

WEBINAR

Rediseña tu estrategia de marketing para generar ventas y reconocimiento de marca en tiempos difíciles



Alejandro Ibarra Ojeda
Director General





source: Pexels

A

Tu empresa tiene clientes que realizan recompras

Se reduce el monto de venta pero bajando ciertos costos mantenemos el flujo.

B

Puedes ajustar tus productos o servicios

Con mi base instalada puedo elaborar otros productos o servicios de mayor demanda o más fáciles de vender mientras la crisis pasa

C

Tengo oportunidad de ajustar el canal de venta o comunicación

Los ingresos no son los mismos pero me ayuda a mantener la operación.

D

Mis productos o servicios no son requeridos y es complejo ajustar

No es viable por el tipo de producto, servicio, operación, margen, etc.



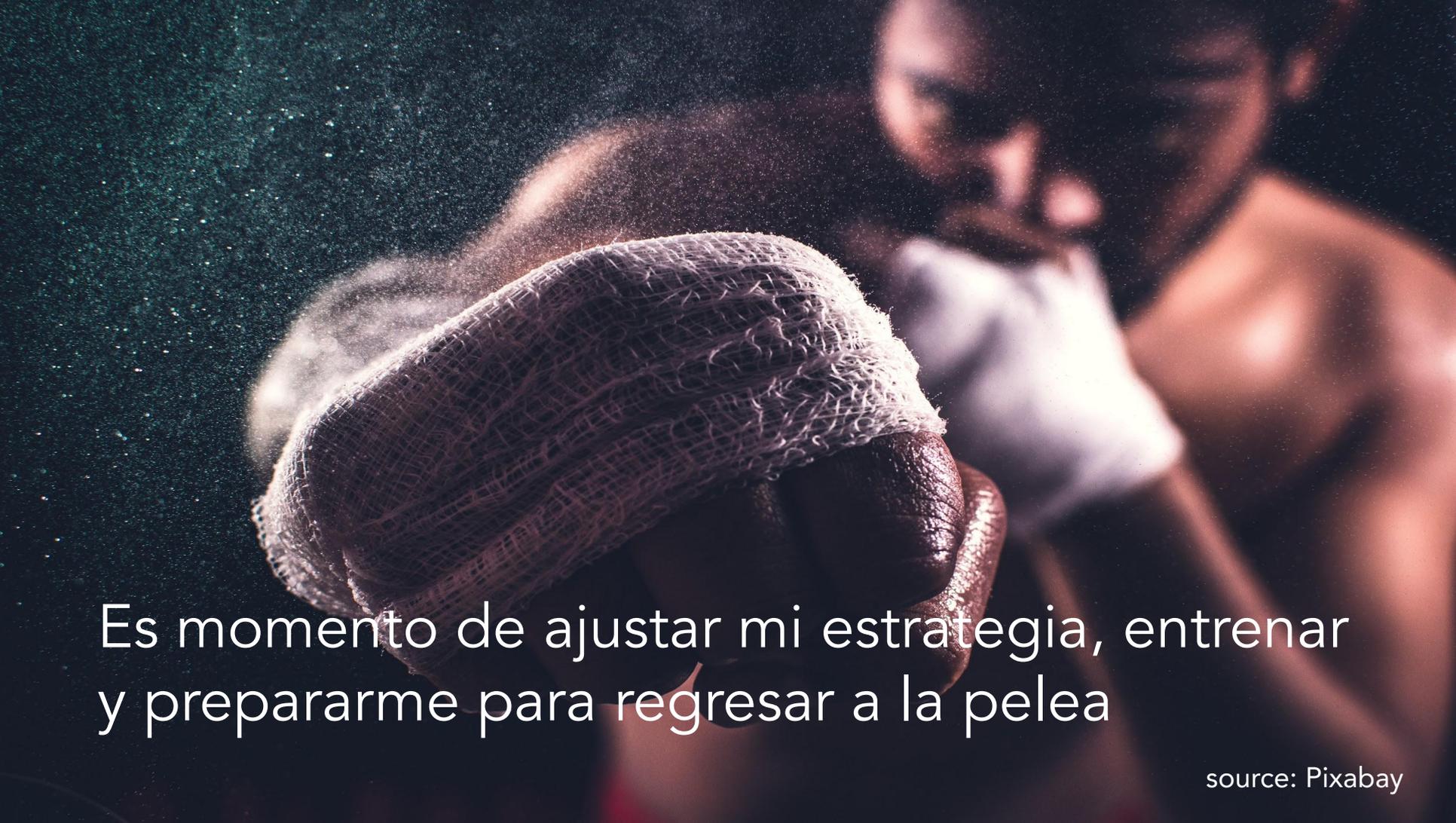
Dolina Małej Łąki
Granic
2h 15'

Przyłog Biały
2h 25'

Ciemniak
przez Krzesanicę
45'

Kopa Kondracka

1000 m



Es momento de ajustar mi estrategia, entrenar
y prepararme para regresar a la pelea

“Una buena idea en las manos adecuadas se convertirá en una excelente implementación”



**Rediseña tu estrategia
de marketing para
generar ventas y
reconocimiento de
marca en tiempos
difíciles**



Agenda

¿Por qué debemos cambiar?

Fase 1.- Preparación

Fase 2.- Crea tu Playbook

Fase 3.- Documentación de
procesos y entrenamiento

Fase 4.-Lanzamiento y ajustes



Problemas críticos de algunas estrategias de marketing

Las áreas de marketing, ventas y servicio al cliente trabajan de forma aislada

- No se trabaja una estrategia para cada tema o situación.
- Los leads que marketing genera no son atendidos por ventas
- Ventas se queja de que los leads que marketing envía no están calificados
- Servicio al cliente se queja de lo que se le prometió al cliente no es exactamente lo que vendemos
- Se ejecutan tácticas
- Los contenidos que produce marketing no están dentro del proceso de venta
- El cliente potencial vive un proceso muy complicado para recibir la asesoría adecuada

source: Unplash



Nuestra nueva estrategia debe estar integrada por una **serie de pasos** que serán ejecutados por el líder del área, marketing, ventas y servicio al cliente.

