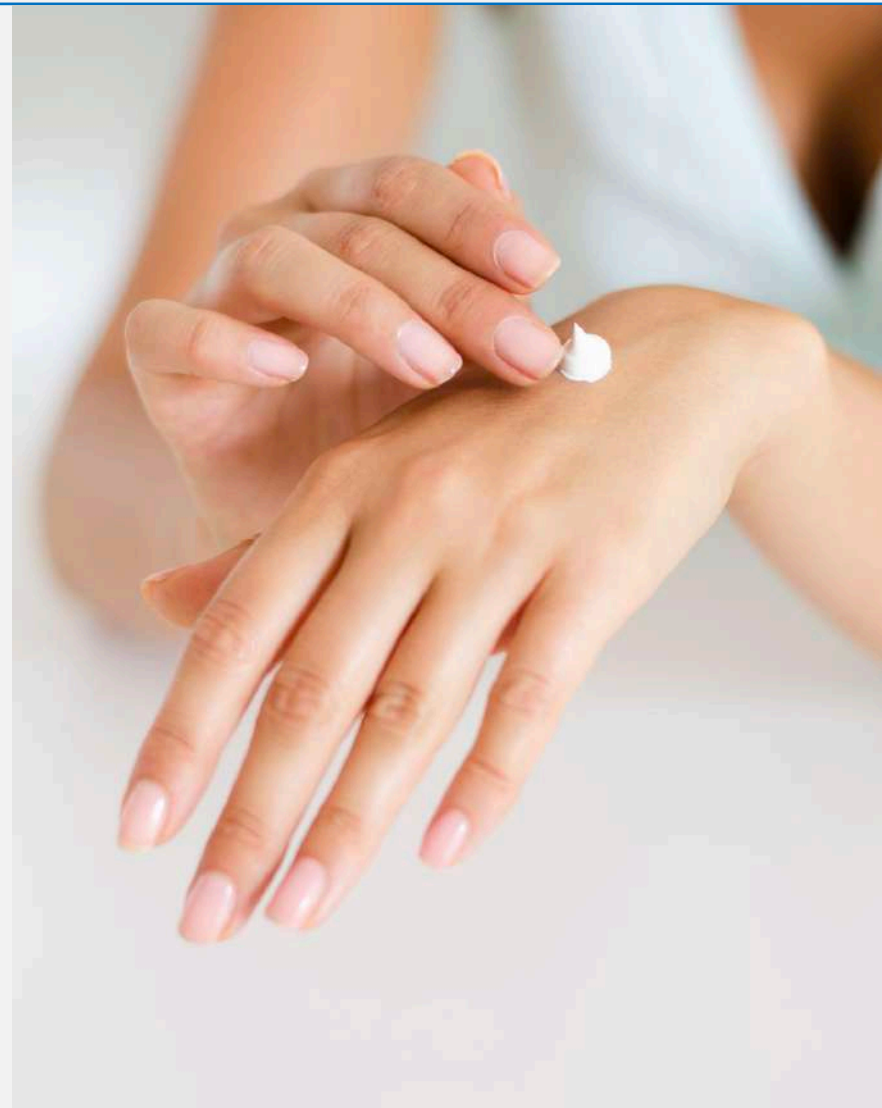


Entrevista de ventas

Elección del producto, presentación y descripción de su valor

Elige por tus clientes en lugar de que examinen todo tu inventario y seleccionen ellos mismos.

Presentale como mucho 3 alternativas.



Entrevista de ventas

Hacer la oferta

No hagas una oferta antes de la presentación del producto, pero sí mostrarle el precio aproximado a tus clientes, aunque no esté preparado para comprar en ese momento.

