

El Impacto de la Transformación Digital en las Ventas.

Retos y Oportunidades.



THAMARA ALEJANDRA

TACOA.

CEO de Gente Competitiva
Internacional. 🔍

www.gentecompetitiva.com

Speaker Internacional.

Máster +57 3106930636



El Momento de la Verdad, el Momento 0.

Los Clientes en la era digital hacen lo suyo. Se acercan a comprar cuando ya han hecho más del 70% de la Investigación previa a la compra. Conocen bien lo que desean y el cómo.

El Rol protagónico del Vendedor ha cambiado. Entonces, como estar en ese momento de la Verdad?.

Paradigmas y Retos. (2020 - 2021).

- 1.- Pretender Vender algo sin identificar y conocer al cliente primero.
- 2.- Pretender Vender algo sin saber cuáles son las Plataformas Digitales preferidas por nuestro cliente Potencial.

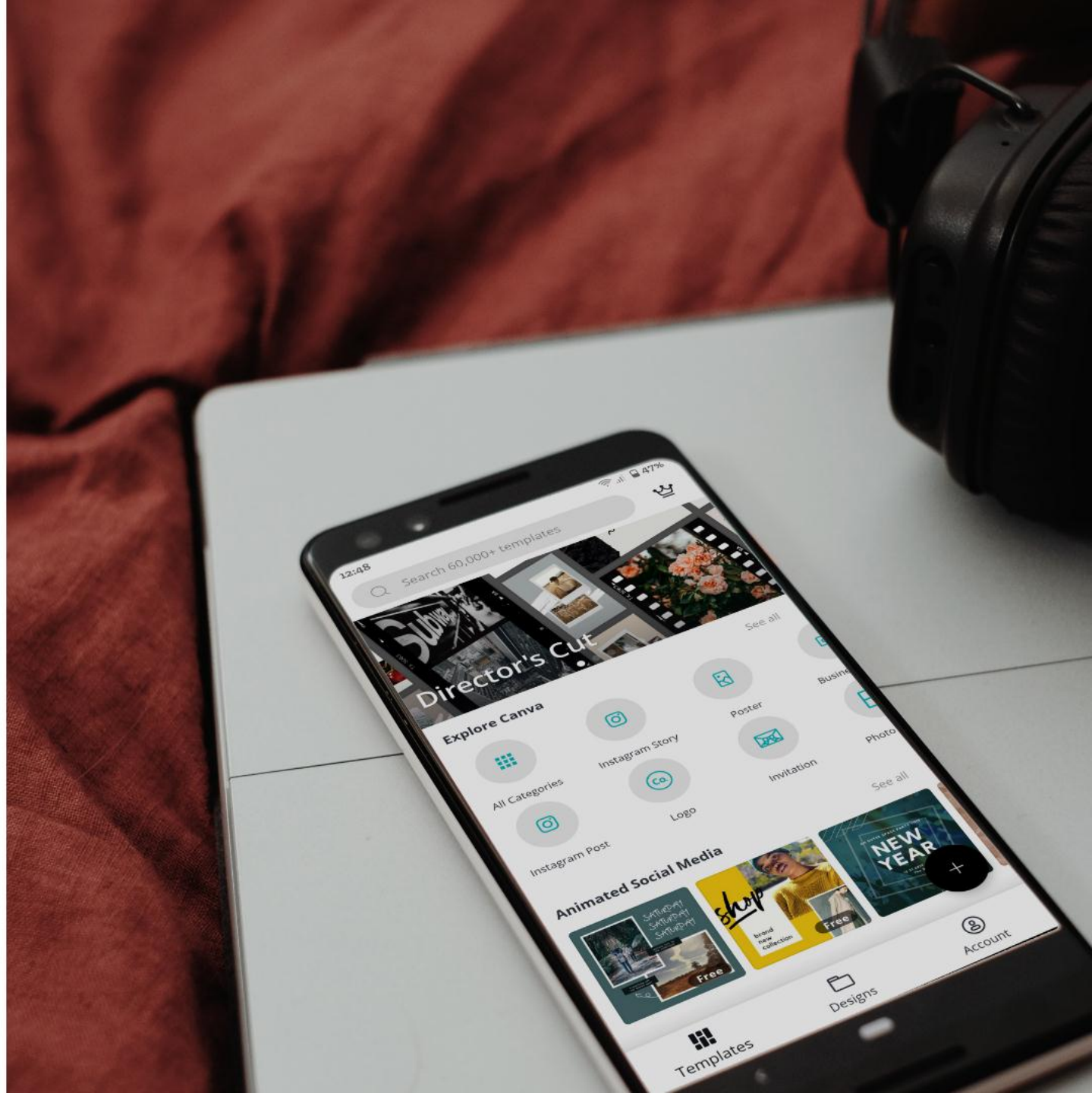


Paradigmas y Retos. (2020 - 2021).

