




**TÉCNICAS Y
ESTRATEGIAS
AVANZADAS DE
VENTAS
PARA LOS CANALES
B2B Y B2C**



25
MAYO

 **Cubo.**
EdificioUValnova.
Campus Miguel Delibes.

 **09.30-13.30**

Las técnicas y estrategias avanzadas de ventas son fundamentales para la supervivencia de las startups y en este taller aprenderás a implementarlas para aumentar tu base de clientes y a alcanzar conversiones mayores.

Trabajarás desde tu propios CRM y tus bases de datos.

Módulo 1. Entender y definir. (teoría y parte más importante del proceso)

De hecho es en la que más suelen fallar las empresas.

En este módulo nos vamos a centrar en el aspecto más importante y que el 90% de las empresas fallan.

Normalmente el problema no está en tu servicio o producto, suele estar en que el mensaje no está bien trabajado, no has investigado a fondo el mercado y por consiguiente, no consigues conectar con tu audiencia ni ofrecerles lo que realmente están esperando.

Entender bien a tu mercado y darles exactamente lo que necesitan, en el lenguaje y estructura necesitan oírlo, es la estrategia más potente y efectiva que existe.

¡Trabajemos tu mensaje!

1. Investigación, fórmula big market, Identificar target, Dream Buyer
2. Diseño de hook que no pueda rechazar.

3. Lead Magnet
4. Inteligencia artificial para agilizar nuestro trabajo.
5. Revisión de mensajes aleatorios de los asistentes (analizaremos un par de casos)

(este módulo irá acompañado de ejemplos, además de que se verán sus casos reales)

Módulo 2. Tracción, funnel de adquisición, funnel de conversión, estrategia.

Automatiza y multiplica.

En este módulo lo que veremos es cómo emplear la tecnología y ponerla a funcionar en modo automático para generar ventas, desde el inicio del recorrido en el que entran a nuestro sistema, hasta que está cualificado y se pasa a ventas.

1. Embudos de conversión (Tofu, Mofu, Bofu)
2. Estrategia orgánica y Landings que conviertan (Test AB)
3. Scoring web y nurturing.
4. Tracking web.
5. Web chat.
6. Pop ups.
7. Precualificación.
8. Calificación clientes.
9. Fases de cliente potencial.
10. Gestión del lead.
11. Sincronización con CRM.
12. Segmentos.
13. Etiquetado.
14. Planificación marketing
15. Estrategias de tracción:
 - PPC
 - Webinar
 - Campaña email
 - Autoresponders
 - Campañas redes sociales
 - Campaña eventos.
 - Informes
16. Sincronización con CRM
17. Veamos casos de los asistentes, sus estrategias, nurturing, funnels, landings, proceso de scoring y gestión del lead.

Este módulo tiene un carácter muy práctico, la explicación será con un caso real. Cada punto anteriormente citado tendrá una demostración en vivo y en directo, igual como lo hacemos con nuestros clientes.

Se montará una estrategia de principio a fin, viendo cómo entra un lead por la puerta principal, pasa a nuestros embudos, cómo le damos scoring, va pasando de fases hasta llegar a tener un compromiso y enviar a crm para pasar al proceso de ventas.

Módulo 3. Ventas y gestión.

Sin información y automatización de gestión, estás perdido.

En este módulo hablaremos de la parte final del proceso, en la que un lead cualificado y listo para ventas entra en las diferentes fases hasta realizar la venta, facturación y envío de contrato.

Veremos cómo se debe automatizar el 90% del trabajo, evitar el fallo humano y que tu empresa funcione como un reloj suizo.

1. Etapas posible cliente
2. Procesos de automatización dependiendo de la etapa.
3. Generación de tareas automáticas.
4. Reglas de asignación.
5. Escalamiento y supervisión
6. Generación de oportunidades.
7. Enriquecimiento de datos con Inteligencia Artificial.
8. Creación de estimaciones en automático.
9. Aceptación
10. Firma digital (cliente y empresa)
11. Envío factura (automática)
12. Enlaces de pago (automático)
13. Registro de cobro.
14. KPIS.
 - Ejemplos de cuadro de mandos en el que se supervisan todos los kpis de la empresa en real time.
 - Interpretar KPIs.
 - Vanity metrics (evítalas)
 - Definir nuevos KPIs