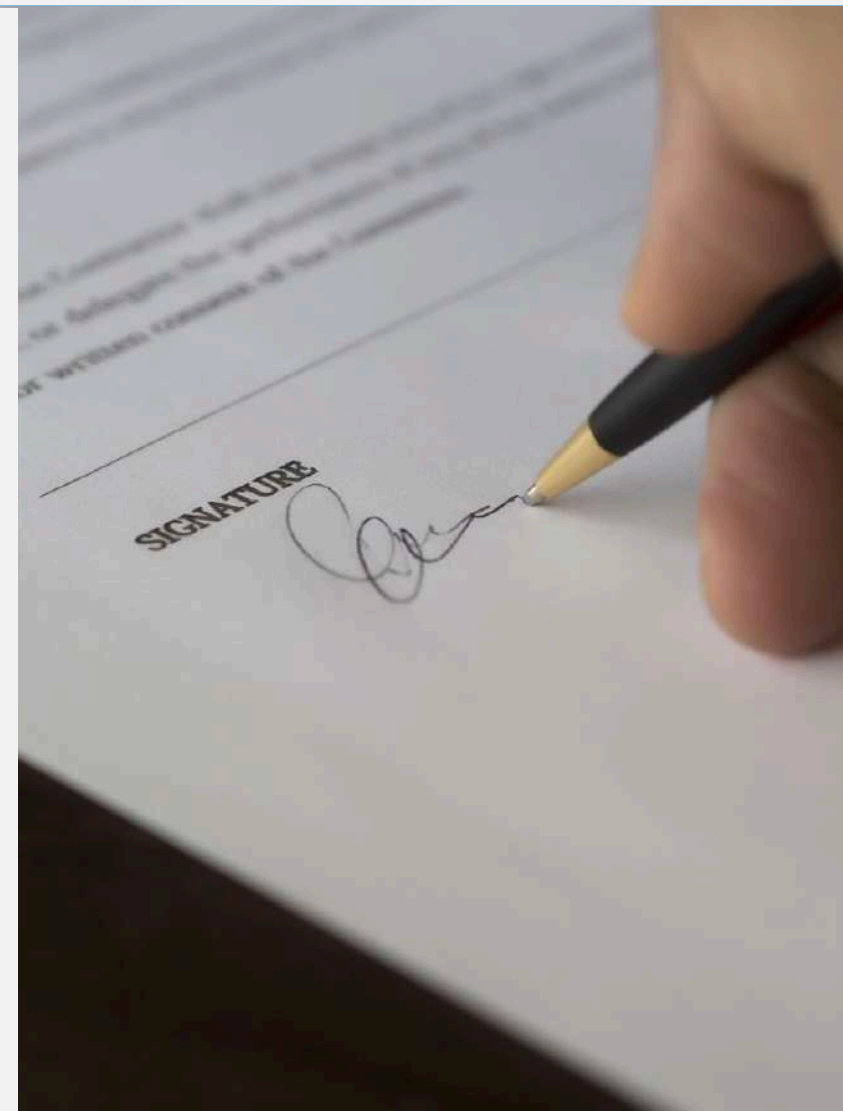


Entrevista de ventas

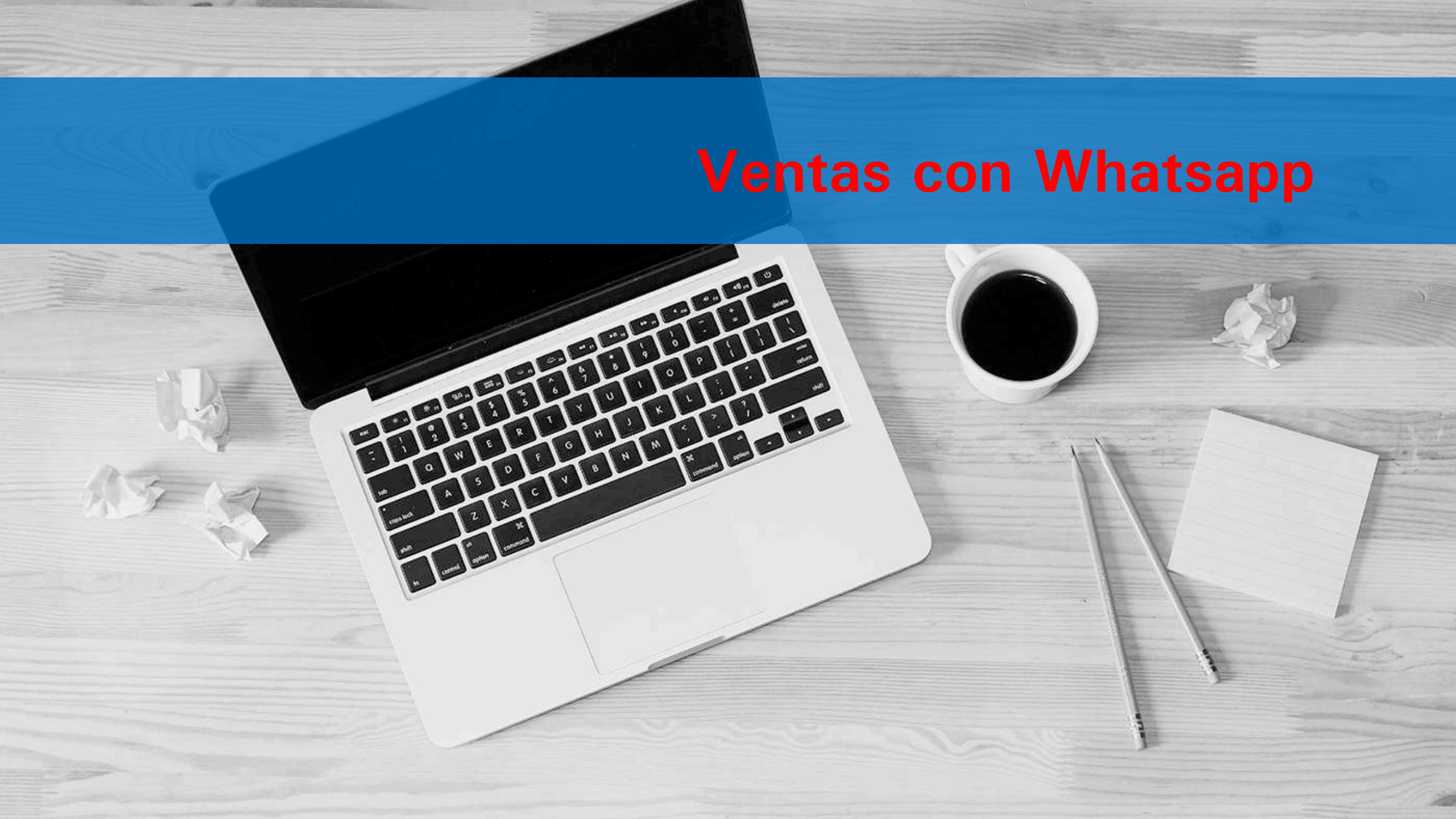
Cierra la venta o la salida del cliente

Objeciones sobre el precio, sobre el presupuesto, sobre mejores ofertas y cosas semejantes son el tipo de argumentos que escucharás de tus clientes.

Es de las ventas que logras cerrar de donde sale tu sueldo.



Ventas con Whatsapp



WhatsApp Business

Hoy en día la persona promedio invierte al menos tres horas diarias a revisar sus **redes sociales**, entre ellas WhatsApp.

La aplicación de negocios WhatsApp Business es la herramienta de comunicación por excelencia para empresas.

<https://www.whatsapp.com/business/>

¿Qué es WhatsApp Business?

WhatsApp Business es la aplicación gratuita de mensajería para empresas, la cual permite enviar y recibir información con sus clientes y también de manera interna en la empresa.



Beneficios de WhatsApp Business

- Posibilidad de comunicarse rápida y sencillamente con más de 1,300 millones de usuario que usan WhatsApp
- Los clientes no necesitan descargar esta WhatsApp Business, pueden usar WhatsApp convencional
- Expandir fronteras y llamar la atención de una base de consumidores más grande
- Ofrece una manera rápida y sencilla para los clientes de marcar sus órdenes como entregadas, pagar y hasta incluso realizar alguna queja

Beneficios de WhatsApp Business

