

# Mi PyME Cumple

Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial



Organización  
Internacional  
del Trabajo



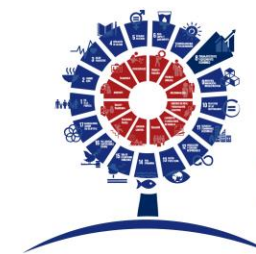
Universidad  
— Católica  
Nuestra Señora de la Asunción



**CAPACO**  
CÁMARA PARAGUAYA DE LA  
INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN

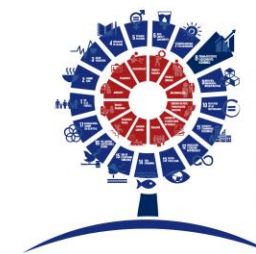


**UNIÓN  
INDUSTRIAL  
PARAGUAYA**



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# VENTAS EN EPOCAS DE CRISIS



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

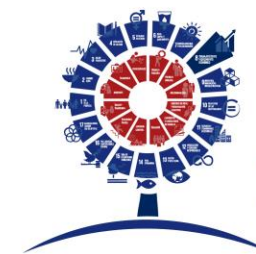
**LA ECONOMIA MUNDIAL SE MUEVE A  
TRAVES DE LAS VENTAS, PERO SIN  
CLIENTES NO HAY VENTAS**

# Hola! Soy Julia

Soy Licenciada en Marketing, especialista y trainer en ventas en el sector privado. Me desempeñé profesionalmente en entidades como Millicom, Camurel, Marusa, Impacto, Scann Market, desempeñando funciones comerciales en niveles gerenciales. Fui docente universitaria durante 6 años.

Soy embajadora de la Asociación Internacional de vendedores AIV

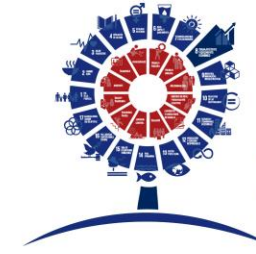




**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# “Estrategias para vender más en época de crisis”

**El promedio del 70 %  
de la facturación de  
una empresa es su  
CARTERA DE  
CLIENTES**



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# El comportamiento del cliente de hoy.

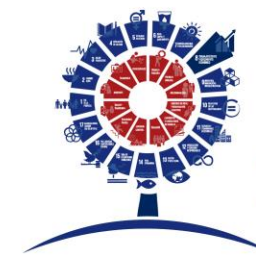
El Consumidor :

Esta hiperconectado, exigente y multitasking, ya no espera que las marcas le digan qué es lo mejor para ellos, por el contrario busca marcar tendencia. Comprender su comportamiento será crucial si necesitamos aumentar las ventas.

El consumidor de hoy es un cliente maduro, proactivo y conectado. Ellos son los que generan las nuevas tendencias y los que marcan las verdaderas necesidades.

La demanda triunfa sobre la oferta.

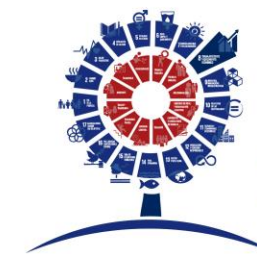
El acceso a la información, la posibilidad de leer experiencias de otros usuarios e incluso los cambios en los comportamientos de consumo, impulsan a las empresas a estar atentas y a responder de forma personalizada a cada persona. Ya no hablamos de públicos segmentados por edad y ubicación geográfica, hoy debemos trabajar sobre micro públicos y sus comportamientos.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# ¿Cuáles son los puntos claves en el proceso de compra de un consumidor?

- El primer paso es cuando una persona se descubre necesitada. Es decir, comprende que hay algo que le falta y por lo tanto debe solucionarlo.
- Luego comienza la investigación. Gracias a internet el acceso a la información es rápido y masivo. Aquí se encuentra con varias posibles soluciones.
- Antes las personas podían acceder a muy pocos productos o servicios, por lo que su búsqueda no era muy extensa. Incluso se veían totalmente limitados por su ubicación geográfica. Hoy este punto se convierte en un elemento clave ya que las personas investigan mucho más y son mucho más exigentes porque tienen la conciencia de que pueden elegir entre varias opciones.
- .



