



# BOLETÍN TENDENCIAS VENTAS

Octubre 2021



Vigilada Mineducación

# *Vender: más que una transacción*

*Este boletín necesitó más de 40 páginas para resumir la enorme cantidad de información que existe hoy sobre las estrategias, técnicas, canales y herramientas para vender.*

*Esto nos dice cuanto hay por aprender en este mundo del comercio, y el propósito De Mis Manos ha sido acercar a todas las personas interesadas en este tema, las múltiples posibilidades que hoy se han creado para la venta.*

*Tips para vender, métodos de pago, generación de experiencias, aplicaciones digitales, todo está en esta publicación que esperamos sea una contribución en el crecimiento y transformación de nuestra Comunidad Empresarial..*

# ÍNDICE

<i>Tendencias</i>	<b>04</b>
<i>Estrategias de ventas</i>	<b>06</b>
<i>Tips de ventas</i>	<b>15</b>
<i>Técnicas de ventas</i>	<b>21</b>
<i>Canales de ventas</i>	<b>24</b>
<i>Herramientas para la gestión de ventas</i>	<b>28</b>



# ***Tendencias***



# Principales tendencias que encontrarás en este boletín

## ➤ Omnicanalidad y multicanalidad

La omnicanalidad ofrece al consumidor la misma calidad en la experiencia de ventas en todos los canales. La multicanalidad ofrece diferentes canales que trabajan de forma independiente.

## ➤ Interacciones humanas

Pese al avance del comercio electrónico, la interacción humana seguirá siendo vital para garantizar las ventas y aportar diferencial a las marcas.

## ➤ Social selling

Consiste en construir relaciones y vender más, utilizando redes sociales.

## ➤ Transformación digital

Con la pandemia, muchas empresas tuvieron que modernizar sus procesos comerciales. Sin embargo, para que el proceso empresarial se considere digital, no basta con utilizar alguna plataforma digital, como anuncios o redes sociales. Este cambio debe incluir todas las áreas y rutinas de la empresa.

## ➤ Comercio por voz

La introducción de asistentes virtuales ha dado lugar a nuevas formas de interacción entre los usuarios y la marca.



## ➤ Nuevos métodos de pago

La evolución de la tecnología ofrece la posibilidad de crear nuevos métodos de pago cada vez más rápidos, sencillos y sobre todo seguros. (ActualidaddeCommerce, 2020).

## ➤ Gestión de datos

Según un estudio realizado por Tableau, el 98% de los ejecutivos de ventas indican que su empresa aspira a tener estrategias comerciales basadas en datos.

## ➤ Diversidad y responsabilidad social

Los consumidores buscan empresas con propósito, que valoren la diversidad y tengan responsabilidad social.



# ***Estrategias de ventas***



# Inbound Sales

Trabaja la atracción de visitantes hacia el sitio, generalmente a través de contenido y media, y posteriormente son ejecutadas estrategias de conversión para transformar estos visitantes en Leads. Los Leads son usuarios que han entregado sus datos a empresas y pasan a ser parte de su base de datos, no obstante, un vendedor Inbound debe estar enfocado en los "pain points" de sus prospectos (puntos de dolor, es decir, los problemas que tiene el público objetivo y que el productos o servicio espera resolver), con el fin de adaptar el proceso de venta al ciclo de compra del consumidor (RD Station, 2020).

## Etapas Inbound Sales

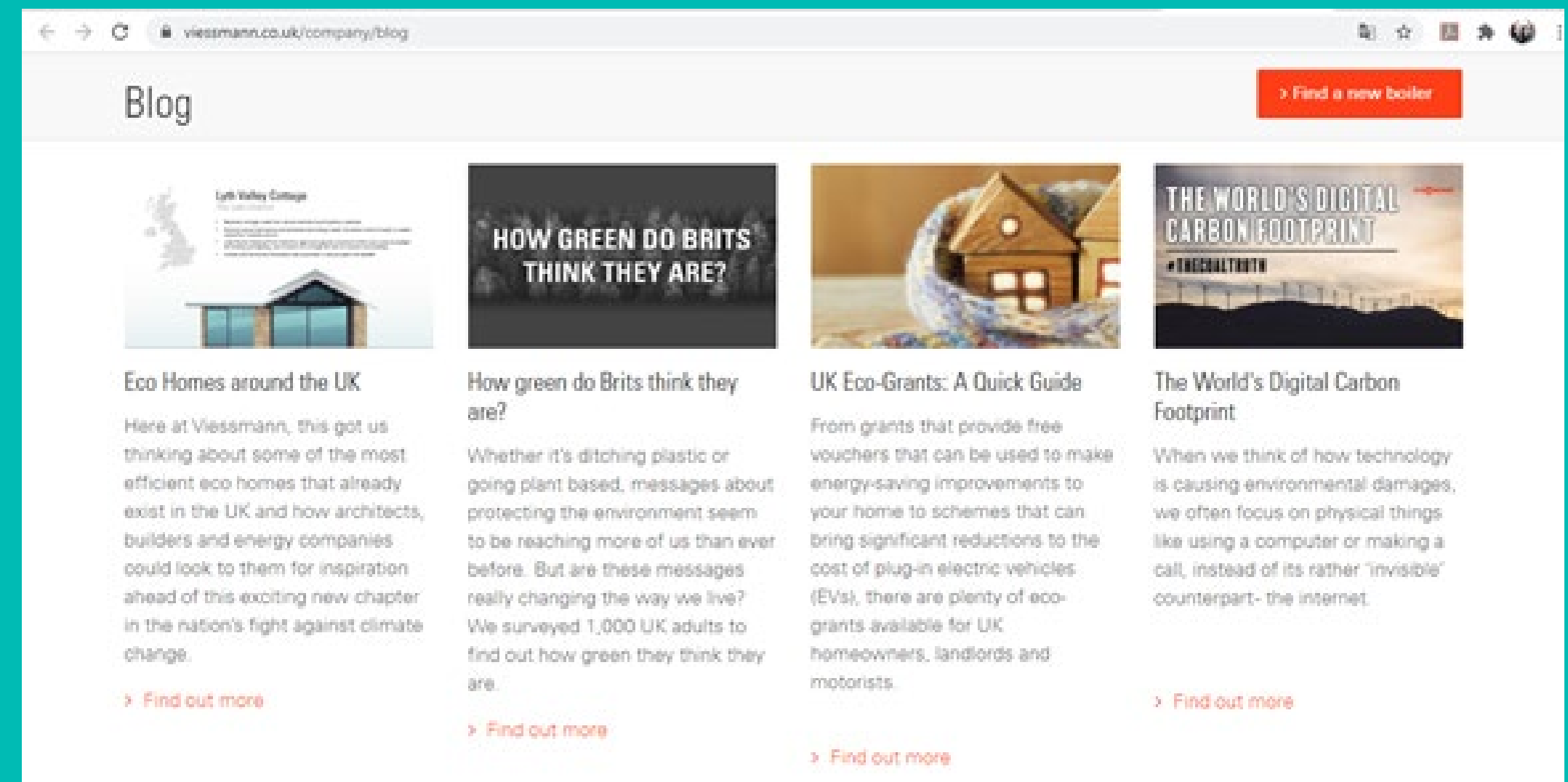


Fuente: Elaboración propia

## Caso de éxito

### Viessman

Empresa líder mundial en la fabricación de sistemas industriales, de calefacción y de refrigeración. Logró cerca del 900% de aumento de tráfico en su blog y 200% más oportunidades de venta. En su blog, tienen varias categorías y comparten artículos acerca de cómo elegir un producto, cómo hacer reparaciones y dan consejos prácticos de ahorro, temas que atraen a sus clientes potenciales.



