



Programa de formación y mentorías para micro y pequeñas empresas B2B.

Proyecto apoyado por **CORFO**

HERRAMIENTAS PARA EL PROCESO DE VENTAS

En este documento te entregamos cuatro herramientas para gestionar tus ventas.

01.

Mapa de empatía: Herramienta para perfilar mejor a tus clientes



Fuente: En base a herramienta diseñada por XPLANE

Primero pensamos en uno de los clientes más representativos que queramos abordar, y nos planteamos las siguientes preguntas:

¿Qué piensa y siente?
¿Qué oye?
¿Qué ve?
¿Qué dice y hace?
¿Cuáles son sus esfuerzos? ¿Sus dolores?
¿Cuáles son sus resultados? ¿Sus necesidades?

02.

Proceso de decisión de compra: Herramienta para entender cómo compran tus clientes



Tomando en cuenta a la persona definida anteriormente, y el proceso de compra de la empresa, nos planteamos las siguientes preguntas:

- 1. Identificación de la necesidad:** ¿Cómo ocurre? ¿Es interna o externa?
- 2. Búsqueda de información:** ¿Dónde busca? ¿Cómo se asesora?
- 3. Evaluación de alternativas:** ¿Dónde evalúa? ¿A quiénes evalúa?
- 4. Decisión de compra:** ¿Dónde ocurre? ¿Cómo ocurre?
- 5. Comportamiento post-compra:** ¿Qué se espera?

03.

Embudo de ventas: Herramienta para ordenar tu proceso de ventas (tomando en cuenta el proceso de compra del cliente)



Fuente: https://es.ryte.com/wiki/Modelo_AIDA

El Embudo de Ventas hace referencia a los distintos pasos que da una persona antes de convertirse (o no) en “cliente”. Existen varias versiones, pero una de las más utilizadas es la que se basa en el modelo AIDA:

- Atención:** ¿Cómo volvemos a los compradores conscientes de nuestro producto o servicio?
- Interés:** ¿Cómo ganamos su interés?
- Deseo:** ¿Qué vuelve nuestro producto o servicio deseable?
- Acción:** ¿Qué llamados a la acción hacemos y cómo?
- Retención:** ¿Cuál es nuestra propuesta para mantener la lealtad?

*La Retención no es original del modelo, pero se suma tradicionalmente por la importancia de retener a los clientes.

04.

Pipeline de Ventas: Herramienta para ordenar tu proceso de ventas (tomando en cuenta cómo evoluciona tu negocio)



Fuente: <https://close.com/sales-pipeline-stages/>

Es una instantánea visual de oportunidades en diferentes etapas de su proceso de ventas. Indica la cantidad de oportunidades y su valor. También permite a los vendedores saber en qué negocios enfocarse.

Cada empresa debe construir su propio pipeline, pero se suelen ocupar las siguientes etapas:

- Generación de Lead:** Lleguemos a mucha gente.
- Prospección:** Alcancemos a los “más probables”.
- Calificación:** Verificación de prospectos.
- Contacto:** Momento de comunicarse.
- Propuesta:** A aplicar lo entendido y ofrecer lo buscado.
- Negociación y Cierre:** Cartas sobre la mesa, a decidir.
- Retención:** La relación no se acaba con la venta.