- Entrega estadísticas de todo tipo, con lo cual podrás conocer mejor a tus clientes, sus acciones y sus decisiones en función de tu marca.
- Tiene un sistema de etiquetado que organiza y diversifica grupos de usuario y conversaciones.
- Ahorra tiempo gracias a los mensajes automatizados que reducirán la cantidad de atención que debes dedicar a la aplicación para resolver las dudas y exigencias de tus clientes.
- Usa la mensajería de texto más conocida y usada del mundo. Podrás darle la oportunidad dorada a tus clientes, con una de las soluciones más esperadas de los últimos años.

Como usar WhatsApp Business

1. Entra en la Play Store o Apple Store y descarga la app de Whatsapp Business.
2. Acepta los términos y condiciones de la aplicación y también la política de privacidad.
3. Verifica tu número telefónico, no puedes usar el mismo número telefónico que usaste en WhatsApp tradicional, por lo que te conviene registrarle un número de teléfono vinculado a tu empresa.
4. Coloca la información de tu negocio, su nombre, la foto de perfil, la hora en la que el negocio está abierto y más para crear un perfil profesional para tus consumidores.
5. ¡Listo! Ya puedes usar tu cuenta, pero antes debes crear un perfil para generar confianza en tus clientes.

Cómo crear un perfil profesional para WhatsApp Business

Rellena todo el formulario de información que encuentras en la sección “Configuración” > “Perfil de empresa”