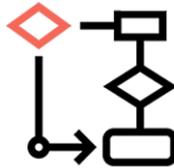
Dichas acciones nos permitirán **conectar de manera más efectiva y escalable** con nuestro **cliente objetivo** para generar **reconocimiento de marca y ventas**.

Fases de tu nueva estrategia

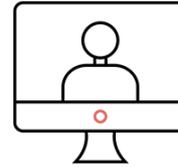
1 - PREPARACIÓN



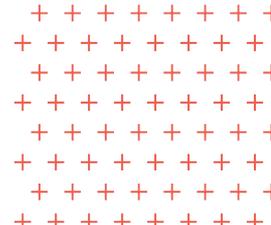
2 - CREA TU PLAYBOOK



3 - PROCESOS Y ENTRENAMIENTO



4 - LANZAMIENTO Y AJUSTES





Fase 1.- Preparación

1.- Selecciona un servicio o producto

2.- Revisa de nuevo cómo es tu cliente ideal

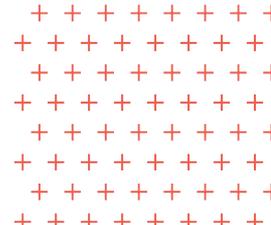
3.- Analiza tu base de datos y define metas

4.- Reduce la fricción en la venta

5.- Ubica a tus jugadores

1 Selección de un producto o servicio

- Tu producto estrella
- El producto que tu equipo conoce más
- Donde tienes mayor cobertura
- Donde tienes más personal de ventas



2

Revisa de nuevo cómo es tu cliente ideal

1.- Documenta las características de tus mejores clientes

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3
Nombre de la empresa			
Zona geográfica			
A qué se dedica			
Tamaño de empresa			
Producto / aplicación / pain points / beneficios que buscaban			
Monto de propuesta / Venta			
Personas que participan en la decisión de compra			

2

Revisa de nuevo cómo es tu cliente ideal

2.- Principales verticales y buyer personas		
Vertical / segmento	Compradores o buyer personas	Comentarios
Vertical 1		
Vertical 2		
Vertical 3		
Vertical 4		
Vertical 5		

2

Revisa de nuevo cómo es tu cliente ideal

3.- Describe tu buyer persona

¿Quién es?

Nombre ficticio			
Puesto			
Empresa donde trabaja			
Problemas o retos que enfrenta en su trabajo			
Preguntas que hace a tus vendedores o que se plantea			
3 beneficios principales que genera tu producto			
3 Principales objeciones para adquirir tu servicio y como las contestas			

3

Analiza tu base de datos y define metas

Listado de cuentas que aplican a este producto o servicio

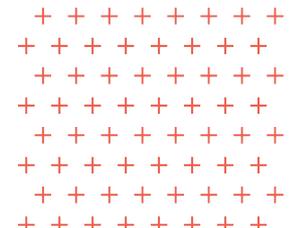
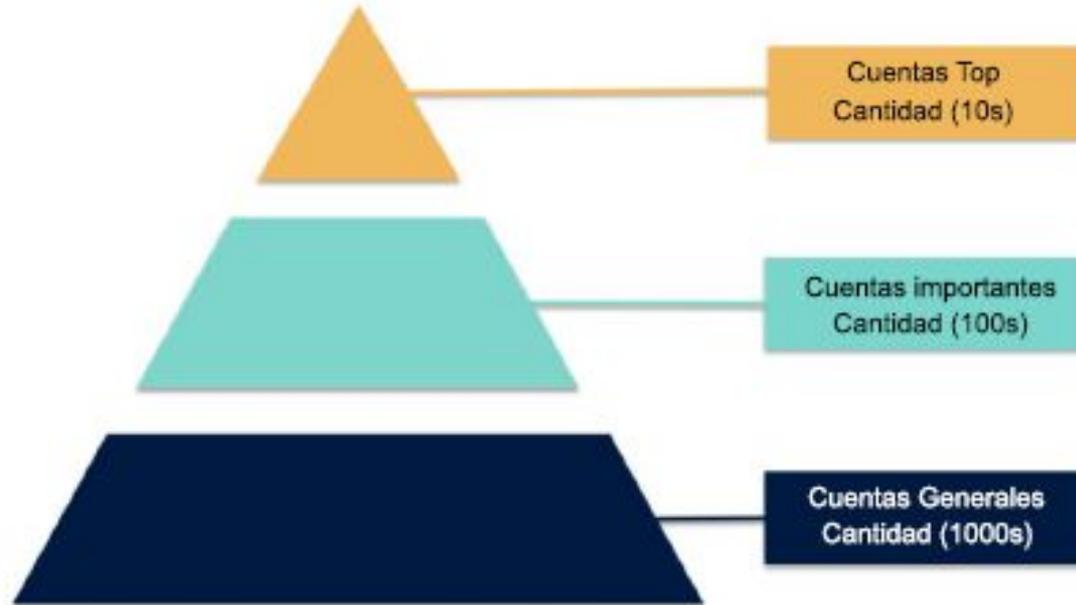
- ¿Cuáles cuentas están asignadas a tus vendedores de campo?
- ¿Cuentas asignadas a tus vendedores internos?
- Cuentas con potencial que nos compran poco
- Cuentas que no han comprado en cierto tiempo
- Prospectos que alguna vez pidieron información
- Leads que alguna vez tuvieron acercamiento

++++++
++++++
++++++
++++++
++++++
++++++
++++++
++++++

3

Analiza tu base de datos y define metas

Divide tus cuentas en 3 niveles

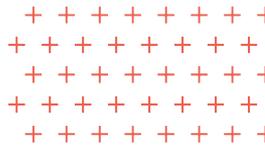


3

Analiza tu base de datos y define metas

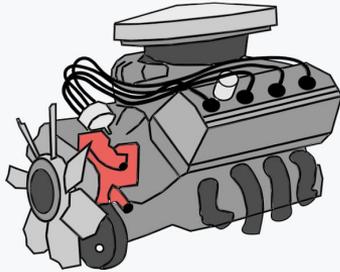
Define tus metas ¿Qué quieres lograr con la campaña?