3.- Pretender cerrar una Negociación sin que el cliente nos conozca.

4.- El Cliente Cambió y hay que conocerle de nuevo. Si queremos aumentar las Ventas, y disminuir la incertidumbre.

5.- Pretender Automatizar todo el proceso de la Venta, sacrificando la conexión humana.



Los Negocios
y el Internet
No son un
Mundo
Aparte.



Por qué hablar de Negocios en el Internet?

Es la forma más efectiva y rentable de Conectar.



Se PUEDE
Vender.

La
publicidad
PUEDE
ser
efectiva.

Hay una
Audiencia
Potencial.
|
Mercado.

¿ Y qué Medios utilizar en Internet según su Objetivo de Negocios?

**Sitio
WEB**

Apps

Creando Contenidos de Valor.

- 1.- Mantener identidad Digital.
- 2.- Proveer información de productos que impulsen decisión de compra.
- 3.- Cerrar Transacciones.

**Banners,
Correos-e
Adwords
Redes Sociales
Whatsapp**

Anunciándose.

- 1.- Incrementar conocimiento de Marca.
- 2.- Buscar respuestas directas..
- 3.- Conseguir nuevos clientes.

**Blogs, Redes
Sociales, Vídeos,
Microblogging,
Podcast, WhatsApp.**

Socializando.

- 1.- Reforzar Posicionamiento.
- 2.- Fidelizar Clientes.
- 3.- Conocer a los Clientes.

Ésos Medios no son Excluyentes y se Relacionan.



Las Ventas Digitales.



Son un Proceso donde interviene Herramientas, canales y estrategias Digitales, a fin de Posicionar una Marca, Producto o Servicio con el fin de atraer al Cliente Potencial o Buyer Cliente. Para luego hacer la Conversión de Ventas.

El cual podemos llamar Social Selling.

Es un complemento en el proceso de la Venta Profesional. Donde el objetivo siempre será el mismo.



IDENTIFICA TU BUYER CLIENTE.

Para el 2022 más del 93% de los datos en el Mundo Digital serán No Estructurados.

FUENTE: ÍNDICES - IBM BOX

CREA UN BLOG DE CONTENIDO DE ALTO VALOR.

Se trata de aportar información útil, funcional y con propósito para tú BUYER cliente. Brinda posibles soluciones a sus problemas.





GESTION DE REDES SOCIALES.

La Misión es generar tráfico, atraer y seducir. Aplicando Estrategias y técnicas Digitales. Es una forma eficiente de generar leads y ventas On Líne.

CONVERSIÓN EN VENTAS.

Pivotar para generar
efectividad.



CIERRE DE LA VENTA.

Debes tener las competencias, habilidades y destrezas para refutar las posibles objeciones y desarrollar una preparación de Argumentos.



Customer Experience Management

Evaluar no sólo la Satisfacción del cliente es suficiente. Del mismo modo conocer su Experiencia.





SECTORES EMERGENTES.

Hallazgos y Retos. (América Latina.)

1. - MÁS DEL 50% DE LOS CONSUMIDORES AFIRMAN GESTIONAR PREFERENCIAS DE COMPRA HACIA: SALUD, BIENESTAR, ALIMENTOS Y ALQUILERES.

2.- MAS DEL 60% SE CONFIESAN SUSPENDER O DISMINUIR LAS REUNIONES SOCIALES. A EXCEPCIÓN DE SUS ALLEGADOS, CINES, TEATROS O TIENDAS POR DEPARTAMENTO.

3.- MÁS DEL 47% DEL CONSUMIDOR BUSCA Y PREFIERE PROMOCIONES Y DESCUENTOS. EN UN 34% PREFIEREN ELEGIR AQUELLAS MARCAS MÁS ECONÓMICAS DEL MERCADO. AL MISMO TIEMPO QUE SEAN MÁS ÚTILES EN SU PROCESO DE CONFINAMIENTO Y TRABAJO REMOTO. EJEMPLO: (TELEMEDICINA, ENTRETENIMIENTO VIRTUAL, EDUCACIÓN ON LÍNE Y DOMICILIOS)



SECTORES EMERGENTES.

Hallazgos y Retos. (América Latina)

4.- MÁS DEL 62% DE LOS CLIENTES DICEN QUE LES COMPRARÁN A LAS "MARCAS CON PROPÓSITO". QUE ELLOS SIENTAN QUE ESTÁN HACIENDO UN BIEN A LA SOCIEDAD. LLAMADAS TAMBIÉN INCLUSIVAS.

5.-SE PRONOSTICA QUE MAS DEL 93 % DEL ANÁLISIS DE LOS DATOS PARA CONOCER NUEVAMENTE AL CLIENTE, SE HARÁ O YA SÉ ESTÁ HACIENDO A TRAVÉS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL. (WATSON IBM). DE HECHO YA EXISTEN ALGUNOS ARQUETIPOS.

