

Tendências em Ventas

La mayor parte de los procesos de negocios está evolucionando en todos sus aspectos, y los procesos de ventas no son una excepción. Algunas de estas mudanzas están perfectamente aliñadas con otras áreas, como por ejemplo y talvez una de las más evidentes, las transformaciones originadas por el uso creciente de la tecnología.

Convergencia de ventas y marketing

La moderna tecnología coloca a disposición una enorme riqueza de dados para la actividad de prospección.

Esta disponibilidad llevo a una convergencia de marketing y ventas, así como al aparecimiento de nuevos conceptos “social Selling” y “smarketing” (términos originados en la confluencia de las actividades de ventas y marketing en las redes sociales), e otras alteraciones. Con toda esta información al alcance de las manos, las formas de prospección están cotidianamente mudando.

Para tener éxito los representantes de ventas necesitan mudar el modo de como interacción con sus prospects.

Los mejores representantes de ventas son aquellos que ofrecen a los prospects la sensación, real, de que están ofreciendo soporte y consultoría, y fundamentalmente, buscan maximizar sus beneficios.

La tecnología está transformando los papeles del vendedor

En los próximos años las funcionalidades de la tecnología de ventas continuarán a evolucionar de modo a influir en la

evolución del papel del vendedor, en especial, en el dominio B2B

La grande noticia aquí no es solamente la automatización de las actividades del vendedor, más también un grado mucho mayor de personalización en el contacto con cada cliente o prospect

De acuerdo con una pesquisa elaborada pela “Demand Metric”, elaborada ya hace 10 años, 61% de los compradores eran más susceptibles a cerrar un negocio con las empresas que les ofrezcan contenidos personalizado, quiere decir que esto no es un concepto nuevo.

Podemos decir también que este porcentual aumentó y continuará aumentar en el futuro.

Es la oportunidad de usar las nuevas tecnologías para permitir que cada comprador pueda se sentir especial y apreciado.

Además de esto los mejores vendedores ayudaran sus prospects a identificar problemas y oportunidades de su negocio que, muchas veces, ellos mismos no tenían todavía reconocido

El futuro de las ventas está en las informaciones disponibles (Max Altschuler, CEO Sales Hacker, Inc.)

Porque es mas barato y más flexible de lo nunca fue antes, interpretar y explorar esos dados, esto permitirá a las áreas de venta ser mas eficientes en el diagnostico y alcanzar mayores niveles de éxito.

En un futuro muy próximo, el cliente será todavía más, accionado digitalmente do que lo es actualmente. Los vendedores se reunirán con sus clientes en el “campo del

juego digital” donde y en el momento que el cliente quiera.

Mídia social para divertimento y lucro

En nuestro interrelacionado e interconectado mundo, la inmensa mayoría de los adultos ya utiliza los sitios de redes sociales de forma regular. Facebook supero hace mucho tiempo los 2,5 B de usuarios mensuales activos.

Actualmente el éxito de cualquier estrategia de ventas debe incluir el uso regular de plataformas sociales en la medida que sean operacionales y auténticas.

Joyce L. Gioia
President/CEO The Herman Group