. Fotografía

. Nombre de Empresa

. Descripción de la Empresa

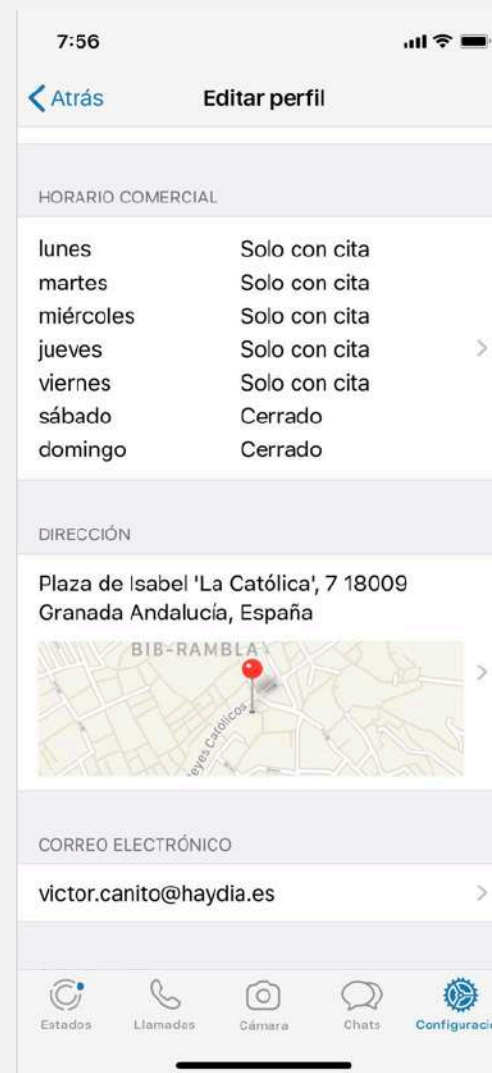


Cómo crear un perfil profesional para WhatsApp Business

. Horario comercial

. Dirección

. Correo electrónico

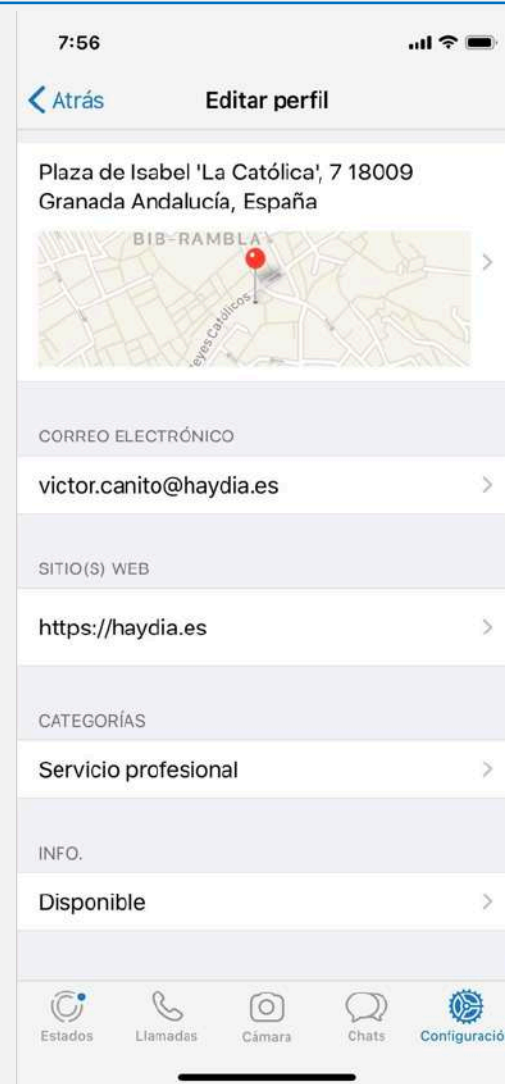


Cómo crear un perfil profesional para WhatsApp Business

. Web

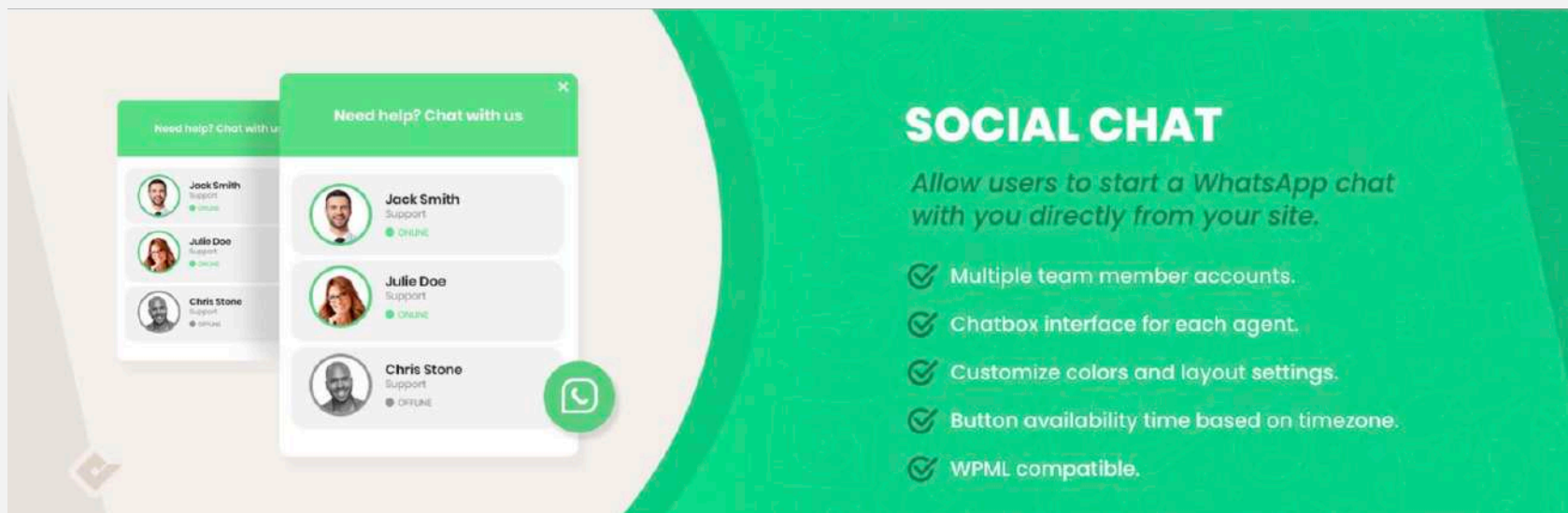
. Categorías: Hasta 3 categorías

. Info.: Puedes poner un texto de apoyo.