Fuente: Viessman



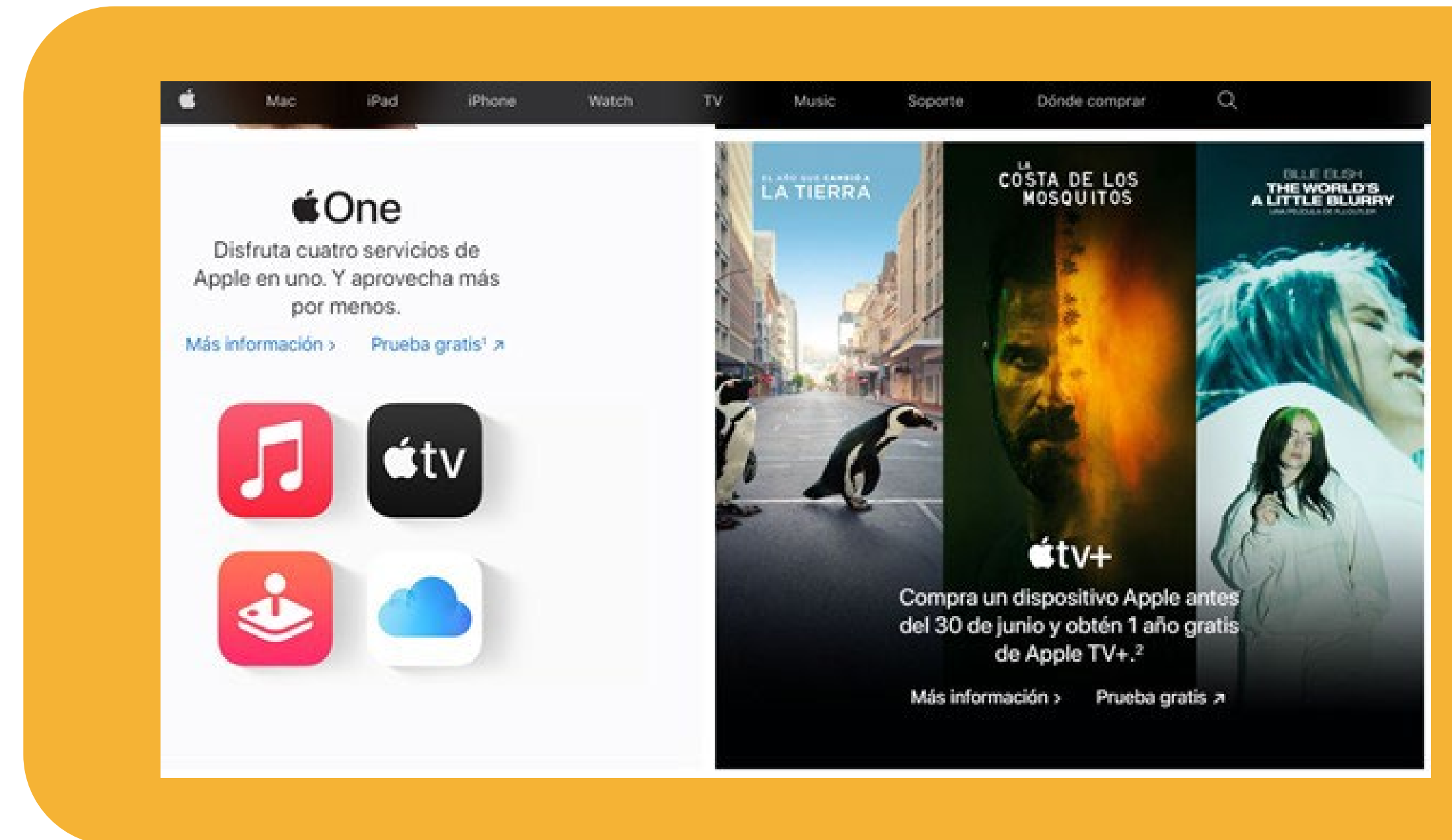
# Cross Selling y venta adicional o Up-selling

El cross selling consiste en ofrecer a un cliente algo complementario al producto o servicio que quiere comprar o que ha comprado. (Núñez, 2020). Por su parte el up-selling es una técnica de marketing y ventas que consiste en ofrecerle a un cliente un producto o servicio similar al que quiere comprar o que ha comprado (Núñez, 2020). En este último, se ofrecen productos de mayor valor en comparación a la primera opción, donde se puedan superar las expectativas del cliente, en otras palabras, una compra difícil de resistir. (Clavijo, 2021)

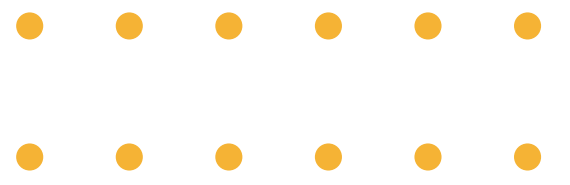
## Caso de éxito

### Apple Store

Apple practica el up-selling, con promociones o, a través de Apple Premium, ofreciendo productos parecidos a los que el cliente está considerando, pero de una gama superior. Sin embargo, el caso de Apple es especialmente particular y es que, su estrategia de up-selling está tan bien desarrollada y es tan poderosa que han conseguido que los clientes habituales de la marca quieran adquirir



artículos de gama superior cada vez que sale un producto nuevo a la venta. Apple ha logrado no tener que hacer recomendaciones y es que son los propios usuarios los que desean poseer sus nuevos productos en cuanto salen a la venta. (Bismart, 2021)



# Programas de fidelización de clientes

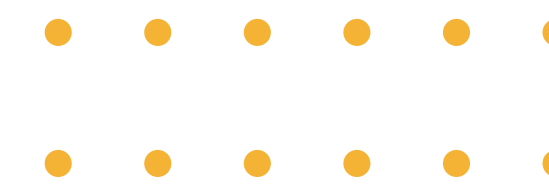
Los programas de fidelización de clientes buscan generar sentido de pertenencia a un grupo exclusivo de clientes, brindarles ofertas y promociones e intenta conservar clientes recurrentes a la vez que llama la atención de otros clientes potenciales. Esta estrategia se encuentra con mayor fuerza en empresas que se encuentren localizadas en zonas de alta competitividad, como centros deportivos, almacenes, entre otras. (Clavijo, 2021)

## Caso de éxito

### Starbucks

Cuenta con un sistema móvil basado en puntos que utilizan las estrellas como indicador de lealtad. Cuenta con dos niveles: verde y oro. El primero se adapta a los clientes actuales y potenciales, con beneficios como: Recargas gratuitas, pedidos y pagos móviles y ofertas para miembros exclusivos, en el mismo orden de ideas. El nivel oro ofrece recompensas personalizadas, además, incluye una tarjeta individual que puede emplearse en lugar de la aplicación móvil. De esta manera, ofrecen incentivos que a la vez logra un sentido de pertenencia en sus clientes.





# Push

Una estrategia "push" es aquella en la que se utilizan diversas técnicas de marketing para "empujar" un producto a los consumidores, en otras palabras, es la estrategia de empuje, en la que una marca busca llegar a sus consumidores y como resultado generar ventas. En este, se usan medios de comunicación, promoción, entre otros. Se usa principalmente para dar a conocer un nuevo producto o servicio en campañas de marketing temporales. (Clavijo, 2021 - Butchart, 2021)

## Caso de éxito

### **Mercado libre**

Ofrece ventas especiales para días de celebración, como el día de la madre, navidad, entre otras, dependiendo del mercado de cada país. (Clavijo, 2021)



**mercado  
libre**

# Sincronización entre marketing y ventas (Smarketing)

“Smarketing (del inglés Sales + Marketing) es la estrategia de alinear los equipos de marketing y ventas dentro de una empresa con el fin de crear una máquina de generación de Leads o prospectos de clientes.” (Bernal, 2019). Algunos de los beneficios que trae el Smarketing para la compañía son: metas alineadas, posibilidad de medir el impacto de las acciones de marketing en ventas, entre otros.