- a) Conectar con mis 10 cuentas principales de una manera más efectiva. Cada vendedor de campo deberá....
- b) Generar 3 nuevos referidos por cada uno de nuestros cuentas clave
- c) Que 5 cuentas nuevas tipo top conozcan mi marca (Meta de awareness) y pueda conectar con los puestos de Mantenimiento y compras.
- d) Reactivar la conexión con 30 cuentas importantes (nivel 2) que nos conduzcan a generar nuevos pedidos de la línea XYZ. Cada cuenta deberá tener un vendedor de campo asignado y un vendedor interno y ellos deberán..
- e) De acuerdo a nuestra experiencia cerrando un 20% de ventas de leads que vienen de internet de la línea xyz vamos a lanzar un producto más chico que pueda acercarnos a nuevas empresas. Consideramos que nuestro pipeline ...



4

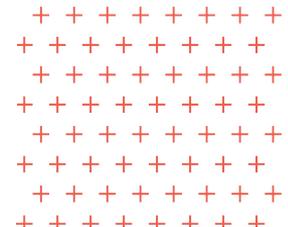
Reduce la fricción en tu proceso de venta



Focus on Applying Force



Focuses on Removing Friction

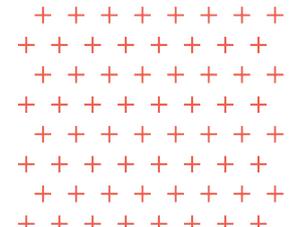


source: Hubspot

4

Reduce la fricción tu proceso de venta

Revisa el proceso que sigue un lead desde que pide información, pasa por la cotización y hasta el cierre y encuentra los puntos de fricción.



4

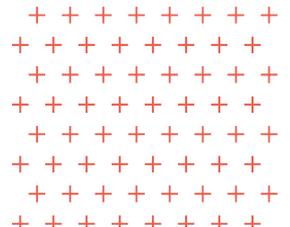
Reduce la fricción en la venta

Cambia tu forma de ver tu funnel de venta

Un **gran** número de personas que conoce sobre su empresa

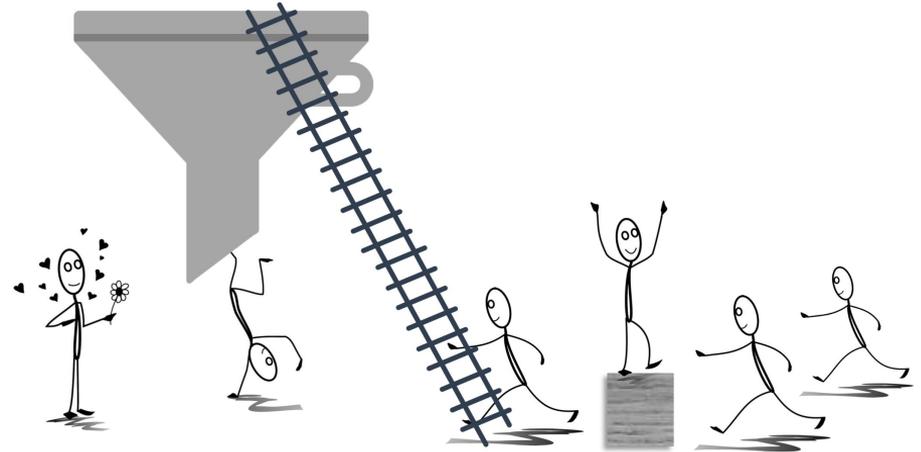
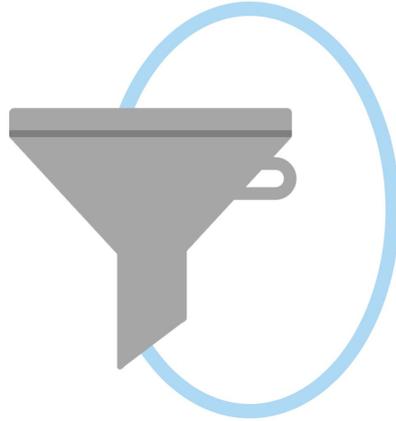
Un **pequeño** número de personas comprometidas con su empresa

un número de personas **aún más pequeño** realmente comprandote

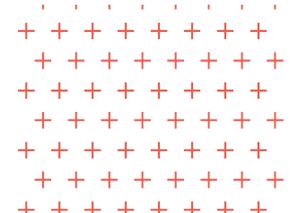


source: Hubspot

4 Reduce la fricción en la venta



source: Hubspot



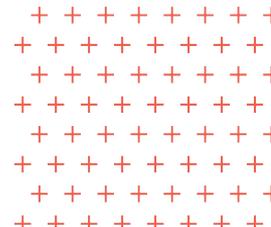
4

Reduce la fricción en la venta

Revisa si puedes crear un servicio más chico que pueda ayudarte a cerrar una venta que te lleve a cerrar una venta más grande cuando el tiempo sea mejor



source: Unplash



4

Reduce la fricción en la venta

Haz un acuerdo entre marketing y ventas

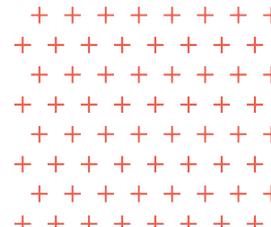
Alinear los dos departamentos te permitirá obtener un mayor porcentaje de ingreso de los leads que vienen de marketing.