Cómo poner un chat de WhatsApp Business gratis en tu sitio web

WP Social Chat: <https://es.wordpress.org/plugins/wp-whatsapp-chat/>



The image displays the WP Social Chat plugin interface. On the left, there is a chatbox with a green header that says "Need help? Chat with us". Below the header, there are three agent cards for Jack Smith, Julie Doe, and Chris Stone, each with a profile picture, name, role (Support), and status (ONLINE or OFFLINE). A green WhatsApp icon is visible in the bottom right corner of the chatbox. On the right, there is a green background with the text "SOCIAL CHAT" and a list of features:

- Allow users to start a WhatsApp chat with you directly from your site.
- Multiple team member accounts.
- Chatbox interface for each agent.
- Customize colors and layout settings.
- Button availability time based on timezone.
- WPML compatible.

¿Qué son los catálogos en WhatsApp Business?

Los catálogos de WhatsApp se han convertido en un lugar donde cualquier empresa puede añadir productos, una breve descripción y el precio de la compra de un producto, **un lugar que permite compartir de forma inmediata con clientes un producto determinado cargado de información útil.**



Dar de alta artículos en catálogos WhastApp

Imágenes

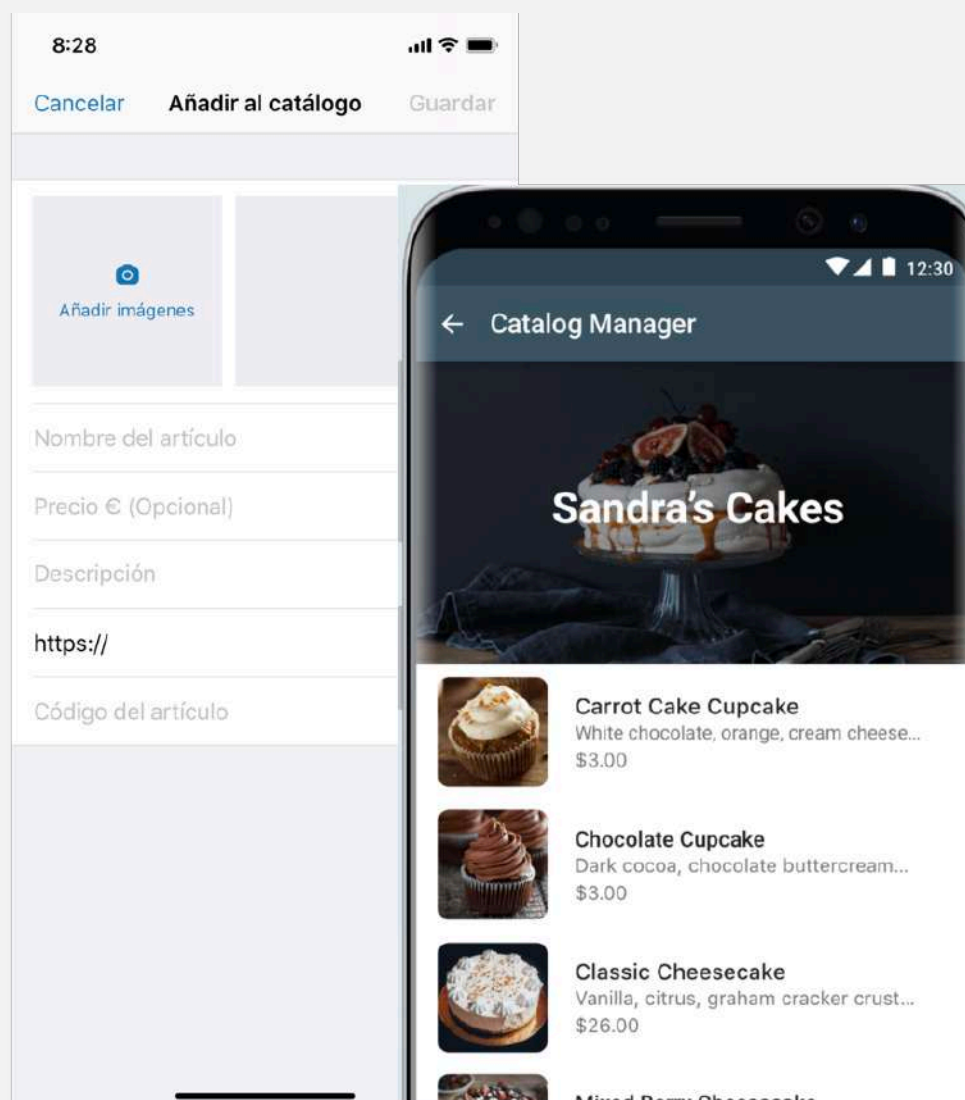
Nombre del artículo

Precio

Descripción

URL

Código del artículo



Compartir Artículos WhastApp

En cualquier chat.
Le damos a +
Y compartimos cualquier producto.