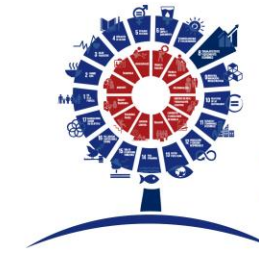
**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial





# ¿Cuáles son los puntos claves en el proceso de compra de un consumidor?

- Una vez que la persona analizó las distintas ofertas con sus búsquedas personales, comienza a tomar una decisión de compra.
- En este punto la persona se convierte en consumidor, realiza la compra y prueba el producto o servicio.
- Y aunque muchas empresas creen que una vez realizada la venta el proceso termina, en realidad es sumamente importante que el comprador se convierta en cliente y el cliente en influenciador. Es decir, el consumidor con certezas dará una devolución de lo adquirido, a través de foros o en sus redes sociales y es de suma importancia que a más allá de brindar una opinión positiva o negativa, reciba una respuesta de la empresa

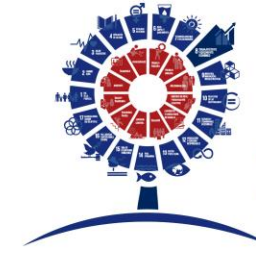


**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial



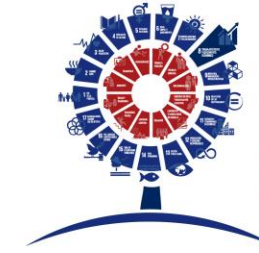
# Los nuevos tipos de consumidores de HOY

- Preocupado: cuida su salud y tiene un 25% más de probabilidades de estar estresado o ansioso como resultado. Está muy al tanto de las noticias.
- Individualista: se cuida a sí mismo y trata de mantener su status quo. Es más probable que este tipo de consumidor se mantenga solo.
- Racionalista: su mentalidad consiste en mantener la calma y seguir adelante. Tiene un gran conocimiento de las noticias (el 82% se mantiene más informado) y clasifica la información en lo que es útil y lo que no lo es. Aumentó la compra de productos aconsejados, como los de higiene personal, limpieza y básicos.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# Los nuevos paradigmas de la venta.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

El consumidor también tiene más conciencia de comprar al productor cercano, y al que lo haga de manera más ecológica, con menor impacto para el medio ambiente.

Se veía a la venta online como un canal secundario, sin embargo, es allí a donde deben reorientar los negocios.

Para ello, deben ampliar las ofertas existentes y crear nuevas líneas de servicio.

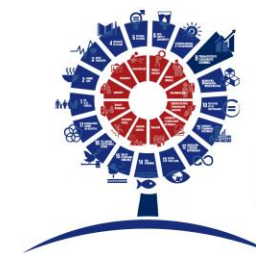
# Los nuevos paradigmas de la venta.

Si caen las REDES que hacemos?

La confianza y la conveniencia son puntos importantes que deben tener en cuenta las empresas.

Confianza entre la empresa y los clientes, en cómo estos responden a los faltantes de productos, cambios en los precios o fechas estimadas de entrega pueden hacer que ese consumidor decida migrar o no hacia otro oferente.

Conveniencia, ya que muchos hogares utilizarán servicios online por primera vez y de allí la importancia de que esto lo mantengan a lo largo del tiempo.