## Caso de éxito

### Google:

Al escribir contenido optimizado que responda a las necesidades de los prospectos, pone a disposición de sus usuarios la solución a la búsqueda y el catálogo de productos que ofrece la tienda. De esta manera, cuando las personas hacen clic en un video los envía directamente a la página web donde está el catálogo completo.

The screenshot shows a Google search for "como usar correctamente la corbata". The search bar is at the top with the Google logo on the left and search, voice, and clear icons on the right. Below the search bar are navigation tabs for "Todo", "Videos", "Imágenes", "Noticias", "Shopping", "Más", and "Herramientas". The search results show approximately 20,600,000 results in 0.51 seconds. A featured snippet from "lifeandstyle.expansion.mx" dated 15/03/2017 provides a tip: "No importa el largo de la corbata, la punta siempre debe llegar justo a la cintura. La excepción a la regla: el traje corto, en este caso la corbata puede colgar ligeramente por encima del ombligo." To the right of the text is a small image showing three men in suits. Below the snippet are options for "Información sobre los fragmentos destacados" and "Comentarios". A "Videos" section is also visible, featuring a video titled "Los 5 errores que SEGURO cometes al usar corbata ..." from YouTube, dated 19/07/2018, with a thumbnail showing a man and the text "5 ERRORES AL USAR CORBATAS".

# Demostraciones

“No existe mejor estrategia de ventas que ver un producto eficaz y que funciona”.  
(Clavijo, 2021)

Las demostraciones de un producto o servicio resaltan las características más llamativas de este y cumplen con las expectativas de sus prospectos, para esto, se debe analizar clientes potenciales, con el fin de maximizar efectivamente las ventas.



## Casos de éxito

- Demos (Aranda Software, StockAgile, Integra ccs, Active Campaing, entre otras)
- Muestras gratuitas (para bebés, cosméticos y maquillaje, perfumes, entre otras)
- Prueba temporal (plataformas de entretenimiento como Amazon prime video, netflix, Disney+, Bases de datos, entre otros)



# Otras estrategias online y offline

## Online

### **Estrategias de venta en las redes sociales:**

Hacer un plan de marketing para orientar las publicaciones conforme a los objetivos.

### **Seminarios web (Webinars):**

Ofrecer talleres de forma gratuita o de pago para que al final de la conferencia se ofrezca el producto.

### **Mensajes a través de robots (Chatbots):**

Aplicaciones software que simulan una conversación real.

### **Testimonios:**

Demostrar los resultados que se pueden conseguir con el producto o servicio.

### **Marketing de influencers:**

Marketing a través de personas relacionadas con el producto o marca.

## Offline

### **Venta por teléfono:**

Interactuar por medio de llamada con el cliente.

### **Talleres presecales:**

Ofrecer los productos o servicios al final, dependiendo del taller se ofrece el producto y viceversa.

### **Ferias comerciales:**

Eventos temporales para exponer un producto o servicio.

### **Promociones:**

Ofertas, descuentos, regalos, entre otros.





# *Tips de ventas*



- **Objetivos claros:** Establecer números concretos, simples y tasables. Estos parten de la necesidad de la empresa y de la proyección del producto o servicio. Después de un tiempo es necesario evaluarse, medir los resultados obtenidos para saber si continuar con el mismo rumbo o si es necesario reajustar los objetivos. (Entrepreneur, 2021)
- **Conoce a tu cliente:** No enfocarse solo en el aspecto económico, sino en saber resolver sus necesidades. Por ende, es necesario escuchar al cliente, enfocar los beneficios del producto con el fin de satisfacer puntualmente. La mejor forma de conocer al cliente es interactuar con él, hacer preguntas exactas, platicando y observando su entorno. (Entrepreneur, 2021)
- **Trasmitir seguridad:** Los nervios son sinónimo de duda. Es necesario transmitir seguridad, confianza, es decir, emociones positivas. Cuando no se conoce bien el producto o no se sabe dar respuesta a preguntas concretas de los clientes, se da espacio a la incertidumbre y se pierde la atención. (Entrepreneur, 2021). Conocer el producto o servicio a fondo permite una impresión positiva.
- **Poner atención en las expresiones del cliente:** Son tan importantes como las palabras, demuestran el estado emocional del cliente y abren un canal de comunicación entre dos o más personas. Poner atención a las expresiones del cliente dan señal de lo que realmente quiere transmitir este, así mismo, el vendedor debe coincidir sus expresiones con lo que dice o quiere comunicar.
- **Saber escuchar:** Escuchar al cliente da señal de lo que este necesita, no es necesario hablar de entrada del producto o servicio o producto, abrir un canal de comunicación antes puede permitir una comunicación fluida y equilibrada. (Entrepreneur, 2021)
- **No hablar mal de la competencia:** Para engrandecer los beneficios o calidad del producto no es necesario hablar mal de la competencia, sin embargo, es importante conocer información sobre los rivales, como precios, promociones, servicios adicionales, entre otros. Claro, sin desprestigiarlos, esto con el fin de conocer el nicho en el que se desenvuelve el producto o servicio. (Entrepreneur, 2021)



- **Apoyarse en herramientas tecnológicas:** El teléfono, celular, computadora, apuntador, cámaras, grabadoras, entre otras, son herramientas que facilitan la comunicación y retención de información importante del cliente o hacia el cliente (Entrepreneur, 2021). Darles un buen uso a estas permite un mejor desarrollo en ventas.
- **Seguimiento posventa vender más:** Aprovechar la base de clientes que se forma con cada venta. No se trata solo de cobrar y cerrar la venta, sino también, dar seguimiento a los clientes, enviar un mensaje por vía email, por llamada telefónica, o incluso una visita, en la que se investigue cómo ha funcionado el producto o servicio que adquirió. De esta forma se crea un vínculo con el cliente que permite hacer futuras transacciones, pues el comprador sabe que no le va a fallar.
- **Vender resultados con una imagen clara:** Mostrar una imagen clara del producto en lugar de dar un retrato de un resultado ideal denota un producto real. Cuando se muestra una imagen clara de los resultados del producto, se muestra a la vez la facilidad con la que se puede usar este, se construye interés. (Eneque, 2021)
- **Utiliza la influencia para vender:** La influencia es la capacidad de persuadir a otros para adoptar un punto de vista. De acuerdo con Adweek, casi el 60% de los departamentos comerciales tienen la intención de aumentar sus presupuestos en marketing de influencia en los próximos 12 meses (Eneque, 2021). Las personas influyentes tienden a vender más productos, porque la gente confía en sus opiniones.