209%

source: Hubspot

Marketing & Sales SLA	
Marketing Point of Contact: Name Email	Sales Point of Contact: Name Email
Goals	
Traffic: <i>Traffic Goal</i> Leads: <i>Lead Goal</i> MQLs: <i>MQL Goal</i>	Opps / Demos: <i>Opp / Demo Goal</i> Deals: <i>Deal Goal</i> Revenue: <i>Revenue Goal</i>
Initiatives for [Time Frame]	
In [Time], Marketing will be focusing on... <ul style="list-style-type: none"> Initiative 1 Initiative 2 Initiative 3 	In [Time], Sales will be focusing on... <ul style="list-style-type: none"> Initiative 1 Initiative 2 Initiative 3
Staying Accountable	
If Marketing does not meet its goal, it will... <ul style="list-style-type: none"> Promise #1 Promise #2 	If Sales does not meet its goal, it will... <ul style="list-style-type: none"> Promise #1 Promise #2
Communication Channels	
<ul style="list-style-type: none"> Slack - Utilized for [Purpose]. Updates will be sent by [person] every [frequency]. Email - Utilized for [Purpose]. Updates will be sent by [person] every [frequency]. Meetings - To be held by [person] every [frequency]. 	

source: Hubspot



4

Reduce la fricción en la venta

Alinearse con su comprador

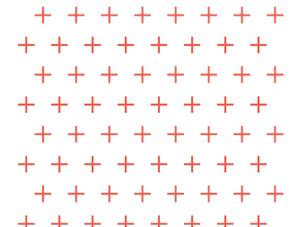
Ventas Tradicionales

- ✓ Disponibilidad de 9 a 5
- ✓ 7 correos para programar cada junta
- ✓ Negociaciones hostiles
- ✓ Compromiso inicial pesado
- ✓ Proceso de ventas rígido

Ventas sin fricción

- ✓ Bajo demanda
- ✓ Proceso simple para agendar juntas
- ✓ Precios y descuentos transparentes
- ✓ Fácil de comprar, fácil de cancelar
- ✓ Proceso impulsado por el comprador

source: Hubspot



4

Reduce la fricción en la venta

Transforma a tu equipo

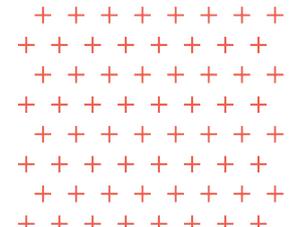
Ventas Tradicionales

- ✓ Desempeño inconsistente
- ✓ Hojas de cálculo
- ✓ Los gerentes solicitan muchos reportes
- ✓ Los representantes nuevos no tienen apoyo
- ✓ Véndeles y olvídate de ellos

Ventas sin fricción

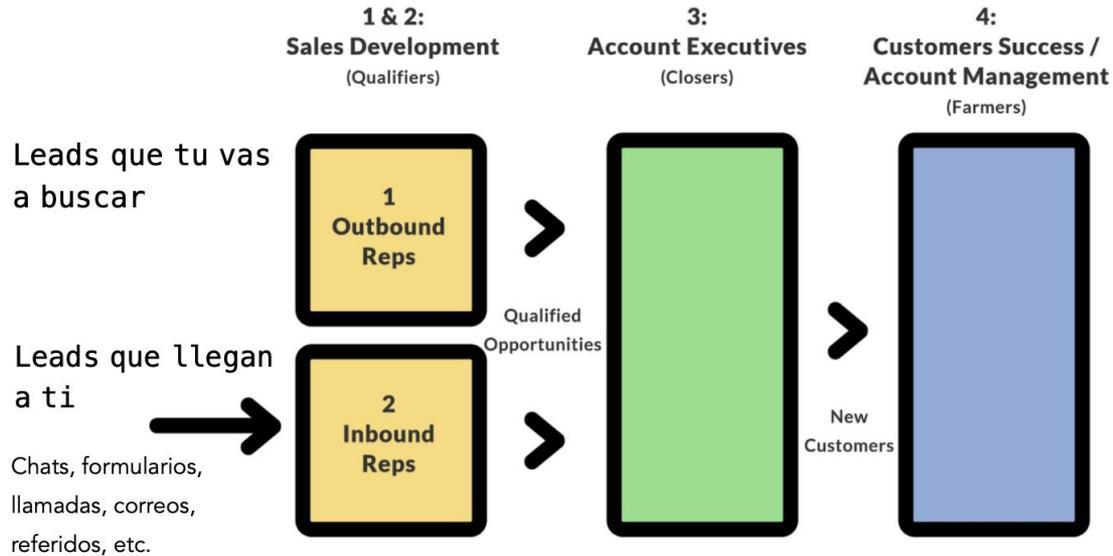
- ✓ Desempeño consistente
- ✓ Datos en tiempo real
- ✓ Los gerentes están enfocados en entrenar
- ✓ Entrenamiento y playbooks
- ✓ Ventas responsables por el éxito del cliente

source: Hubspot

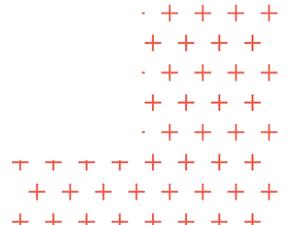


5 Ubica a tus jugadores

Estructura Área Comercial



source: Predictable Prospecting





Fase 2.- Crea tu playbook

1.- Clarifica tu mensaje

2.- Arma tu jugada

3.- Produce tus materiales

1

Clarifica tu mensaje

Explica a cualquier persona lo que haces con un formato
(Problema) (Producto) (Resultado a obtener)

Ejemplo 1.-

Muchas empresas de seguridad privada tienen **dificultades en reclutar personal con el perfil adecuado** y hacer que **permanezcan en su puesto por mucho tiempo**.

Nuestro servicio de **capacitación Premium 2** le ayudará a implementar las metodologías y procesos necesarios para su empresa de seguridad privada.

A lo largo de 5 años hemos reducido la **rotación a un x %** de nuestros clientes lo que ha repercutido en **ahorros de \$ en temas de reclutamiento**.