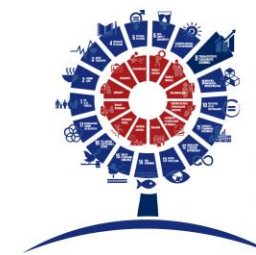


**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial



# Los nuevos paradigmas de la venta vs el tradicional

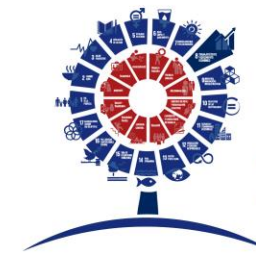
- **Abordaje inicial:** Saluda al cliente cordialmente antes de que el cliente lo haga, lo hace sentir bienvenido. En el caso de que esté con otro cliente, igualmente lo saluda con la mirada y le da una indicación de que enseguida será atendido.
- **Conocimiento del producto o servicio:** Demuestra conocer las características (materiales, otros productos semejantes en el mercado, accesorios y opciones) y los beneficios (qué proporciona, ventajas entre un modelo y otro, qué motivaría al cliente a llevar).
- **Manejo de las políticas comerciales de la empresa:** precios, descuentos - confirman el precio con el descuento correspondiente a la promoción., formas de pagos, créditos, etc.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# Los nuevos paradigmas de la venta.

- **Imagen personal:** lleva su uniforme limpio y arreglado, el cabello y uñas bien cuidadas. Mantiene una postura corporal correcta, tanto parado como sentado.
- **Imagen del local:** el local está limpio, bien iluminado y ordenado. Los productos están dispuestos correctamente y propician la venta. La ventilación es adecuada y no se siente olores desagradables.
- **Trato con el cliente:** es amable y educado, trata al cliente de "Señor", "Señora" o "Señorita". Demuestra simpatía y empatía. Tiene una buena dicción y un tono de voz adecuado. Sonríe y transmite energía durante toda la conversación



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# Los vínculos a establecer con los clientes.



## Tips para mejorar la relación de una empresa con sus clientes

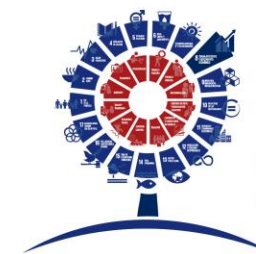
### 1. Capacita los representantes de ventas

El secreto de una buena relación con el cliente es un servicio de calidad. Además de ofrecer las herramientas adecuadas para el trabajo de los agentes de soporte, es importante realizar capacitaciones periódicas para perfeccionar las habilidades del equipo.

### 2. Escucha y ofrece soluciones

Según un estudio de Microsoft, las marcas son vistas más favorablemente por el 77% de los consumidores si invitan y aceptan proactivamente los comentarios de los clientes. Además, el 52% de los encuestados cree que las empresas deberían tomar medidas concretas en función de lo que escuchan de los clientes.

# Los vínculos a establecer con los clientes.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

## 3. Sé ágil

A nadie le gusta esperar demasiado para ser atendido. Para darte una idea, un estudio de reveló que el 75% de las personas esperan una respuesta inmediata cuando se comunican a través de chatbots con una empresa.

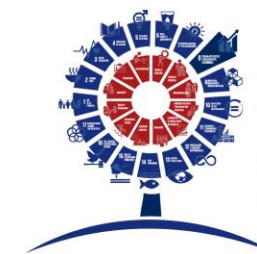
Si queremos que la interacción con el cliente sea positiva, empieza a invertir en herramientas que aporten más agilidad para el servicio.

## 4. Personaliza la interacción con el cliente

La personalización es clave. Un estudio encontró que el 90% de los consumidores tienen más probabilidades de comprar con marcas que les reconocen, recuerdan y brindan ofertas y recomendaciones relevantes.



# Los vínculos a establecer con los clientes.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

## 5. Añade un toque humano

Hay pocas cosas más frustrantes que hablar con un robot que no puede resolver tu problema; o con un agente de soporte humano que parece estar leyendo un guión.

En todos los tipos de relación con los clientes se deben evitar respuestas “copia y pega”. Si bien es importante prepararte para todos los escenarios posibles, intenta agregar un toque humano a tu comunicación para crear empatía con la persona que está al otro lado de la línea (o pantalla).

## 6. Crea programas de fidelización

Según un estudio el programa de fidelización es la acción más importante para el crecimiento de las organizaciones (89%).

No es difícil entender por qué: cuando se brinda una buena atención al cliente, se demuestra que estamos preocupados por crear una gran experiencia en todo momento. Y estos esfuerzos se ven recompensados con compras repetidas y recomendaciones de tu marca a amigos y familiares.