Fuente: Bancolombia (2020)



# ***Técnicas de ventas***



- **Encontrar el “cliente ideal”:** El cliente ideal o público objetivo son aquellas personas que se van a interesar por el producto o servicio, de esta manera, la empresa destina todos los recursos y estrategias de venta para cubrir sus necesidades. Las empresas encuentran clientes potenciales a través de estudios de mercado, como paso posterior se crean técnicas de venta efectivas centradas en estos clientes en particular. (Silva D. , Web Content, & SEO Associate, 2020)
- **Venta de SPIN:** Consiste en hacer las preguntas correctas, dejar que el comprador hable. Se basa en 4 tipos de preguntas clave: Situación (comprobar si la oferta satisface sus necesidades), Problema (identifican problemas que a menudo se pasan por alto), Implicación (se centran en el impacto negativo de los problemas y resaltan la urgencia) y Necesidad de pago (le ayudan al cliente a comprender la situación real). La clave está en ayudar al comprador a especificar los beneficios por sí mismo. (Teamleader, 2021)
- **Venta SNAP:** Se centra en la forma en que los clientes toman decisiones, influir en ellos de manera positiva para que al final sientan que tomaron la decisión por sí mismos. La venta Snap le ayuda a concentrarse en la forma en que piensa en consumidor. Se basa en tres decisiones: permitir el acceso, iniciar el cambio y seleccionar recursos. (Teamleader, 2021)

## Las tres decisiones de Snap selling



**Fuente: Elaboración propia**

- **Aumento del valor añadido:** Es la característica que se le da a un producto con el fin de incrementar su valor, esto se puede dar a través de cambios físicos, en el proceso o en un servicio. Para esto, la empresa debe conocer las tendencias en técnicas, innovación y búsqueda de nuevas formas de negocio, en otras palabras, la empresa debe estar en constante actualización. Para tomar decisiones sobre el aumento de valor de un producto la empresa debe conocer el mercado en el que la empresa se mueve, las particularidades del producto y la disponibilidad de la materia prima. (Silva D. , Web Content, & SEO Associate, 2020)
- **Mostrar interés por el cliente:** Es muy importante conocer el cliente, saberlo escuchar y saber interpretar lo que dice, la empresa es la encargada de establecer canales que permitan la comunicación con los clientes y atender sus necesidades. Si la empresa muestra interés por sus clientes, los clientes verán satisfechas sus necesidades y seguirán consumiendo sus productos o servicios. (Silva D. , Web Content, & SEO Associate, 2020)
- **Prueba social:** Consiste en hacer una demostración social, la influencia que tiene una persona sobre otra ayuda a la toma de decisiones, es por esto que muchas páginas web incluyen testimonios de personas que han probado el producto para que el comprador no sienta que es el primero, es decir, que vea que otras personas lo han comprado y les ha servido. Una prueba social pretende incentivar a las personas a comprar un determinado producto. (Silva D. , Web Content, & SEO Associate, 2020)



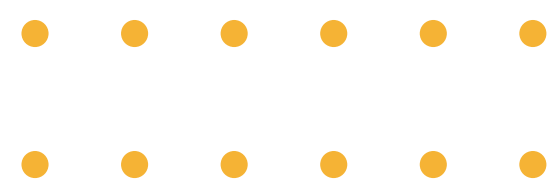
- **Oferta Challenger:** A diferencia de las anteriores, la venta challenger se aleja de la idea de que un buen enfoque de ventas comienza con la construcción de una relación con un cliente potencial, por la razón de que los clientes están demasiado ocupados e informados para invertir en una relación. Este modelo divide a los vendedores en 5 personas: constructores de relaciones, trabajadores, lobos solitarios, solucionadores de problemas reactivos y desafiantes. Esto se adopta mediante el uso de un modelo de ventas de tres partes: enseñar, adaptar y tomar el control. (Teamleader, 2021)

## Pasos método Challenger S



Fuente: Elaboración propia

- **Método de venta Sandler:** Alienta a los vendedores a actuar como una fuente confiable y digna de confianza, el comprador realmente convence al vendedor para que venda. Se centra en el impacto de un desafío en una empresa. El comprador enfatiza las necesidades de alta prioridad, no solo para la empresa sino para ellos mismos, para esto, el vendedor se centra en tres niveles de dolor: técnico, impacto comercial y financiero e interés personal. En resumen, la técnica de Sandler Sales no solo se enfoca en los aspectos técnicos, sino que lo ayuda a describir el impacto financiero y personal que una venta puede tener en su prospecto. (Teamleader, 2021)



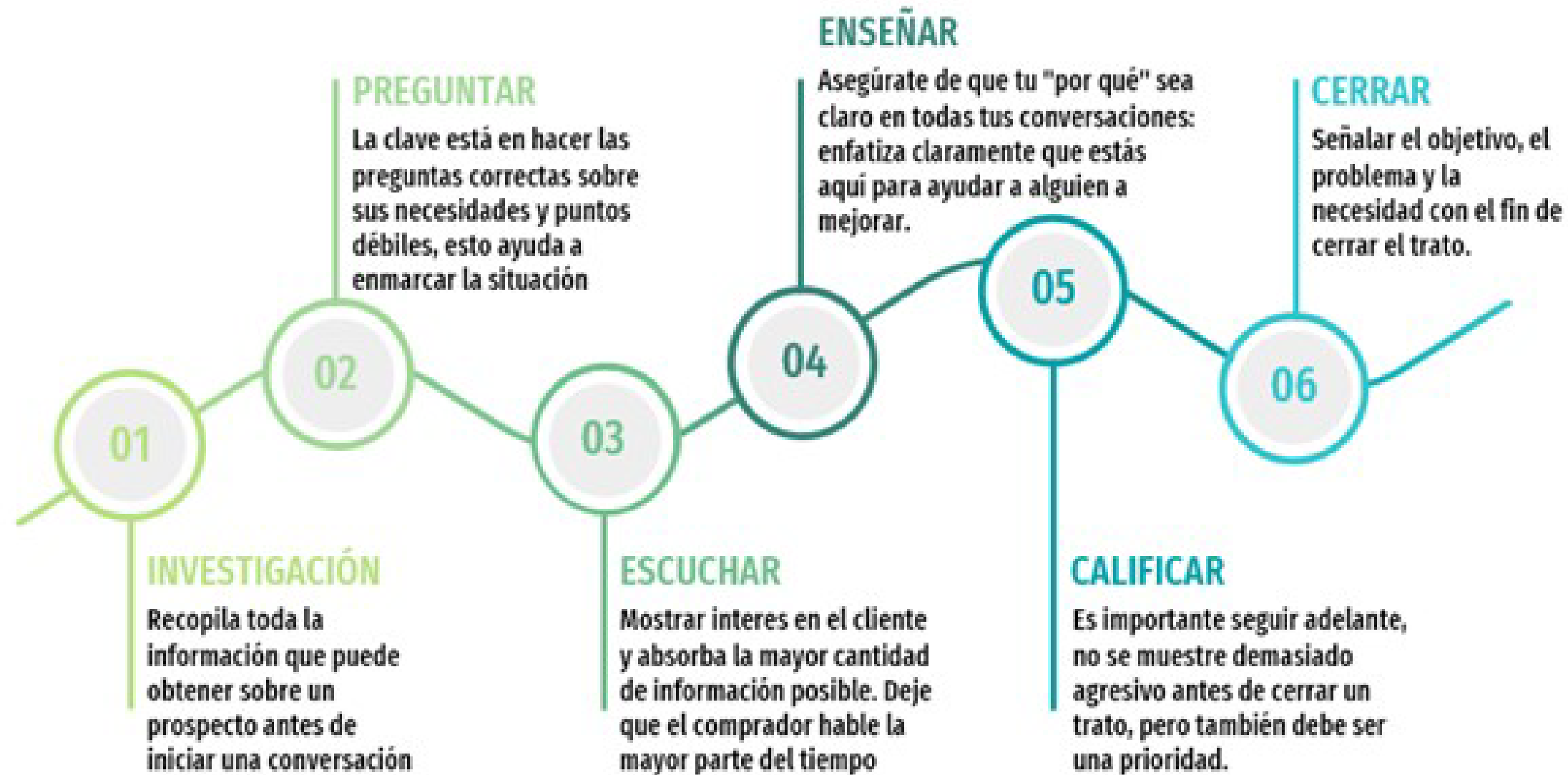
## Puntos de dolor del método Sandler



Fuente: Elaboración propia

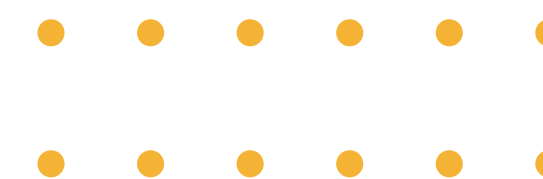
## Principios del método de venta consultiva o de soluciones