FUENTE: EY COLOMBIA, TENDENCIAS DIGITALES E ÍNDICES COGNISIGHT.

A close-up photograph of a woman with voluminous, curly brown hair. She is laughing heartily, with her eyes closed and her mouth wide open, showing her teeth. She has a nose ring and is wearing a dark-colored tank top. Her right hand is raised towards her neck, with her index and middle fingers pointing upwards. The background is a soft, out-of-focus mix of warm tones, possibly a wall or a backdrop.

**ENTIENDA A SUS
CLIENTES CÓMO
PERSONAS, NO SOLO
CÓMO
TRANSACCIONES.**

Santiago Martinez .



THAMARA ALEJANDRA

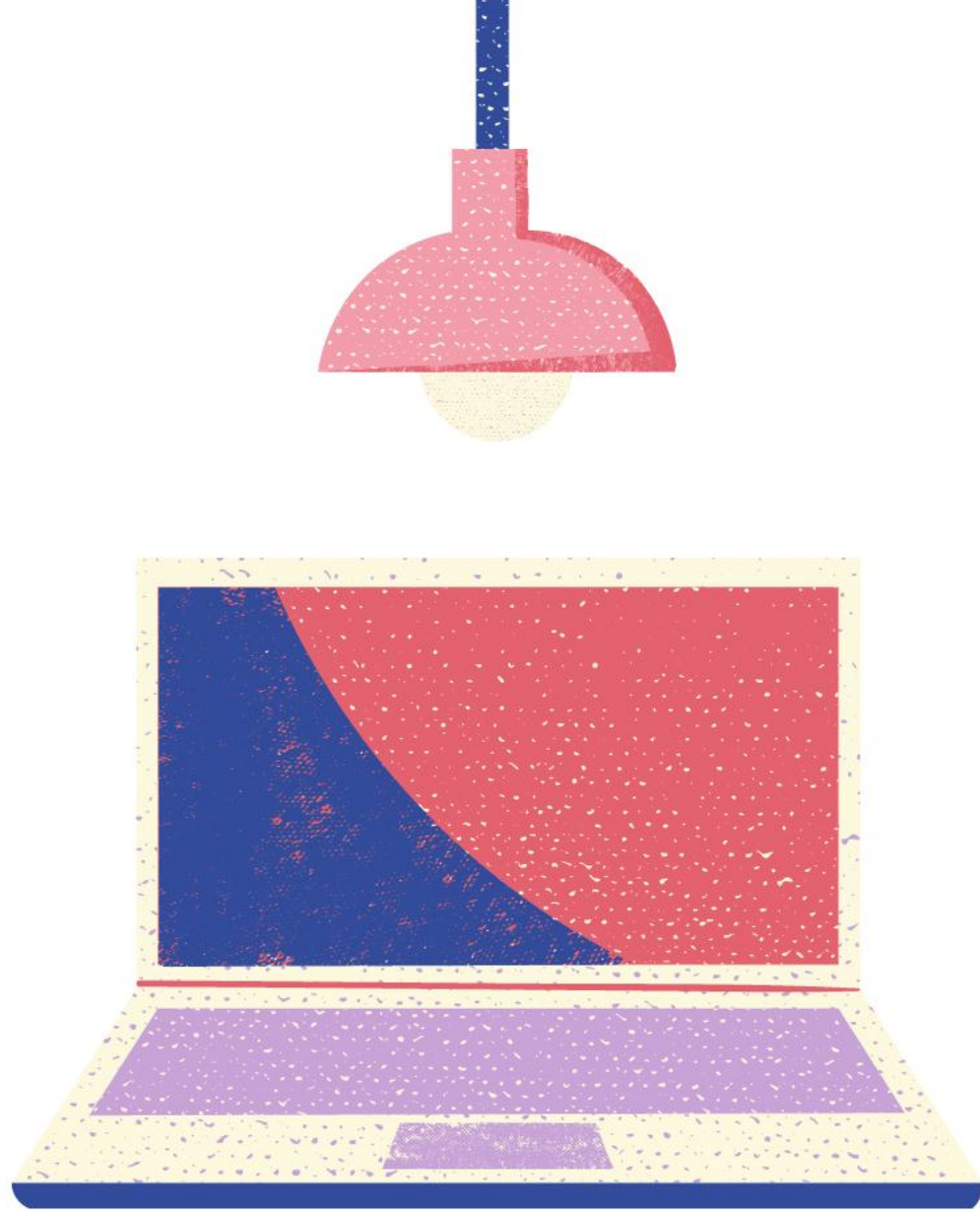
TACOA.

CEO de Gente Competitiva
Internacional. 🔍

www.gentecompetitiva.com

Speaker Internacional.

Máster +57 3106930636



El Impacto de la Transformación Digital en las Ventas.

Retos y Oportunidades.