1

Clarifica tu mensaje

Explica a cualquier persona lo que haces con un formato
(Problema) (Producto) (Resultado a obtener)

Ejemplo 2.-

Muchas empresas de manufactura o de servicios tienen **problemas de calidad, entregas a tiempo y productividad** porque no conocen las mejores prácticas de manufactura y procesos esbeltos.

Te ofrecemos la **certificación Lean Business** para formar a los especialistas de tu empresa enseñándoles las herramientas que las empresas de clase mundial practican, como Toyota, Carrier, John Deere, Prolec GE, etc.,

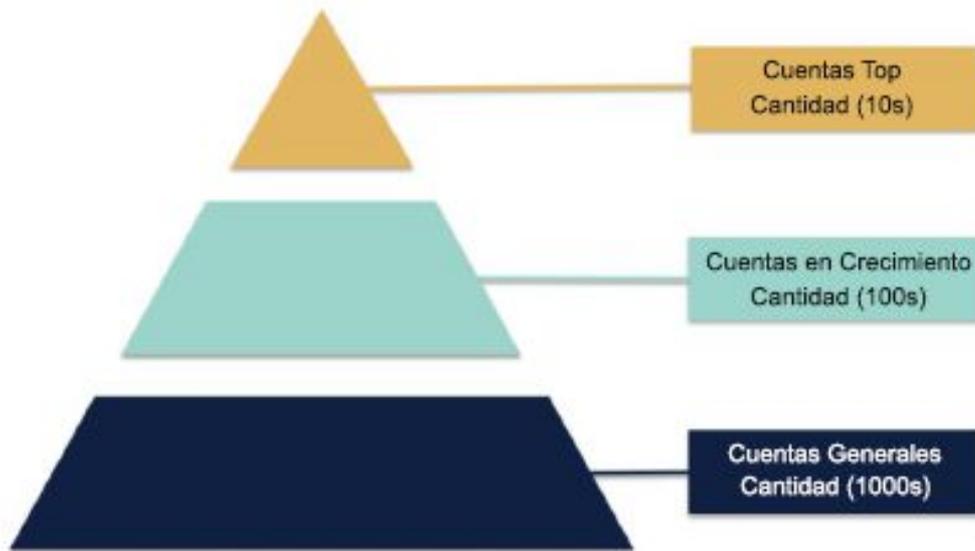
Hemos certificado a más de 180 personas que han logrado que sus empresas **reduzcan los tiempos de entrega en 30%, incrementos en su capacidad del 10%, ahorro de energía del 7%, disminución de inventarios del 40%, ahorros anualizados superiores a \$20 millones.** ¡ El aprendizaje es una ventaja competitiva !

1 Clarifica tu mensaje

- Muestra que tienes un camino claro para llevar a tu cliente al éxito
- Prepárate para verbalizar tus beneficios
- Prepárate para contestar objeciones
- Comparte con todo tu equipo

2

Arma tu jugada



Jugada uno a uno

- Son jugadas personalizadas para cada cuenta
- Intervienen tus líderes de área
- El contenido y conexión es 100% personalizado

Jugada por vertical o buyer persona prioridad

- Debes crear contenidos para cada vertical y comprador
- Están asignadas a un vendedor de campo y un vendedor interno.

Jugada uno a muchos

- Agrupas tus verticales restantes
- El contenido se agrupa por pain point o beneficio
- El área de ventas internas puede atender a estas empresas.

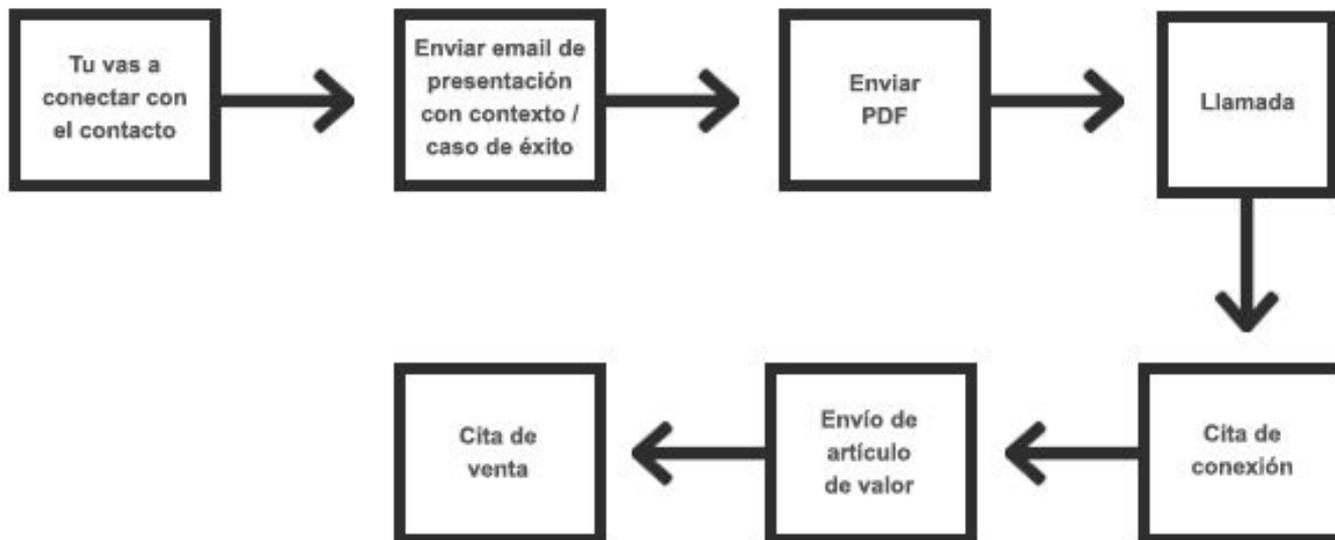
2 Arma tu jugada

Planifica los diversos puntos de contacto que vas a tener con cada tipo de cuenta