### Venta consultiva o de soluciones



Fuente: Elaboración propia

- **Venta consultiva o de soluciones:** El vendedor actúa como un consultor experto, hace preguntas para determinar las necesidades del cliente potencial. El objetivo es formar un vínculo a largo plazo poniendo al cliente en primer lugar. Este proceso de venta se centra en 6 principios: investigar, preguntar, escuchar, enseñar, calificar y cerrar. La venta de soluciones tiene la intención de crear una relación a largo plazo entre una empresa y un cliente. El vendedor de soluciones permite que los compradores se sientan exitosos durante todo el proceso de compra. La única forma de hacerlo es escucharlos. (Teamleader, 2021)
- **Metodología DISC:** Es una herramienta de evaluación personal utilizada para mejorar la productividad, la comunicación y el trabajo en equipo. Se basa en un lenguaje común que permita a las personas entenderse mejor y adaptar sus comportamientos con otros en momentos determinados. Esta metodología se divide en 4 tipos de comportamientos: dominio, influencia, serenidad y cumplimiento. El uso de la metodología DISC tiene el objetivo de ayudar a identificar mejor el perfil de tu Lead y ver cuál es la mejor manera de reaccionar cuando este es contactado. (RDstation, 2021)





# ***Canales de ventas***





- ▶ **VAR:** La metodología de Value Added Reseller (Revendedor de valor agregado), se creó originalmente en el mercado de tecnología, es un modelo de alianza en el cual el aliado vende algún servicio que agrega valor al producto o servicio original, puede ser una implementación, consultoría, proyecto que ayude en la implementación o maduración de una solución. (RDstation, 2021)
- ▶ **BizDev:** Proviene de "Desarrollo de negocios". Es una dinámica personalizable, en ella se desarrolla un modelo específico entre dos empresas, que pueden incluso tener cambios estructurales para que las dos empresas vendan en conjunto sus soluciones con paquetes y condiciones específicas. (RDstation, 2021)
- ▶ **Re venta y afiliados:** Es un modelo común en una empresa o profesional autónomo que revende un producto o servicio de otra empresa y gana una comisión por eso, sin ningún servicio o valor adicional es agregado. (RDstation, 2021)
- ▶ **Portales de clientes:** Es el canal de venta digital con el que los fabricantes y distribuidores están más familiarizados. Un portal de clientes debe diseñarse con los objetivos de generar productividad y aumentar la eficiencia. Un portal sólido automatizará las tareas de bajo valor y brindará la oportunidad de autoservicio cuando no se requieran las habilidades del vendedor para respaldar la venta. Además, el portal debe ser transparente para las ventas, que pueden usar esa información para generar mayores oportunidades de ingresos. (Short, 2020)



- ▶ **Pago como invitado (B2C):** La compra como invitado puede ayudar a exponer los precios de lista y mostrar los inventarios disponibles fuera de un inicio de sesión obligatorio, así un solo pedido puede ser una entrada a un nuevo cliente. El pago como invitado se convierte a menudo en “prueba de concepto” de la experiencia de compra, esto facilita las ventas con nuevos clientes potenciales para investigar y motiva a los compradores primerizos a buscar más información sobre la empresa. (Short, 2020)
- ▶ **Mercados:** Los distribuidores más pequeños pueden unirse para crear mercados B2B (Ventas de negocio a negocio “business to business”) basados en la nube para los clientes, a diferencia de otros que todavía se centran en soluciones de comercio electrónico individuales. Esta debe contar con colaboración y un menor costo que brinda la tecnología de la nube, esto hace posible competir con distribuidores más grandes. Usada mayormente en el comercio digital. (Short, 2020)
- ▶ **Markeplaces o mercados electrónicos:** No es su propia página web, son sitios como Amazon, Mercado Libre, eBAY, Alibaba, entre otros, que se han convertido en un canal eficaz de venta. Su función principal es conectar compradores y vendedores; sin embargo, no están hechos para todo tipo de empresas. (Cámara de Comercio de



Bogotá, 2017)

**Aplicaciones móviles nativas:** Se diferencian de los sitios web móviles en que las aplicaciones solo están en el dispositivo, ofrecen funciones más completas, como disponer de cámara, micrófono, el GPS, los mecanismos de seguridad del dispositivo, entre otras. Muchas personas B2B trabajan de forma remota, la capacidad de respuesta ya no es suficiente para estos usuarios, ya que estos esperan realizar operaciones más complejas desde su dispositivo móvil. (Short, 2020)

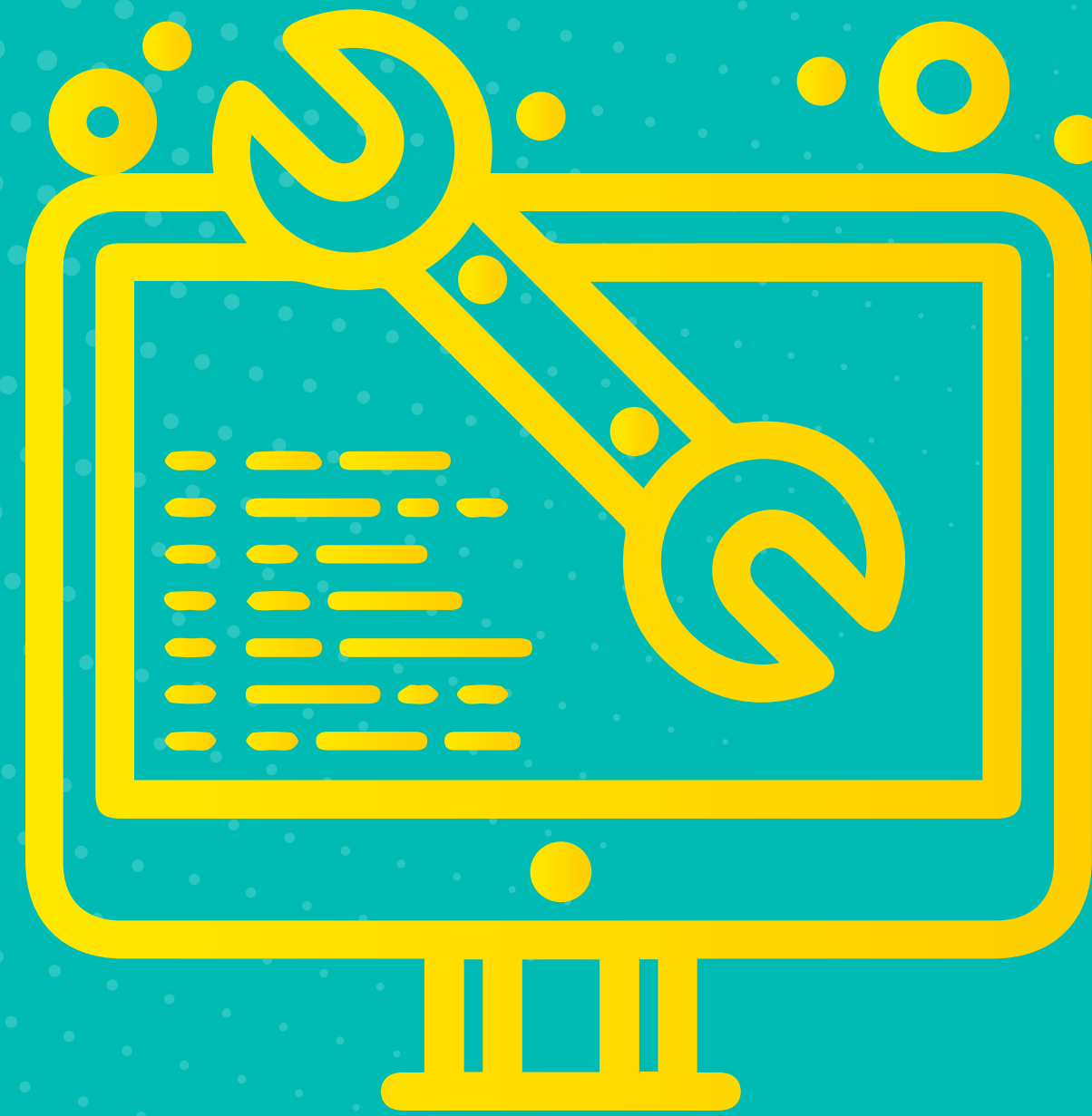
**Correo de marketing:** Se trata de realizar una oferta exclusiva y personalizada, a través de un medio de carácter inmediato, como es el correo electrónico. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017)