# Estrategias en épocas de crisis.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

HOY la estrategia esta al alcance de tus manos es tu propia base de DATOS, de esa base de datos hay que tener una ficha del cliente que contenga los siguientes datos .

¿Qué hace un CRM?

El CRM almacena información de clientes actuales y potenciales – nombre, dirección, teléfono, etc –, y sus actividades y puntos de contacto con la empresa, incluyendo visitas a sitios, llamadas telefónicas, e-mails, entre otras interacciones.

Nombre	Apellido	Teléfono	Fecha de compra	Producto	Observación	Forma de pago	Familia
Rosana	Blaires	0981 455341 021 660345	17/05/2008	Sofá	Se realizo la llamada de seguimiento y estaba muy contenta	Contado	Sin hijos – Una madre de 70 años

# Estrategias en épocas de crisis.

## LAS TRES LLAMADAS

### **Llamada en frío:**

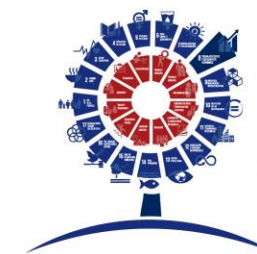
Para aquellos prospectos que no son clientes de la casa

### **Llamadas de seguimiento:**

Son aquellas en donde; se evalúa la propuesta enviada o se confirma la entrega del producto y si esta todo correcto

### **Llamadas de cortesía:**

Son esas llamadas con el interés de generar una relación a largo plazo con los clientes.  
Se definirán cada cuanto se realizan estas llamadas y motivo del mismo; cumpleaños, lanzamientos entre otros



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# Estrategias en épocas de crisis.

## Llamadas en Frio

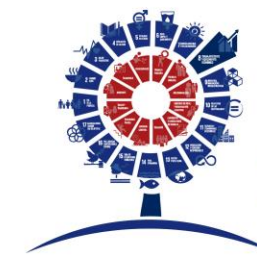
Llamadas en Ofertas: Buenos días Sra. Roció, le saluda Daniela de la empresa CAST

Le consulto por su tiempo  
Le menciono el motivo de la llamada?

### **SE ANIMAN ?**

Llamadas de Presentación: Con la Sra. Roció? Como esta usted?  
Le saluda Daniela de CAST

Mi llamada es para....  
Conoce usted la empresa CAST



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

## Estrategias en épocas de crisis.

## Llamadas de seguimiento

Al cliente que le ofrecí:

Buenas tardes Sra. Natalia, quisiera saber que le pareció la propuesta enviada.

Buenos días Sra. Roció, le comento que la propuesta enviada termina mañana. Que opina si le envió esta tarde?

Al cliente que esta con un problema:

Señora Natalia, como esta? Quería comentarle que estamos trabajando en la solución del inconveniente

Como esta Sra. Natalia?  
Simplemente para saber si esta todo ok con la solución entregada.

Al cliente que NO me compro :

Sra. Natalia, como esta? Me gustaría saber si como le fue con la competencia



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# Estrategias en épocas de crisis.

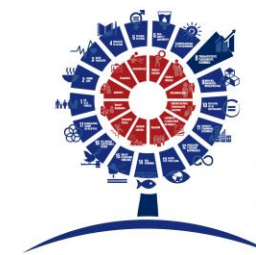
## Llamadas de cortesía

De interés personal

Buenas Tardes Sra. Ángela, le comento que estamos con una nueva implantación en nuestra base de datos y nos gustaría obtener su fecha de cumpleaños, es posible?

Como esta señora Angela, me gustaría compartir con usted que hoy cumplimos 14 años  
Hola Sra Angela, como le va? Le paso unos TIPS de ventas

De cumpleaños:  
Desde CAST le Deseamos un Feliz Cumpleaños!



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# Técnicas de Venta Virtual

## 1. Aporta valor más allá del precio

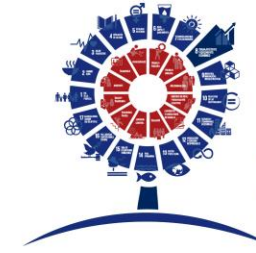
Esta estrategia es fundamental para aumentar ventas online, dadas las reglas del juego en Internet.

