

## ESTRATEGIAS DE VENTA

Las estrategias de venta se basan en implementar un plan operativo en función de los resultados que el negocio desea obtener en el área comercial.

Una estrategia de ventas es un enfoque que le permite a la fuerza de ventas de un negocio posicionar su emprendimiento y sus productos de tal manera que se dirijan a sus clientes objetivo de una manera significativa y diferenciada.

### 1. Estrategia de ventas con demostraciones

Siempre que sea posible lleva a cabo demostraciones. En definitiva, no existe mejor estrategia de ventas que ver un producto eficaz y que funciona.

Trata de resaltar los aspectos de tu producto o servicio que cumplen con las expectativas de tus prospectos y estarás mucho más cerca de cerrar una venta. Para llevar a cabo demostraciones que le sean útiles a tu estrategia comercial debes, en primer lugar, analizar quiénes son tus clientes potenciales para evitar dar productos en vano. Así mejorarás las opciones de cerrar el mayor número de ventas.

#### Ejemplo

Algunos ejemplos de demostraciones de producto eficaces son:

- Demos
- Muestras gratuitas
- Prueba temporal

Por ejemplo, en HubSpot puedes probar herramientas de Marketing Hub al alcance de un formulario:

The image shows a HubSpot demo request form. On the left, there is a dark blue sidebar with the title "Solicita una demostración gratuita de Marketing Hub". Below the title, there is a paragraph of text describing the software. Further down, there are two columns of "Características populares" (Popular features) with red circular icons: "Atraer" (Attract) and "Convertir" (Convert). The "Atraer" column lists "Redes sociales", "SEO", "Blog", and "Anuncios". The "Convertir" column lists "Páginas de destino", "Automatización", "Correo electrónico", and "Formularios". Below these columns, there is a section for "Informes y personalización" (Reports and personalization) with a red circular icon and the text "Informes de atribución".

On the right, there is a white form with the following fields:

- Nombre \* (Name)
- Apellido \* (Last name)
- Email \*
- Teléfono \* (Phone)
- Nombre empresa \* (Company name)
- Sitio web \* (Website)
- ¿Cuántas personas trabajan? \* (How many people work?) - Elige una opción - (Choose an option)

Below the form, there is a privacy notice: "Tu privacidad es importante para nosotros. HubSpot utiliza la información que proporcionas para ponerse en contacto contigo en relación con contenido, productos y servicios relevantes para ti. Puedes darte de baja para dejar de recibir este tipo de comunicaciones en cualquier momento. Si deseas obtener más información sobre la protección de tus datos en HubSpot, consulta nuestra [Política de Privacidad](#)." Below the privacy notice is a red button labeled "Programar una demostración".

## 2. Estrategia de ventas con programas de fidelidad

Esta es una de las mejores estrategias de ventas cuando se desea conservar clientes recurrentes, a la vez que se quiere llamar la atención de otros clientes potenciales y reforzar la fidelidad. El objetivo es darle sentido de pertenencia a un grupo exclusivo, además de brindarles beneficios de ofertas o promociones.

Podemos ver esta estrategia en muchos tipos de empresas. Por ejemplo, los centros deportivos como gimnasios o clubes deportivos, que están localizados en zonas de alta competencia. Cuando los clientes cumplen cierto tiempo de preferir su servicio, obtienen beneficios de descuento o cortesías gratis. Esta es una muy buena estrategia que puede ser aplicada casi en cualquier negocio para mantener la preferencia de los clientes e incluso conseguir otros nuevos.

### Ejemplo

En Skyteam llevan las posibilidades de fidelidad al máximo, al crear redes de aerolíneas con beneficiarios.



## 3. Estrategia de ventas inbound

Inbound sales es una metodología de ventas personalizada. Un vendedor inbound se enfoca en los puntos de dolor (o «pain points») de sus prospectos y actúa como consultor de confianza, adaptando su proceso de venta al ciclo de compra del consumidor. ¿Por qué funciona esta estrategia? Porque brinda una experiencia centrada en el cliente y sus necesidades.

Inbound no es solo una forma de vender, sino una metodología completa que puede aplicarse a cualquier tipo de negocio, ya sea tradicional o disruptivo.

Consiste en tres etapas:

**Atraer:** provoca que tu público ideal conozca tu empresa por medio de contenidos adecuados a sus intereses. Además, crea formas de comunicación fáciles con las que se relaciona desde el primer momento.

**Interactuar:** es tu oportunidad para conocer y centrarte en la necesidad de cada persona interesada, donde le ofreces soluciones relevantes y personalizadas.

**Deleitar:** una vez que das la solución específica, conseguirás que el cliente satisfecho se fidelice y se convierta en un embajador de la marca.