**Flash sales (Ventas rápidas):** Son ofertas de corta duración en la página web de la empresa o en sus redes sociales, con el fin de generar sensación de escasez y persuadir a los consumidores a comprar sus productos o servicios. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017)

**Social commerce (Comercio social):** Las redes sociales son una buena opción para conseguir visibilidad y cobertura. Deben ser actualizadas, además dar respuesta a los comentarios o preguntas que envíen los seguidores y clientes. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017)

**E-commerce o comercio electrónico dedicado:** Es la tienda virtual en donde el cliente puede comprar los productos o adquirir los servicios que ofrece la empresa. Se debe tener claro qué y cómo se quieren mostrar los productos o servicios y lo más importante: debe ser fácil de navegar y el proceso de compra lo más sencillo posible. (Cámara de





# ***Herramientas para la gestión de las ventas***



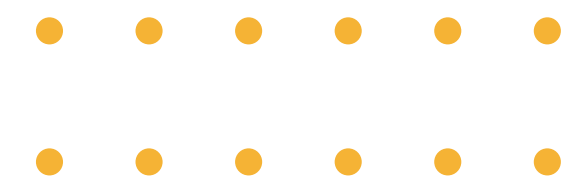
## Redes sociales (Social selling):

Dependiendo del cliente objetivo se pueden usar las redes sociales, es decir, para jóvenes redes como Facebook o Instagram son ideales para promocionar los productos o servicios de la empresa. Por otro lado, si el target de los productos o servicios son empresas o las personas encargadas de tomar decisiones en ellas, es mejor usar redes sociales como LinkedIn o Twitter. (Contreras, 2019)



## Comercio por voz:

- **Amazon Echo:** Es un altavoz inalámbrico, puede reproducir música, responder a preguntas, narrar las noticias, consultar la previsión del tiempo, configurar alarmas, controlar dispositivos digitales del hogar compatibles y mucho más, todo lo anterior gracias al sistema de voz creado por Amazon llamado Alexa. (Editalopro, 2021)
- **Google Home:** Permite configurar y controlar altavoces y pantallas Google Nest o Google Home y dispositivos Chromecast. Además, controlar miles de luces, cámaras, altavoces y otros dispositivos compatibles, así como consultar tus recordatorios y notificaciones recientes desde una sola aplicación. (Chromecast, 2021)



## Diferentes métodos de pago:

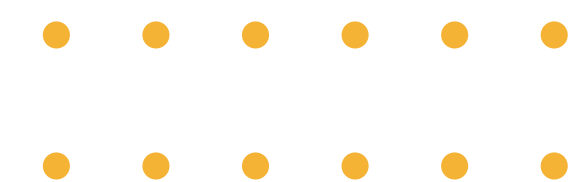
- **Google pay:** Unifica todas las formas de pago con Google, para esto, se debe añadir la información de la tarjeta una vez y, a partir de ese momento, se puede usar la aplicación para lo siguiente: Tocar y pagar para hacer compras con tu teléfono (consulta los países y dispositivos admitidos). A Colombia Google pay llegó con fuerza, Google permite a todas las empresas colombianas recibir pagos en línea (compras en tiendas) y dentro de aplicaciones (apps), sin usar tarjeta de crédito o débito. (Google pay, 2021) (Supportgoogle, 2021)

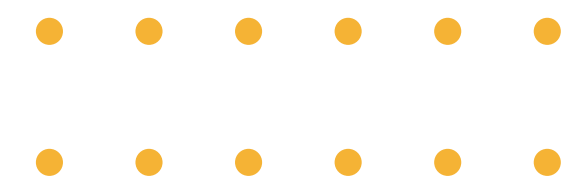
**Paypal:** Es un método de pago en línea. Asocia las tarjetas de crédito a la cuenta PayPal y para pagar solo se debe iniciar sesión con el correo electrónico y contraseña, se elige la tarjeta que se desea usar para hacer el pago y listo. (Paypal, 2021)

- **Apple Pay:** Es un servicio de pago móvil creado por Apple, para usarlo se debe seleccionar Apple Pay como método de pago junto a la tarjeta, ingresar la información de contacto, la dirección de envío y la dirección facturación en el iPhone o iPad; de esta manera Apple Pay guardará los datos para no tener la necesidad de volver a introducirlos. En Colombia es posible asociar tarjetas de crédito o cuentas débito para poder pagar no solamente los servicios de Apple desde cualquier iPhone, como iCloud, aplicaciones y más, sino que también es posible asociar pagos de servicio público, compras, entre otros (SupportApple, 2021) (El Espectador, 2021)



**Samsung Pay:** Es un sistema de pago móvil que permite configurar una cartera electrónica con tarjetas de crédito y débito. (Samsung, 2021)





## Software de ventas para encontrar prospectos:

- **Leadmine:** Tiene una base de datos alrededor de 200 millones de contactos. LeadMine es un programa de ventas diseñado para encontrar a clientes objetivos y sus emails, con hasta un 95 % de confianza. También permite hacer consultas y filtrar contactos por puesto de trabajo, sector, ubicación, empresa, etc. (Tomi, 2021)
- **HeadReach:** Se encarga de facilitarte el email y los perfiles sociales mediante los filtros de la propia plataforma que hacen mucho más sencillo el proceso de programar y responder. (Startupranking, 2021)
- **Búsqueda avanzada de LinkedIn:** LinkedIn es una red social que gracias a su función de búsqueda avanzada permite especificar parámetros para localizar prospectos o entender el contexto de clientes potenciales, mediante palabras clave, relaciones, sector o ubicación. (Tomi, 2021)
- **Sales Search:** Es una extensión de Google Chrome que ofrece diferentes opciones para realizar una búsqueda, funciona al seleccionar una frase clave dentro de un texto y pulsar el botón derecho del ratón. (Tomi, 2021)