	Cuentas Top	Cuentas importantes	Cuentas generales
Llamadas de ejecutivo	si	si	no
Visitas o reuniones virtuales de ejecutivo	si	no	no
Llamadas de ventas internas	no	no	si
Contenido personalizado vía PDF	si	no	no
Contenido personalizado a la vertical	no	si	no
Secuencia de email personalizada	si	si	no
Secuencia genérica	no	no	si
4 Contenidos de blog	si	si	si

3

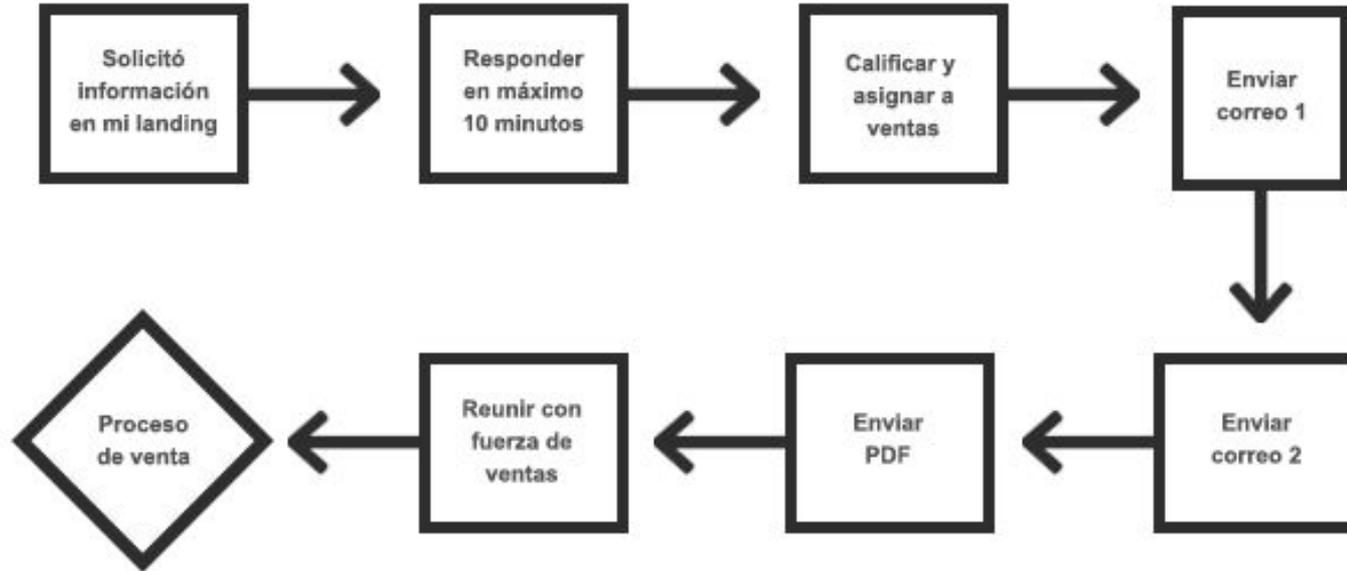
Arma tu jugada y asigna responsables





3

Arma tu jugada y asigna responsables



3

Produce tus materiales

Pon en forma al menos un interior de tu sitio web o crea una landing

ORIUX
 About Us Products News & Events Distributors Blog Support Business Media Contact Us

Products / Cabinets / NEMA

NEMA Cabinets

We have a full line of standard NEMA cabinets available. They feature corrosion-resistant, all-steel construction for long life. All our units are built to your specifications.

[Request information](#)

→ Details

Our enclosures provide a protective, safe environment against rain, sleet, snow, dripping water, corrosion, hose down, splashed water, oil, coolant.

These cabinets are designed to offer unparalleled protection in outdoor applications. They are built to your specifications, with standard panels, flat surfaces, hinged doors, and built-in locking systems. They are built to your specifications, with standard panels, flat surfaces, hinged doors, and built-in locking systems. They are built to your specifications, with standard panels, flat surfaces, hinged doors, and built-in locking systems.

[Request information](#)
[Download Brochure](#)

Dimensions → **Dimensions**

Equipment	Enclosure Type		Dimensions		Door Opening		Full Mounting Pattern	
	H	D	H	D	H	D	H	D
Models	M	MSK	MSK2	MSK3	MSK4	MSK5	MSK6	MSK7
	60"	36"	36"	18 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"
	60"	36"	36"	18 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"
	60"	36"	36"	18 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"
	60"	36"	36"	18 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"
	60"	36"	36"	18 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"
	60"	36"	36"	18 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"
	60"	36"	36"	18 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"
	60"	36"	36"	18 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"	36 1/2"

Note: Other sizes available upon request.

You may also be interested in

- Cabinet Cabinet**
- COB Cabinet**

VINSZA
 Mascarrillas para protección de COVID-19

La protección es la más importante durante esta contingencia.

[SOLICITA SESIÓN](#)

Productos a tu disposición

- Mascarrilla KN95**
 - Alta filtración con excelente ventilación.
 - Alta flexibilidad con excelente ventilación.
- Mascarrilla N95**
 - Respirador desechable grado quirúrgico, realmente e independiente de la bacteria.
 - Fabricado bajo estrictos estándares de seguridad.
 - Filtro e-100.
 - Certificado FDA.

¿Buscas asesoría o una cotización?

Formulario de contacto con campos para Nombre, Apellido, Teléfono, Correo, Dirección, y País. Incluye un botón de 'SOLICITA'.

Principales Marcas

- TELEFON
- Verbal
- BOYTE
- ORION
- BOENSTEIN
- ATC

Menos: 800 444 4444
 Mayor: 800 444 4444
 Servicio al Cliente: 800 444 4444

Reservar Horarios

2 - CREA TU PLAYBOOK

CCM **OT** **ANC**

Estabiliza tus operaciones en época de crisis

Recibe recomendaciones sin costo por parte de nuestros especialistas en una sesión web de 15 min.

