



ESTRATEGIA DE VENTAS Y SERVICIO AL CLIENTE

ESTRATEGIA: **DEMOSTRACIONES**

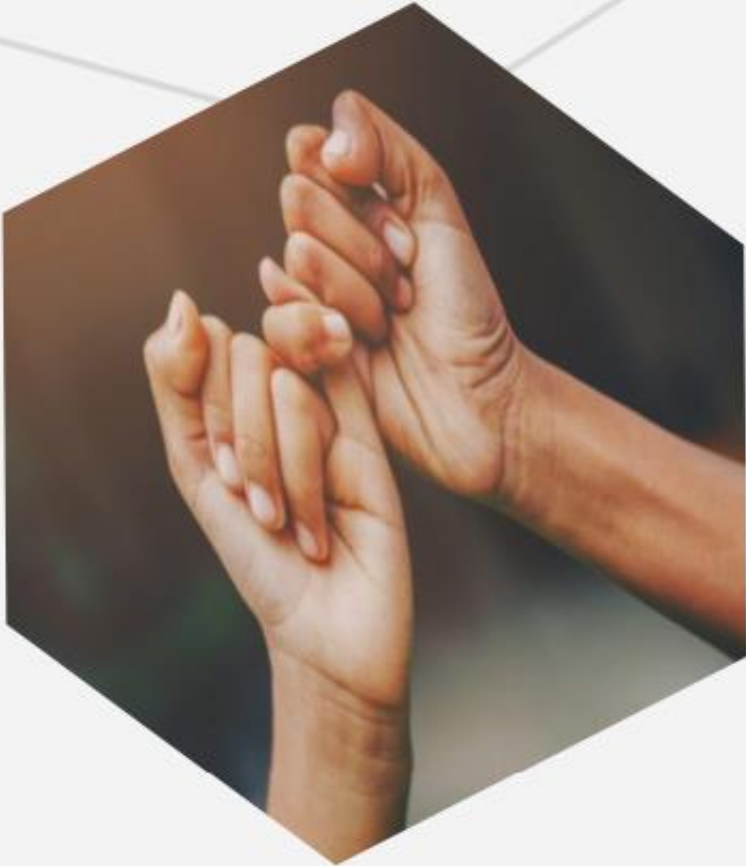


En definitiva, no existe mejor estrategia de ventas que ver un producto eficaz y que funciona. Trate de resaltar los aspectos de su producto o servicio que cumplen con las expectativas de sus prospectos.

Para sacar el máximo de provecho a esta estrategia, en primer lugar, hay que analizar quiénes son los clientes potenciales para evitar dar productos en vano.

Ejemplos: Demos, muestras gratuitas, pruebas temporales

ESTRATEGIA: PROGRAMAS DE FIDELIDAD



Cuando los clientes cumplen cierto tiempo de preferir su servicio, y se les entrega 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.

Ejemplos: puntos, millas, descuentos o promoción de cliente frecuente.

ESTRATEGIA: INBOUND



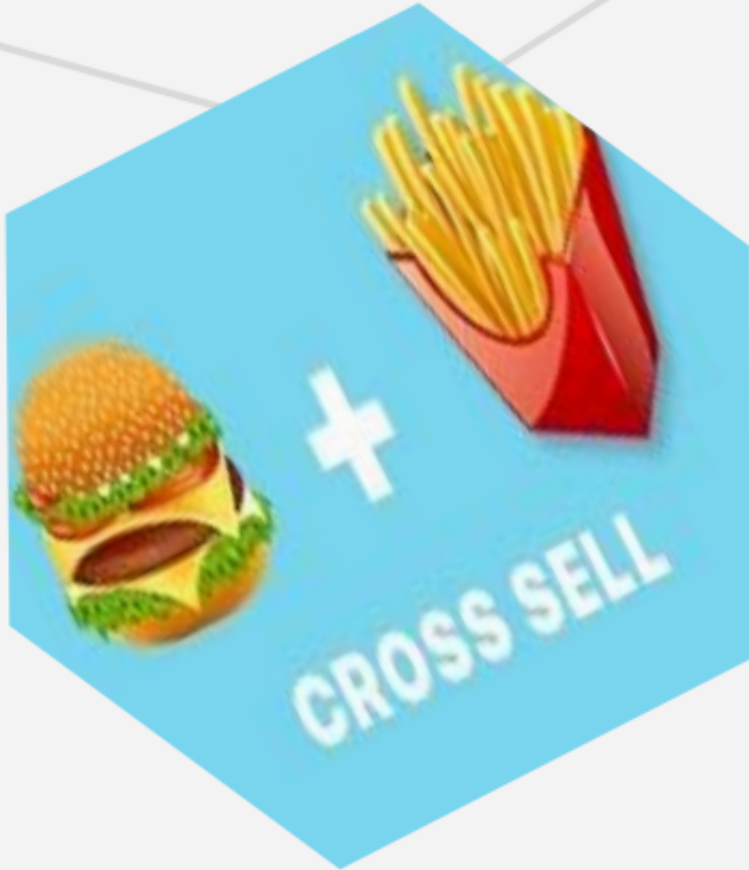
Inbound sales es una metodología de ventas personalizada. Un vendedor inbound se enfoca en los puntos de “dolor” (necesidades, expectativas) de sus prospectos y actúa como consultor de confianza, adaptando su proceso de venta al ciclo de compra del consumidor. Brinda una experiencia centrada en el cliente 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

ESTRATEGIA: INBOUND



ESTRATEGIA: VENTA CRUZADA (CROSS SELLING)



Esta estrategia también se conoce como «venta cruzada». 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.

Ejemplos: promociones complementarias bajo el título Los clientes que adquirieron esto, también prefieren aquello. o Completa tu compra con este artículo. Hamburguesa más papás fritas. Corbata más camisas, bolso más cartera.

**ESTRATEGIA:
VENTA ADICIONAL
(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.

Ejemplos: La hamburguesa agrandada, el computador con mejores servicios, el vehículo estándar y full

ESTRATEGIA: VENTA 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,