En concreto: cuando estamos intentando vender online, los competidores se encuentran a tan sólo un clic de distancia de los usuarios.

En ese sentido, estamos en igualdad de condiciones con la competencia.

¿Por qué nos deberían elegir los usuarios?

Justamente ese es el propósito de esta técnica, lograr que nos elijan



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

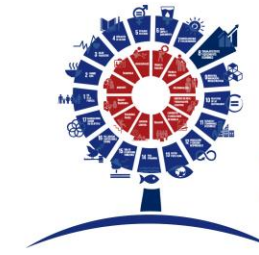
# Técnicas de Venta Virtual

## 2. Interacciones humanas

La combinación de interacciones humanas y digitales es otra técnica. Aunque las ventas ahora son cada vez más digitales, la interacción personal sigue siendo una parte esencial del proceso empresarial.

Es esta interacción con el representante de ventas la que permite construir una relación, desarrollar confianza e identificar nuevas oportunidades.

Encender el video durante la venta, por ejemplo, es una buena manera de mostrar que tienes a una persona real al otro lado de la línea. También te permite observar expresiones faciales y corporales para adaptar al argumento de venta.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial



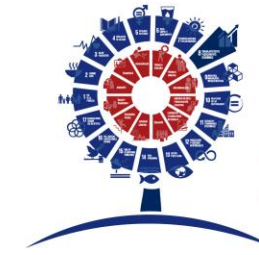
# Técnicas de Venta Virtual

## 2. Interacciones humanas

La combinación de interacciones humanas y digitales es otra técnica. Aunque las ventas ahora son cada vez más digitales, la interacción personal sigue siendo una parte esencial del proceso empresarial.

Es esta interacción con el representante de ventas la que permite construir una relación, desarrollar confianza e identificar nuevas oportunidades.

Encender el video durante la venta, por ejemplo, es una buena manera de mostrar que tienes a una persona real al otro lado de la línea. También te permite observar expresiones faciales y corporales para adaptar al argumento de venta.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

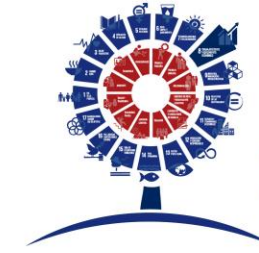
# Técnicas de Venta Virtual

## 2. Social Selling

El Social Selling no es exactamente una novedad, pero gana más relevancia en este contexto de pandemia y post pandemia.

Como su nombre indica, el Social Selling consiste en construir relaciones y vender más, utilizando redes sociales como Instagram y LinkedIn. Con la pandemia, estas plataformas se han convertido en herramientas de prospección y acercamiento aún más valiosas, ya que estas acciones han migrado a lo digital.

Para que el social selling sea correcto, el vendedor debe evitar ser un mensaje más en la bandeja de entrada de los contactos. Es importante construir una reputación en las redes sociales, estar activo en la plataforma y publicar contenido relevante. La construcción de relaciones, y no intentar vender a cualquier precio, también es otra buena práctica.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

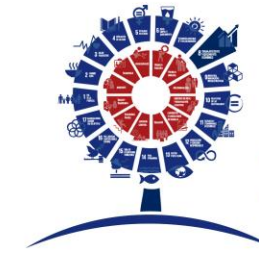
# Técnicas de Venta Virtual

## 3. Transformación digital

Con la pandemia, muchas empresas tuvieron que modernizar sus procesos comerciales, y el área de ventas también se vio afectada. Sin embargo, para que el proceso empresarial se considere digital, no basta con utilizar alguna plataforma digital, como anuncios o redes sociales. Este cambio debe incluir todas las áreas y rutinas de la empresa.

En ventas, los cambios van desde el modelo de captación de clientes hasta la firma de contratos, pasando por el planteamiento y la negociación. Además, también debe incluir el cambio cultural y de procesos.