El cliente tiene acceso a toda la información
Fotos, precio, URL...



Mensaje de Ausencia WhastApp

Si no puedes responder de inmediato o te encuentras fuera de la oficina, puedes establecer mensajes de ausencia para que se envíen automáticamente a todos tus contactos o a algunos en específico.

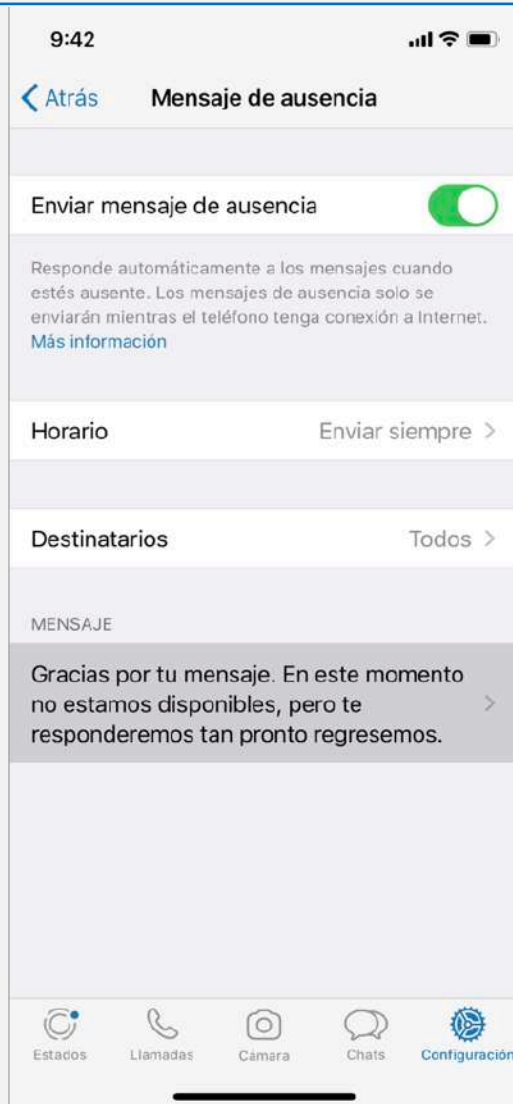
Además, puedes programar los mensajes de ausencia para que se envíen de manera automática a ciertas horas, como durante el horario de cierre de la empresa.



Mensaje de Ausencia WhastApp

En Horario, toca y elige entre estas opciones:

- Enviar siempre para enviar el mensaje automático en todo momento.
- Horario personalizado para enviar el mensaje automático únicamente durante horarios específicos.
- Fuera del horario comercial para enviar el mensaje automático únicamente fuera del horario comercial. Esta opción solo está disponible si estableciste un horario comercial en tu perfil de empresa.



Mensaje de Ausencia WhastApp

En Destinatarios, selecciona una de estas opciones:

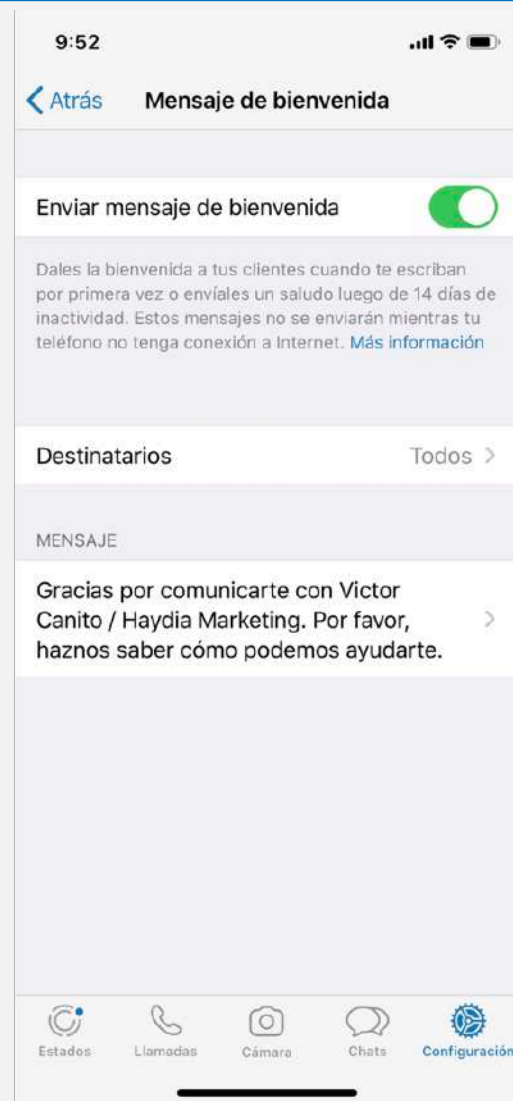
- Todos para enviar el mensaje automático a todas las personas que te escriban después del horario de atención.
- Los que no están en la libreta de contactos para enviar el mensaje automático a los números que no tengas guardados en la libreta de contactos.
- Todos excepto a... para enviar el mensaje automático a todos los números excepto a algunos seleccionados.
- Solo enviar a... para enviar el mensaje automático a determinados destinatarios.