## Herramientas comerciales para encontrar emails:

- **VoilaNorbert:** Es un software de ventas con una interfaz clara y sencilla, brinda un servicio completo con acciones masivas, integraciones y una API. Funciona bajo un modelo de suscripción, pero también se pueden comprar créditos de un solo uso. Al registrarse, se obtienen cincuenta clientes potenciales de forma gratuita. (Patel, 2021)
- **Elucify:** Es un software gratuito que se usa para encontrar la dirección de correo electrónico comercial de cualquier persona. Si se busca una compañía fácilmente se encuentran todas las direcciones de correo electrónico e información de contacto de los ejecutivos de esa compañía, además se pueden crear listas basadas en ubicación, tecnología, entre otras. (ProgSoft, 2021)
- **FindThat.Email:** Es un software de búsqueda de correos electrónicos utilizado por profesionales en ventas, las empresas de generación de prospectos y los reclutadores para encontrar prospectos a partir del correo electrónico. (Capterra, 2021)



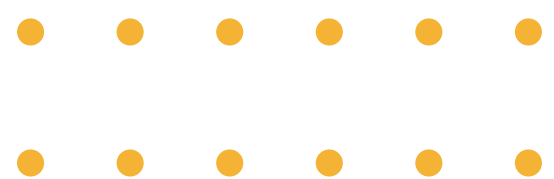


## Programas de gestión comercial para encontrar todas las direcciones de email de un dominio:

- **GetProspect:** Tiene una función de búsqueda en LinkedIn que detecta los correos de perfiles que se adaptan a lo que la agencia ofrece. Solo necesitas instalar una extensión en Chrome, buscar y seleccionar los prospectos que te interesan en LinkedIn y, luego, se deben importar a GetResponse. (Dabelis, 2021)
- **EmailHunter:** Es un software que elabora una lista con el lugar donde se encontró ese email, después de hacer una búsqueda de las direcciones asociadas a ese dominio. (Tomi, 2021)
- **AnyReach:** Al introducir un email, se pone a buscar direcciones de emails y números de teléfono asociados a ese dominio. Tiene mejores resultados en sitios pequeños ya que se limita a devolver 50 páginas de resultados por dominio. Ofrece un rastreo que incluye PDFs, hojas de cálculo, y documentos hospedados en el dominio. (Tomi, 2021)

## Consigue un resumen de la gente antes de las reuniones y llamadas:

- **CharlieApp:** Gracias a su conexión con el calendario de Google es posible hacer una investigación automática. Tiene tecnología para filtrar desde cientos de fuentes (como perfiles en redes sociales), además, arroja un resumen con información sobre la persona y su empresa. (Tomi, 2021)
- **FullContact:** Trabaja con Gmail, así permite ver las fotos, los perfiles sociales y los puestos profesionales de los contactos sin necesidad de salir de la bandeja de entrada. Del mismo modo, informa si el cliente se encuentra cerca y configurar una invitación de calendario para una reunión, agregar notas y etiquetas a los contactos. (Tomi, 2021)

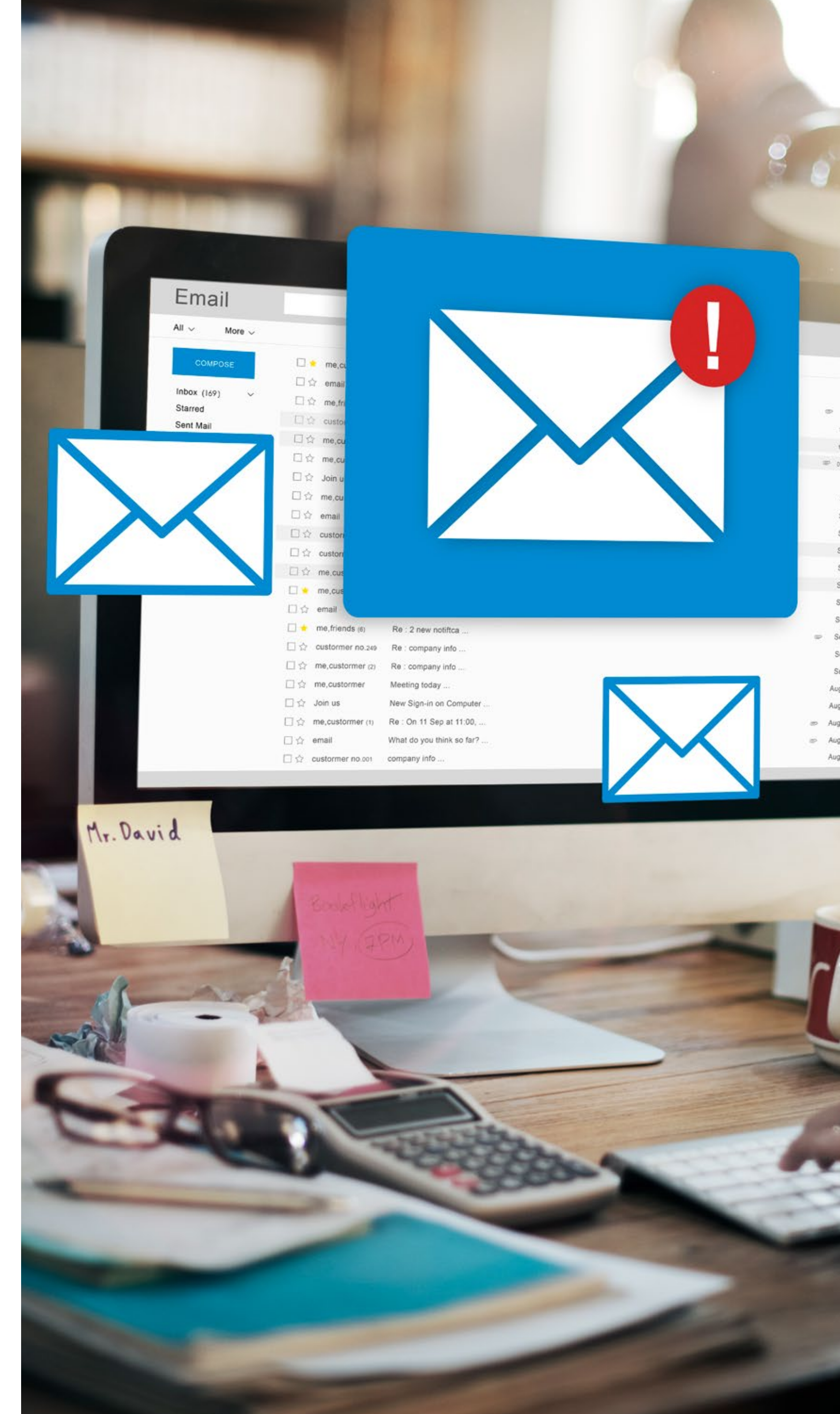


## Escribe en el tono correcto para cada prospecto:

- **CrystalKnows:** Es un software de gestión comercial, que permite mejorar las ventas al adaptar al tono de un colega, prospecto o cliente, basándose en su personalidad. Analiza sus escritos y da pistas y sugerencias que encajan con su estilo de comunicación. (Tomi, 2021)

## Software de gestión comercial: contactos, emails y llamadas:

- **Rapportive:** Es un add-on gratuito para Gmail que manda información de los contactos directamente a la bandeja de entrada, donde se puede encontrar información de su puesto, ubicación, foto y otra información. (Tomi, 2021)
- **Boomerang:** Permite programar correos electrónicos, facilita recordatorios, indica cuando se han abierto los emails, hace un seguimiento de los links clicados en el mensaje, entre otras. Tiene una prueba gratuita de 30 días en el plan profesional y dispone de un plan básico (gratis). (Tomi, 2021)
- **Efficacy CRM:** Es un software de gestión comercial, tiene cuatro áreas clave en el negocio: venta, proyectos, soporte y marketing. Facilita la gestión de documentación y colaboración entre usuarios. Además, se pueden integrar las herramientas Office de Microsoft como a las de Open Office con acceso desde un PC, una tableta o un smartphone. (Tomi, 2021)
- **CircleBack:** Ayuda a organizar la información de los contactos almacenados en el teléfono, email o redes sociales. (Tomi, 2021)