## Ejemplo

Un caso destacado es Viessman, compañía que logró 900 % de aumento de tráfico en su blog y 200 % más oportunidades de venta. Es uno de muchos ejemplos donde una estrategia inbound fue la diferencia, en distintos sectores y mercados.

En su blog, donde tienen 5 categorías, comparten artículos acerca de cómo elegir un producto, cómo realizar reparaciones y dan consejos prácticos de ahorro. Son temas que a sus clientes potenciales les interesan y los atraen a la compañía exitosamente.



Ahorrar energía   Purgar los radiadores   **Equilibrado hidráulico**   Contrato de mantenimiento   Averías | >   > Solicitar asesoramiento gratuito



**Ahorrar energía y reducir costes**  
Con las medidas adecuadas y nuestros consejos profesionales podrá ahorrar energía y reducir los costes de calefacción.  
> **Ahorre con nuestros consejos profesionales**



**Purgar los radiadores correctamente**  
Le explicaremos cómo puede purgar los radiadores de forma rápida y sencilla y reducir así sus costes de calefacción.  
> **Purgar los radiadores**



**Equilibrado hidráulico del sistema de calefacción**  
El equilibrado hidráulico de la calefacción puede aumentar la eficiencia energética de su sistema de calefacción hasta en un 15 por ciento.  
> **Equilibrado hidráulico**

## 4. Estrategia de ventas Cruzada

Esta estrategia también se conoce como « cross-selling ». Se aplica incentivando la venta de un producto complementario, asociándolo con un producto principal. De ahí su nombre, ya que ofrece un producto o servicio como complemento al que se está adquiriendo.

## Ejemplo

Tal vez lo has notado en Amazon, donde siempre encontrarás promociones complementarias bajo el título «Los clientes que adquirieron esto, también prefieren aquello» o «Completa tu compra con este artículo».

Poner a la vista objetos complementarios aumenta las posibilidades de compra de forma adicional al producto de mayor importancia.

### ¿Qué otros productos compran los clientes tras ver este producto?



Samsung LC24F390FHLXZX - Monitor Curvo, Negro (Black High Glossy), 23.5"

★★★★☆ 656

\$2,699.00 ✓prime



Acer C24-865-ACISNT Aspire AIO - computadora de sobremesa (Intel Core de 8 Generaciones, i5

★★★★☆ 17

\$16,185.09 ✓prime

## 5. Estrategia de venta adicional o up-selling

Consiste en ofrecer al cliente, en el momento de la compra, un producto o servicio de mayor valor que el que tenía previsto adquirir, adaptándolo a las necesidades del cliente y con mejores características.

En esta estrategia, se ofrecen productos o servicios de gama más alta que la primera opción, que aporte otras características y mejore las expectativas del comprador. Aunque no necesariamente ofrezcas un descuento, será una compra difícil de resistir.

El objetivo es mostrar al cliente que tiene más opciones y que, aunque tendrá que pagar más, tendrá un producto de mayor calidad. Aunque son artículos destinados a un mismo fin, tienen características diferentes. Eso sí: los precios oscilan en un rango bien definido al estar ajustados a cierto mercado.

### Ejemplo

Mira este ejemplo de Amazon, donde te ofrecen un producto con más funciones y a un precio más alto:

Este artículo	PC Gamer Hardcore Quad Core 8GB RAM 1TB Radeon 8GB Negro	Acer C24-865-AC15NT Aspire AIO - computadora de sobremesa (Intel Core de 8 Generaciones, i5 8250U, 12 GB DDR4, 1 TB HDD, Windows 10 Home, 23,8" Full HD, Color Plateado)
	<a href="#">Agregar al carrito</a>	<a href="#">Agregar al carrito</a>
Calificación del cliente	★★★★★ (24)	★★★★☆ (17)
Precio	\$8,595.00	\$16,185.09
Envío	Envío GRATUITO	Envío GRATUITO

## 6. Estrategias de ventas con eventos

Los eventos son una gran atracción de audiencias totalmente interesadas en lo que están participando, así que son una estrategia de ventas que ayuda a educar a la audiencia y elevar su satisfacción al darle la información que necesitan.

### Ejemplos

- Webinars
- Congresos online
- Ferias
- Conferencias

WEBINARIO Fecha: 25/11 Hora: 17 hs ARG Transmisión por: ZOOM

**CÓMO APROVECHAR UNA CRISIS: NEGOCIOS DIGITALES EN LA ECONOMÍA POST COVID**

Dirigido a personas que sean o aspiren a ser emprendedores o profesionales independientes

Inscripción Obligatoria en: <https://bit.ly/DigitalPostCovid> A CARGO DE EDUARDO REMOLINS

ORGANIZAN: Somos Innovación, BASES, FCR