1.



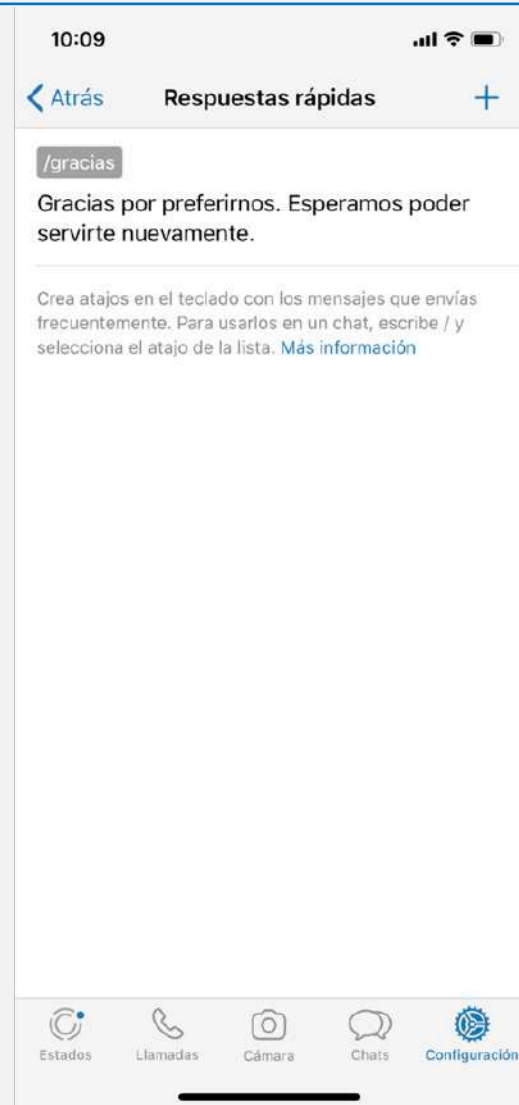
Mensaje de bienvenida WhastApp

Puedes enviar automáticamente un mensaje de bienvenida a tus clientes cuando te escriben por primera vez o tras un período de 14 días de inactividad desde la última vez que te escribieron.



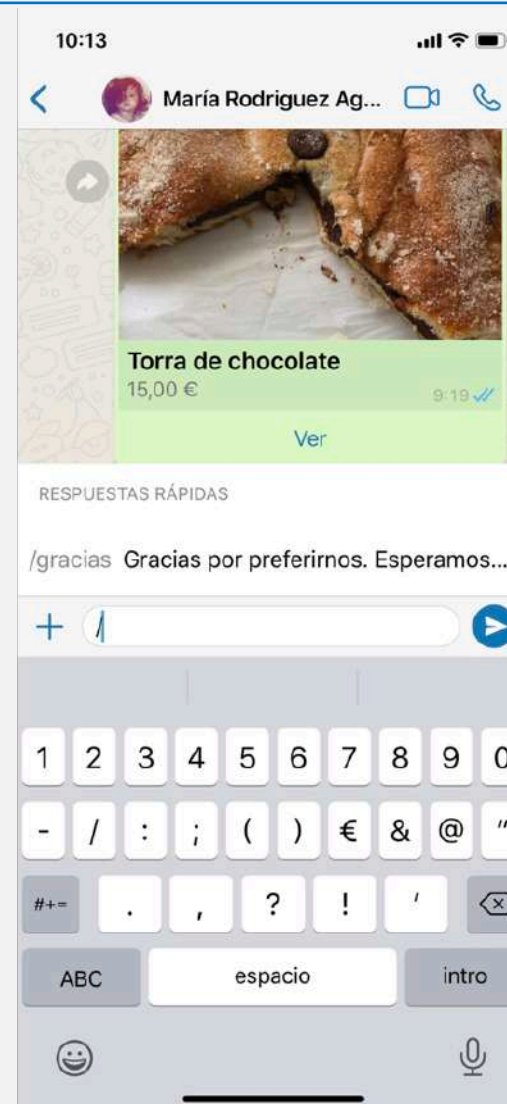
Respuestas Rápidas WhastApp

Con las respuestas rápidas, puedes crear atajos en el teclado para los mensajes que envías con más frecuencia. Puedes usar respuestas rápidas para mensajes de texto o multimedia, como GIF, imágenes y videos.