## Sigue y comparte documentos de ventas:

- **Octiv:** Gestiona tareas y contratos, permite crear, compartir y firmar fácilmente documentos en cualquier momento sin importar dónde estén. Está basada en la nube, lo que facilita la colaboración entre participantes y la integración con otros servicios relacionados. (Tomi, 2021)
- **Saleshandy:** Incorpora una función llamada Tracking Lead que posibilita saber que hace cada prospecto con los emails de la empresa, archivos adjuntos, enlaces o documentos, provee información importante como la manera en la que el prospecto abrió el email y cuantas veces. Otra de sus funciones llamada Live Meetings permite realizar reuniones. Tiene un plan llamado Business Pack es gratis y llega hasta los 10 usuarios, además, incluye reuniones ilimitadas y seguimiento de emails. (Tomi, 2021)



## Programa de venta enfocado en análisis de clientes y seguimiento:

- **Tableau:** Es una herramienta de análisis para equipos de escritorio rápida al momento de generar informes y visualizar datos. Detecta tendencias y patrones mediante la combinación de datos recogidos desde distintas fuentes para facilitar así su comprensión y uso.



# Referencias

- Actualícese. (21 de Septiembre de 2015). Actualícese. Obtenido de <https://actualicese.com/ventas-a-distancia-comercio-electronico/>
- ActualidadeCommerce. (2020). Actualidad de Ecommerce. Obtenido de <https://www.actualidadecommerce.com/metodos-de-pago/>
- Admin. (2019). Escuela de marketing and web. Obtenido de <https://escuela.marketingandweb.es/estrategias-de-ventas/>
- Bancolombia. (Octubre de 2020). Grupo Bancolombia. Obtenido de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/mercadeo-y-ventas/cualidades-buen-vendedor>
- Bismart. (23 de Junio de 2021). Blog BiSmart. Obtenido de <https://blog.bismart.com/es/los-5-casos-mas-famosos-de-cross-selling-y-up-selling>
- Butchart, N. (26 de Junio de 2021). Robertmerca. Obtenido de <http://robertmerca.com/512-2/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2017). CCB. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-Fortaleza-su-empresa/2017/Septiembre/La-era-digital-y-los-nuevos-canales-de-venta>
- Capterra. (2021). Capterra. Obtenido de Herramientas de generación de leads: <https://www.capterra.mx/software/171988/find-that-email>
- Chromecast. (2021). Chromecast. Obtenido de <https://support.google.com/chromecast/answer/7071794?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=es>
- Clavijo, C. (2 de Marzo de 2021). Blog Hubspot. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/ejemplos-estrategias-ventas-exitosas>
- Contreras, N. (Marzo de 2019). hootsuite. Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/social-selling-venta-en-redes-sociales/>
- Dabelis. (Enero de 2021). Sentry. Obtenido de <https://sentryims.com/los-mejores-programas-de-ventas-para-agencias-de-seguro/>
- Editalo.pro. (2021). Editalo.pro. Obtenido de <https://www.editalo.pro/accesorios/echo-amazon/>
- El Espectador. (Febrero de 2021). El espectador. Obtenido de <https://www.elespectador.com/especiales/la-tendencia-a-pagar-digitalmente/>
- Eneque, E. (Enero de 2021). Impulse. Obtenido de Inbound sales: <https://blog.impulse.pe/10-estrategias-efectivas-para-incrementar-las-ventas-hoy-y-en-el-futuro#Vende-los-resultados-pintando-una-imagen-clara>
- Entrepreneur. (2021). Entrepreneur en español. Obtenido de Estrategias de ventas: <https://www.entrepreneur.com/article/259154>
- Google pay. (2021). Marketing branding. Obtenido de <https://www.marketing-branding.com.co/google-pay-colombia/#:~:text=Google%20Pay%20lleg%C3%B3%20con%20fuerza,tarjeta%20de%20cr%C3%A9dito%20o%20d%C3%A9bito.>
- Impactum. (2017). Impactum. Obtenido de 5 estrategias probadas para vender por redes sociales: <https://mkt.impactum.mx/blog/5-estrategias-probadas-para-vender-por-redes-sociales>

Núñez, V. (2020). Vilma Nuñez. Obtenido de [https://vilmanunez.com/que-es-up-selling-y-que-es-cross-selling/#Que\\_es\\_el\\_cross\\_selling](https://vilmanunez.com/que-es-up-selling-y-que-es-cross-selling/#Que_es_el_cross_selling)

Patel, N. (2021). Neilpatel. Obtenido de <https://neilpatel.com/blog/find-email/>

Paypal. (2021). paypal. Obtenido de <https://www.paypal.com/mx/webapps/mpp/what-is-paypal>

ProgSoft. (2021). ProgSoft.net. Obtenido de <https://progsoft.net/es/software/elucify>

RD Station. (28 de Diciembre de 2020). Blog de Marketing Digital de Resultados. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/blog/tendencias-de-ventas-2021/>

RDstation. (2021). Obtenido de <https://www.rdstation.com/co/ventas/>

Samsung. (2021). Samsung pay. Obtenido de <https://www.samsung.com/es/samsung-pay/>

Short, M. (Julio de 2020). Episerver. Obtenido de Canales de estrategias digitales: <https://www.episerver.com/articles/5-digital-sales-channels-to-consider-for-your-ecommerce-strategy>

Silva, D. d. (Marzo de 2021). Zendesk. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/tendencias-ventas/>

Silva, D., Web Content, & SEO Associate. (Octubre de 2020). Zendesk. Obtenido de Técnicas de ventas efectivas: <https://www.zendesk.com.mx/blog/tecnicas-ventas-efectivas/>

Startupranking. (2021). Startupranking. Obtenido de <https://www.startupranking.com/headreach>

Statista. (Junio de 2018). Statista GmbH. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/996977/positive-attributes-voice-shopping-adults-usa/>

SupportApple. (2021). SupportApple. Obtenido de <https://support.apple.com/es-us/HT201239>

Supportgoogle. (2021). Ayuda de Google Pay. Obtenido de <https://support.google.com/pay/answer/9026749?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=es>

Tableau. (2020). Tableau Software. Obtenido de <https://www.tableau.com/learn/articles/data-driven-decision-making>

Teamleader. (2021). Teamleader. Obtenido de Técnicas de venta: <https://www.teamleader.eu/blog/sales-techniques>

Tomi. (2021). efficy. Obtenido de Relación comercial: <https://www.efficy.com/es/el-mejor-software-de-ventas/>

Torío, J. M. (23 de Junio de 2021). Spoonity. Obtenido de Blog de Lealtad: <https://www.spoonity.com/es/10-programas-de-fidelizacion-exitosos/>

Villalba, D. (14 de Enero de 2021). Academia pragma. Obtenido de Blog Experiencia del cliente: <https://www.pragma.com.co/blog/omnicanalidad-vs-multicanalidad-cual-es-la-mejor-opcion-para-mi-empresa>

# BOLETÍN TENDENCIAS

## VENTAS

# CONTÁCTANOS

Área de Investigación y Desarrollo - De Mis Manos

[investigacion.desarrollo@cmmmedellin.org](mailto:investigacion.desarrollo@cmmmedellin.org)

Celular: 301 494 72 89

Observatorio de Tendencias - Esumer

[observatoriotendencias@esumer.edu.co](mailto:observatoriotendencias@esumer.edu.co)

*Colombia - Octubre de 2021*