[Solicita tu sesión web](#)

¿Sabes cómo responder ante la contingencia?

1. **Define tu plan de contingencia**
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?
2. **Define tu estrategia**
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?
3. **Define tu estructura de contingencia**
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?
4. **Define tu comunicación**
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?
 - ¿Cómo se maneja el flujo de información?

¿Cómo te podemos ayudar?

Desarrollamos planes de contingencia y de respuesta, al momento de la contingencia de nuestra organización.

Agenda una sesión de 15 minutos para recibir sin costo recomendaciones de nuestros especialistas

[Solicita tu sesión web](#)

Conoce a nuestros especialistas

- Rafael Espinoza**
 Director de Operaciones
- Juan Manuel Muñoz**
 Director de Operaciones
- Marcelo Peña**
 Director de Operaciones



3

Produce tus materiales

Crea al menos un PDF donde hables de un problema que tiene tu contacto y haz referencia a tu producto o servicio como una solución



5 Razones

por las cuales la Transformación Lean - Digital podría fallar y como solucionar ese riesgo



AMC²



Falla 2

No se observa un equipo de liderazgo comprometido en la transformación y la aspiración no es suficientemente alta

Como mitigarlo

El **Gerente General** está **completamente comprometido** y está dispuesto a trabajar arduamente para lograr los objetivos del cambio, si se fija la aspiración al máximo potencial los números pueden incrementar 2.3 veces.

Con Programas Ejecutivos, en el AMC² ayudamos a educar e inspirar a los líderes de las empresas acerca de los nuevos métodos de trabajo.

Opinión de nuestros asistentes a nuestros módulos

"La dinámica y práctica en gemba es más comprensible para desarrollo de estas herramientas"

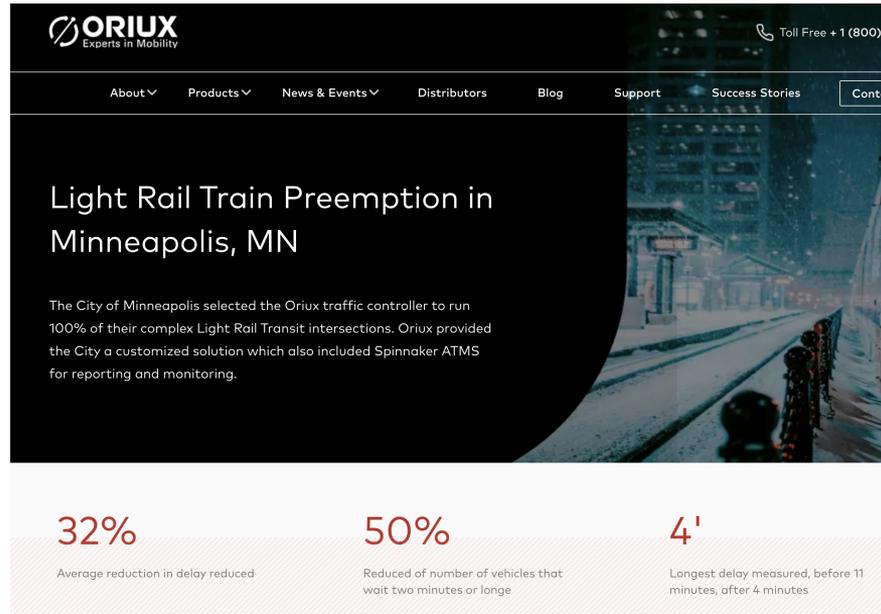
Jesús Juárez Peña
Gerente de Planta Viakable

source: Advanced Manufacturing Capability center (AMC2)

3

Produce tus materiales

Genera al menos un caso de éxito



ORIUX
Experts in Mobility

Toll Free + 1 (800) 24

About Products News & Events Distributors Blog Support Success Stories Contact

Light Rail Train Preemption in Minneapolis, MN

The City of Minneapolis selected the Oriux traffic controller to run 100% of their complex Light Rail Transit intersections. Oriux provided the City a customized solution which also included Spinnaker ATMS for reporting and monitoring.

32% Average reduction in delay reduced	50% Reduced of number of vehicles that wait two minutes or longer	4' Longest delay measured, before 11 minutes, after 4 minutes
--	---	---

Reducing delays from repeated LRT preemptions

The METRO Blue Line, or "Hiawatha Line" was the first light rail train (LRT) system in Minnesota. Opened in 2004, it is 12 miles in length and it connects the regional airport with the Mall of America, Downtown Minneapolis and Target Field. It's been a very successful line in terms of ridership, exceeding projections by 30%.

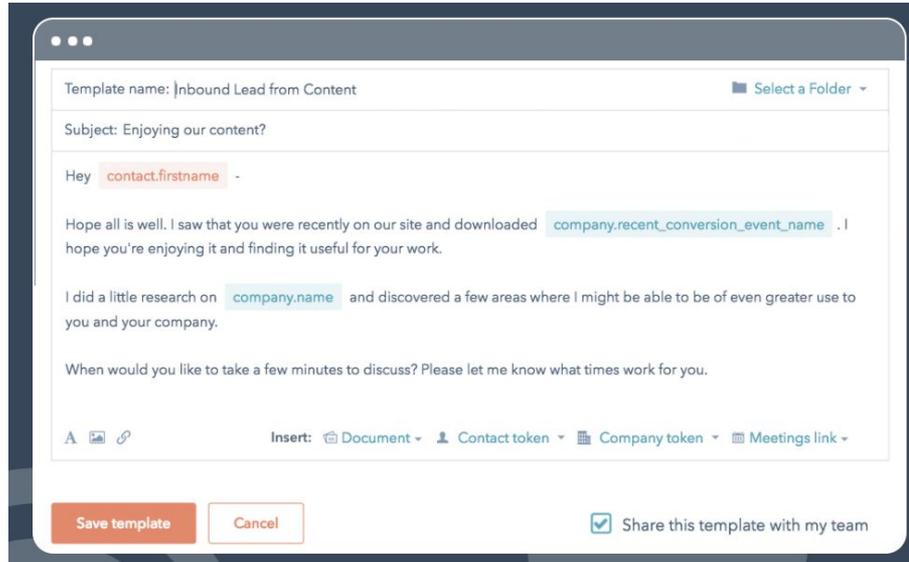
About this case study

Customized solution consisting of more than 40 traffic controllers and ATMS system for Light Rail applications.