Respuestas Rápidas WhastApp

- Puedes guardar como máximo 50 respuestas rápidas.
- El límite de caracteres del atajo de una respuesta rápida es de 25.
- Los espacios antes y después del atajo serán eliminados.
- Todos los atajos deben comenzar con la barra diagonal (/).
- Puedes escribir hasta 3 palabras clave para cada respuesta rápida.



Ejemplos plantillas WhastApp

- **Plantilla de Bienvenida**

"¡Hola,

Gracias por contactarnos! Nuestro personal de asistencia revisará tu mensaje y se lo enviará a la persona adecuada cuando sea necesario. Nos pondremos en contacto contigo en menos de 48 horas.

Si tu problema no puede esperar, también puedes contactarnos por chat en www.website.com/en/ o llamarnos al 555-555-5555.

Un cordial saludo,

[Tu nombre]"

- **Plantilla de Ausencia, vacaciones o de oficina cerrada**

"¡Hola, estoy de vacaciones en el mar y estaré desconectado hasta el 15 de enero!

Me pondré en contacto contigo esa semana. También puedes contactar con mis colegas en support@email.com.

¡Gracias por tu paciencia, hablaremos más adelante!

Un cordial saludo,

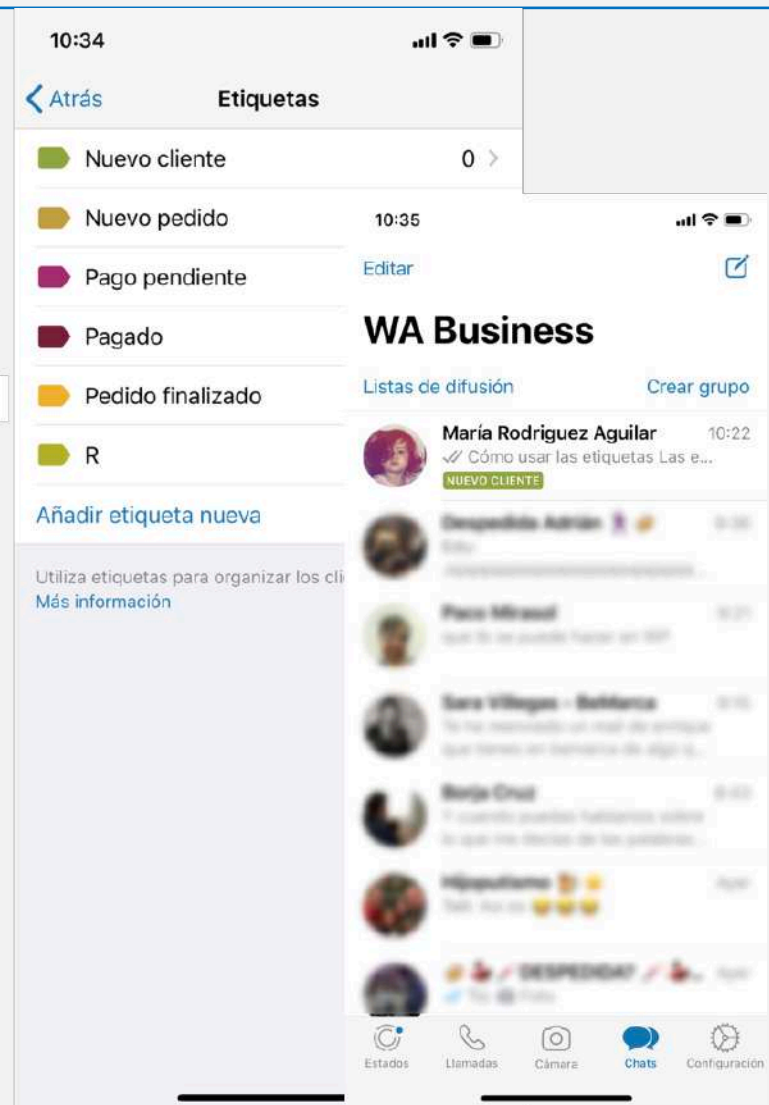
[Tu nombre]"

- **Respuesta rápida**

¡Perdón por la espera! El chat está muy ocupado en este momento, pero estaremos contigo en 3 minutos. Si tienes prisa, también puedes dejar anotado tu problema y tu dirección de correo electrónico. Te contactaremos después.

Etiquetas WhastApp

Las etiquetas son útiles para organizar chats y mensajes a fin de encontrarlos con facilidad. Puedes crear etiquetas con colores o nombres diferentes y añadirlas a un chat completo, un grupo o mensajes específicos dentro de un chat.



Errores graves en WhastApp

Mandar mensajes masivos a quien no te ha dado permiso. SPAM

No personalizar los mensajes

No contestar de manera inmediata

No tener un calendario de envío de noticias. (Una vez a la semana, una vez al mes... Cumplirlo)

GRACIAS POR TU ATENCIÓN

¡Hasta la próxima!



@vgcanito



/victorgonzalezcanito



victor.canito@haydia.es

endesa



Youth Business
Spain