



# CÓMO LLEGAR AL TOMADOR DE DECISIÓN Y VENDER TU PRODUCTO

Guía de marketing y ventas

En Impactum hemos detectado, principalmente, dos acciones que toman las empresas:

1. **No tienen todo su proceso de ventas mapeado**, es decir, no tienen identificados todos los pasos que este involucra al dar por hecho algunos puntos. El darlos por hecho hace que no se midan, y si no se miden, no mejoran.
2. **No tienen identificados sus tipos de clientes de sus usuarios** (ejemplo: la recepcionista, el trabajador, el gerente, el dueño... Unos son los usuarios, otros los tomadores de decisión, y otros los clientes).

Es por eso que en esta guía encontrarás breves consejos relacionados con los puntos anteriores para que mejores tus cierres de venta.

Para ello nos hemos dedicado a implementar metodologías y herramientas que ayuden a detectar este tipo de áreas de oportunidad y atacarlas con soluciones sostenibles.

Siempre existe una mejor manera de hacer las cosas, y normalmente es más fácil que alguien ajeno a la operación diaria las detecte.

Si tienes ya una inquietud en mente puedes platicar con nosotros para definir cuál es la mejor estrategia para solucionar la situación de TU empresa, solo da clic aquí

**QUIERO AYUDA**  
**SIN COMPROMISO**

# HAZ UN PROCESO DE VENTA

## DISEÑA TU PITCH O DIÁLOGO DE VENTA

De acuerdo a tipo de cliente que estás intentando alcanzar, deberás diseñar un diálogo que logre comunicar las ventajas y beneficios que le otorgas, de acuerdo a sus retos, necesidades e idioma. También debes considerar que no es el mismo diálogo el que le dices a un vendedor, a un tomador de decisión, o a alguien que te pregunta en la calle a qué te dedicas. Si te fijas, es precisamente esto lo que implementaban en Lobo de Wall street al momento de hablar con alguien. Puedes aprender un poco más al respecto en nuestro artículo para llegar a tu cliente ideal.

## CREA TU ESTRATEGIA PARA SALTAR INTERMEDIARIOS

Seguramente te has topado con el empleado, la secretaria o la asistente, que muchas veces tienen órdenes de darte largas para que te aburras y desistas, y es aquí donde te digo ¡No te rindas! Las ventas se tratan de persistencia, no esperes ganarte la confianza de la otra persona desde el primer contacto, todo se trata de un proceso en el cual tú le debes proporcionar información relevante que le aporte valor y le ayude a dar el siguiente paso (ya sea pasarte con su jefe o darte una cita). Tal y como hacían en Lobo de wall street al momento de querer convencer a alguien, no importaba si era su esposa del cliente, ellos lograban convencerlos con datos duros del mercado.

## SIEMPRE RESPONDE LO MÁS RÁPIDO POSIBLE

Muchas veces llegan a nosotros peticiones de cotizaciones que a veces no valoramos; déjame decirte que el simple hecho de que tú respondas en los primeros 5 minutos, aumenta tus posibilidades de convertir ese prospecto, en cliente, hasta en un 40%... así que la próxima vez que te llegue una petición de cotización, quizás deberías atenderla lo más pronto posible, así sea con un breve mensaje como “escuchamos sus necesidades, le enviaremos su cotización a la brevedad”, sin importar el medio por el que esta haya llegado.



## TRANSMITE LA EMOCIÓN A LAS PERSONAS

Si alguien te está platicando de que cuenta con la última maravilla del mundo, perfecta para solucionar el problema que tú tienes... Pero te lo cuenta con un tono de voz monótono y bajo, y un nivel de energía por los suelos, ¿le creerías?... ¡Pues no! Las personas necesitan sentir que TÚ mismo estás convencido y entusiasmado por lo que ofreces para poderte creer e interesarse en éste. Es sumamente que logres transmitir con tu imagen, tus ademanes y tu voz, que lo que ofreces es valioso para el otro; no importa si se trata de una persona que estás contactado por primera vez, o si ya es la enésima ve que le marcas, no debes perder el entusiasmo.



## OFRÉCELE ALGO QUE QUIERA DE MANERA GRATUITA

El primer paso para lograr esto es conocer a tu cliente a la perfección, debes de saber cuál es su puesto, como lo miden o evalúan, cuáles son sus objetivos, comportamientos y necesidades para que te puedas comunicar de la manera más efectiva con el.

Una vez que conoces a la perfección a tu cliente, piensa ¿Qué necesidad tiene? Algo que si le ayudas a resolver, el estaría dispuesto a darte sus datos. Haz una lluvia de ideas al respecto y crea algo de información por la que quizá hasta te podría pagar o le podría interesar darte algo a cambio de esa información.

Ahora solo es cuestión de encontrar a esa persona y ofrecerle eso que le preparaste a cambio de sus datos, si la información de verdad es valiosa y supiste comunicar el mensaje con su mismo lenguaje (porque ya lo conoces a la perfección) la persona a la que quieres llegar no debería tener reparo en dejarte sus datos. Puedes preguntar lo que necesites, lo más básico es preguntarle su nombre, correo y teléfono, pero puedes preguntar todo lo que necesites para poderlo calificar como un buen prospecto, dependiendo de qué tan buena sea la información que le preparaste puede que esté dispuesto a dejarte sus datos o no



## CONVIERTE A ALGUIEN EN TU VENDEDOR INTERNO

Otra cosa muy común que hemos visto en las empresas que venden a otras empresas, es que tienen un producto que debe de comparar el director general, pero en realidad le resuelven el problema a otra área completamente distinta, por lo que al llegar con el director este no comprende el beneficio de contratarlos, aquí es dónde los vendedores internos entran.

Un vendedor interno es ese aliado que tienes en la empresa de un prospecto que te va a ayudar no solo a llegar con el tomador de decisión, sino también a convencerlo principalmente transmitiendo la necesidad que él tiene y cómo tú le vas a ayudar a solucionarla.







El vendedor interno es esa persona que muchas veces te contacta en primer lugar y tu labor no es saltarlo, al contrario, realiza tu proceso de venta con él; obviamente cambia el lenguaje porque él no te va a comprar, solo necesitas convencerlo de que tome el primer paso contigo, se enamore de tu solución y le diga al tomador de decisión que **NECESITA** que te compren.

Es importante que a este vendedor interno le des las herramientas necesarias para que vaya con el director o el tomador de decisión y lo convenza de que es algo que él necesita, y no quede lugar a dudas de que los puedes ayudar.



## ¿CÓMO MEJORARÁS TUS CIERRES DE VENTAS?

**Para lograr mejores resultados, necesitas acciones diferentes.** Podemos acompañarte en este proceso de crecimiento para lograr mejores resultados en un menor tiempo. Platica con nuestro equipo, sin compromiso y **averigua hasta dónde puede llegar tu empresa:**

**AGENDAR**  
**ASESORÍA**





**¿QUIERES CONOCER MÁS?**

**DESCARGA  
NUESTROS CASOS  
DE ÉXITO**