[Download this PDF](#)

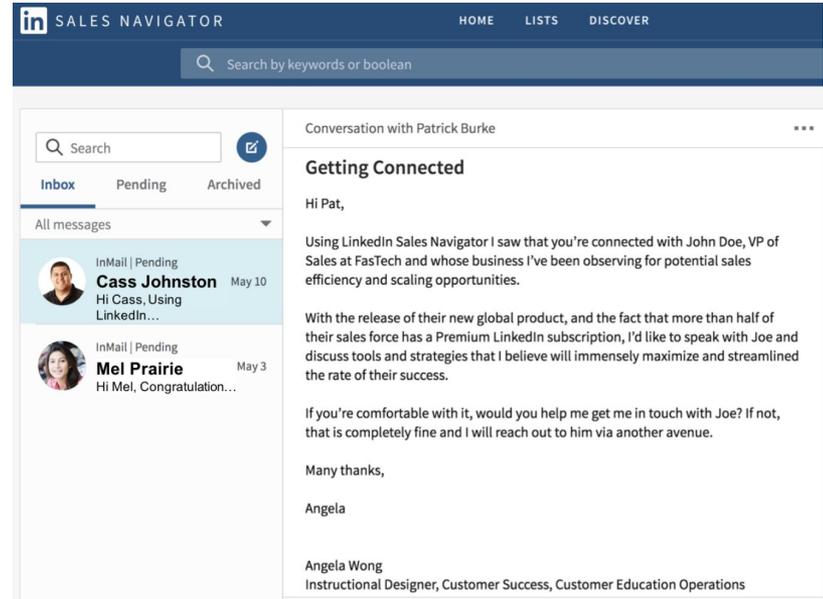
3 Produce tus materiales

Redacta los emails personalizados que vas a utilizar



source: Hubspot

Prepara mensajes de linkedin relevantes



source: LinkedIn

3

Produce tus materiales

Genera algunos artículos o notas para compartir vía email o redes sociales

Características de tus productos o servicios

Gas flow control in tunnel kilns for greater operational efficiency

23 January 2020



Problema - producto

Mitigación de armónicos y corrección del factor de potencia en tus equipos

Mar 20, 2020 10:00:00 AM

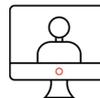
[Tweet](#) [Share](#) [Like 0](#) [Share](#)





Fase 3.- Procesos y entrenamiento

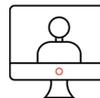
Documenta
tu proceso y
entrena a tu
personal



1 Documenta tu proceso y entrena a tu personal

Prepara en documento que contenga:

- Metas de la estrategia
- Responsables principales
- Cuentas clave por niveles
- Acuerdos entre marketing y ventas
- Periodos de reuniones de revisión
- Habilita a tu equipo y entrenen antes del lanzamiento



1

Documenta tu proceso y entrena a tu personal

#Reglas de operación y manejo de TU EMPRESA

Aplicación de este documento: **PRODUCTO DE APLICACIÓN**

Definiciones

- SDR.- Responsable de generar leads Outbound
- Inbound Rep - Persona responsable de recibir, calificar y asignar a los leads Inbound.
- Lead Manager: Responsable de los MQLs Inbound, Outbound, base de datos del CRM y estrategias de Marketing.
- Vendedor.- Representante comercial que atenderá al cliente en la venta de equipamiento nuevo
- Servicio al cliente
- Líder de ventas

1.- Recepción, manejo y asignación de leads Inbound por parte del Lead Manager (Inbound Rep.)

1.1. Una vez que el lead manager recibe un lead deberá

1. Identificará industria y locación geográfica del cliente
2. Una vez identificado subirá la información de cliente al CRM
3. Asignará al vendedor según industria y locación

Acuerdos entre marketing y ventas

- 5.1 Metas de leads por marca
- 5.2 Tiempo de respuesta de revisión de leads para asignación a ventas.
- 5.3. Tiempo de respuesta de leads por parte de ventas
- 5.4. Porcentaje de Leads a SQLs
- 5.5 Porcentaje de MQLs a SQLS
- 5.6. Temas a tratar y frecuencia de juntas entre marketing y ventas



Fase 4.- Lanzamiento y ajustes





1 Lanzamiento y ajustes

Mide todas las variables posibles para que puedas realizar ajustes periódicos en tus contenidos y estructura de jugadas

- Cuentas alcanzadas
- Contactos generados
- Citas de conexión
- Citas de venta
- Ventas generadas



4 - LANZAMIENTO Y AJUSTES

Seguimiento de Estrategia: Nombre





¿Cómo podemos ayudarte?

Muchas empresas B2B limitan su crecimiento y son vulnerables ante la competencia por no contar con una estrategia de marketing digital alineada a la forma en que operan y venden.

En Consultores Web brindamos servicios de consultoría e implementación en marketing y ventas digitales especialmente diseñados para empresas B2B.

En equipo contigo implementaremos una estrategia que te ayude a crecer. Conecta mejor con tus clientes actuales, haz más eficiente tu prospección y capta nuevos contactos desde internet.

www.consultoresweb.com.mx



¿Conversamos?

Toda empresa es diferente y tiene retos particulares.

Uno de nuestros consultores te ayudará a identificar tus áreas de oportunidad y te recomendará los servicios que en este momento son ideales para tu empresa.

Nuestra promesa es que en 30 minutos te daremos al menos 3 conceptos de valor para tu estrategia de marketing y ventas digitales. ¡Garantizado!

Solicitar reunión