El profesional de ventas ideal para acompañar la transformación digital en el área comercial es aquel que sabe que ya no tiene el monopolio de la información sobre los productos y servicios que ofrece la empresa. Así, este vendedor actúa de forma consultiva, escuchando y complementando la información que ya tiene el consumidor.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

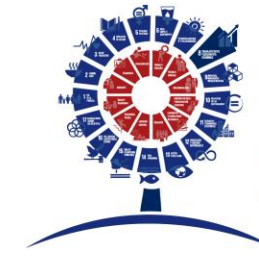
# Técnicas de Venta Virtual

## 3. Transformación digital

Con la pandemia, muchas empresas tuvieron que modernizar sus procesos comerciales, y el área de ventas también se vio afectada. Sin embargo, para que el proceso empresarial se considere digital, no basta con utilizar alguna plataforma digital, como anuncios o redes sociales. Este cambio debe incluir todas las áreas y rutinas de la empresa.

En ventas, los cambios van desde el modelo de captación de clientes hasta la firma de contratos, pasando por el planteamiento y la negociación. Además, también debe incluir el cambio cultural y de procesos.

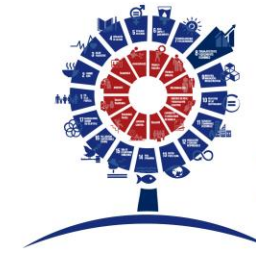
El profesional de ventas ideal para acompañar la transformación digital en el área comercial es aquel que sabe que ya no tiene el monopolio de la información sobre los productos y servicios que ofrece la empresa. Así, este vendedor actúa de forma consultiva, escuchando y complementando la información que ya tiene el consumidor.



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# Técnicas de Venta Virtual

1. Aporta valor más allá del precio
2. Aprovecha los canales de venta online efectivos
3. Crea una tienda online
4. Fideliza a tus clientes
5. Respeta los plazos de entrega



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

# ANEXO

# Un CRM gratuito para cubrir todas sus necesidades

Bitrix24 es un sistema CRM gratuito líder con usuarios ilimitados, registros ilimitados y sin costos ocultos. Todos los planes son "de pago fijo" sin costos por usuario. Es un CRM simple suficientemente flexible y poderoso para automatizar los embudos de ventas, generar prospectos y mejorar el servicio al cliente. Con más de 8 millones de clientes, Bitrix24 ocupa actualmente el puesto número 1 en CRM gratuito



# Google CRM Gratuito

Bitrix24 es el CRM número uno para Google y Gmail usado por más de 7 millones de empresas

REGISTRARSE







# Mesa de ayuda como nunca la has visto

[¡Solicita una Demo!](#)



# Algunos servicios que podrás encontrar acá son:

## Gestión de tickets de atención

Puedes convertir todas las conversaciones que tienes con clientes hacia tickets de atención, y así puedes priorizar, categorizar y asignarlos a las personas adecuadas en tu compañía.

1

### Portal de Soporte:

Medio por el cual los clientes ingresan los requerimientos de soporte que posteriormente llegan a un portal interno.

2

### Chat:

Conversación con ejecutivos de soporte que luego puede transcribirse como un ticket de soporte nuevo, o añadirse a un ticket existente.

3

Referencias:

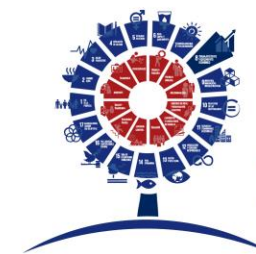


*El CRM de Whatsapp número 1*

# HAGA DE WHATSAPP SU NUEVA ARMA DE VENTAS

Transforme WhatsApp en un poderoso canal para obtener ingresos. Vea las conversaciones con los clientes potenciales como un embudo de ventas visual, realice un seguimiento de las relaciones comerciales de una etapa a otra y agilice las comunicaciones con herramientas de automatización como los Ventabots.

**PRUÉBALO GRATIS**



**Mi PyME Cumple**  
Centro de apoyo y promoción  
a la formalización empresarial

**“NO SE VENDE, LO QUE NO SE OFRECE”**  
JULIA BEJARES



# Contacto

0981 455 341



juliabejares@gmail.com



@juliabejaresconsultoradeventas



Julia Béjares Consultora de ventas



Julia Béjares

