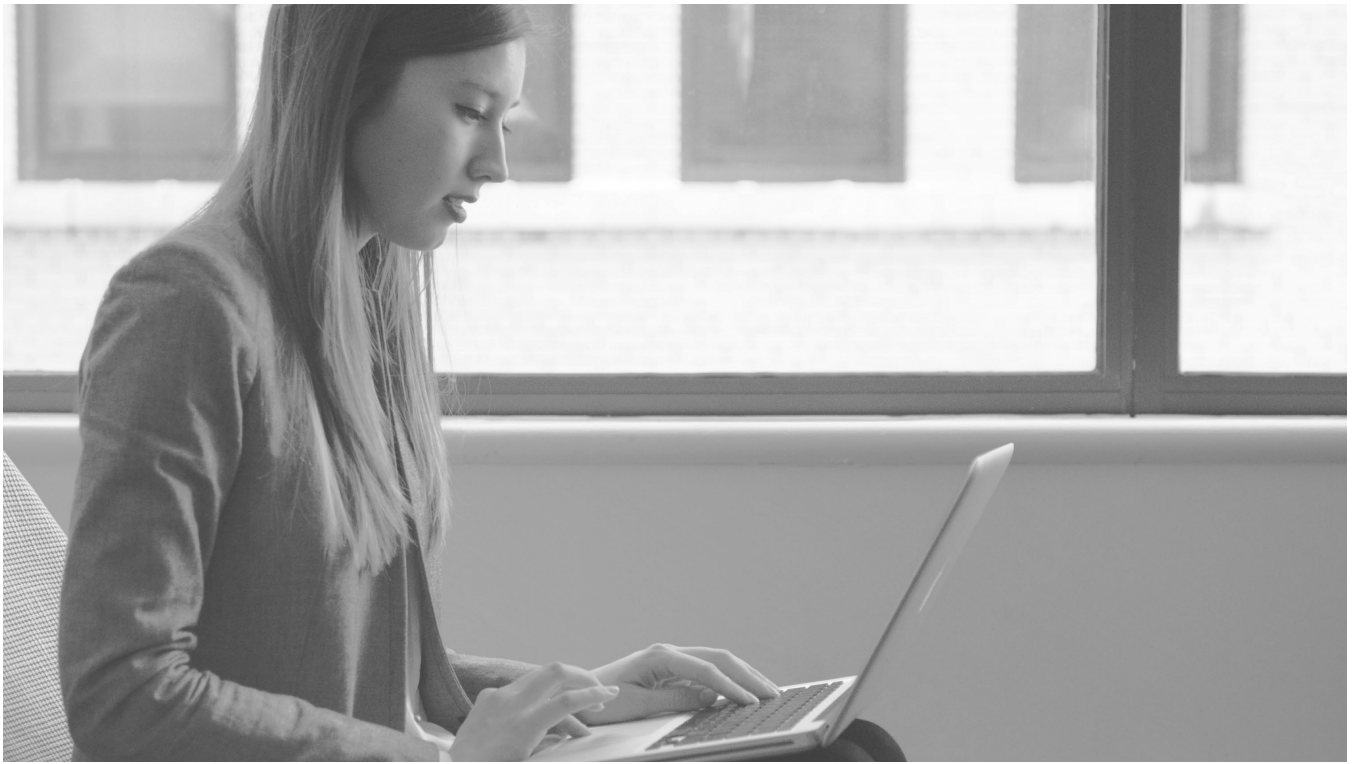




LAS PREGUNTAS
QUE DEBES PLANTEARTE PARA
ACELERAR TUS VENTAS



kaydu®



Acelerar tus ventas es seguramente la mayor preocupación que tienes para recuperar el crecimiento de tu negocio; más aún después de una crisis que, según datos del Banco Mundial, **impactó en los números del 84% de las empresas** en los países en desarrollo, con una disminución promedio del 49% en sus métricas comerciales.

Si formas parte de esta gran mayoría, esta guía de preguntas que desarrollamos en Kaydu podrá ayudarte a clarificar tu camino al plantearte escenarios que te permitirán detectar tus metas y **llevar a tu empresa al siguiente nivel**.

¿Estás listo? Empecemos por lo básico...

¿Tu negocio es realmente escalable?

Hay un sinfín de definiciones sobre la escalabilidad en los negocios. Para saber si tu empresa realmente es escalable, consideramos clave que primero identifiques el **origen de tus ingresos y gastos**. En un ciclo de ventas sano, tus ingresos deben por lo menos duplicar tus gastos para financiar el crecimiento y la inversión de tu negocio.

¿Cómo lograr ese nivel de estabilidad?

La rapidez de tus ventas será clave, por lo que este **checklist** puede resultarte útil para determinar qué lejos o cerca estás de darle la máxima rapidez a tus procesos comerciales.



1 ¿CUENTA CON LOS RECURSOS NECESARIOS?

Lo primero que necesitas hacer para evaluar la velocidad de tus ventas es identificar si cuentas con los recursos necesarios que te permitan operar eficientemente. Si bien depende del giro del negocio, cualquier empresa que esté buscando crecer en la era actual debe al menos de contar con estas herramientas para **asegurar su competitividad**:

- Un sitio web que ofrezca experiencias

Podría parecer que en esta era digital, contar con redes sociales es suficiente para cumplir con cualquier necesidad de marketing digital. Sin embargo, el alcance de una página web va más allá de la presencia que nos brindan estas plataformas, al ser uno de los primeros puntos de contacto del consumidor y la

vía **más importante** para generar clientes potenciales.

Si logras que cualquier visitante tenga una buena experiencia dentro de tu plataforma, la probabilidad de que tome una decisión de compra es más elevada. Considera los siguientes puntos para saber si tu sitio web cuenta con una buena estructura e implementa una estrategia correcta para incrementar su tasa de conversión:



- **Generar estrategias SEO:** Realiza una investigación inteligente de palabras clave que tus clientes están buscando y puedan abrirte mercado para posicionar tu sitio dentro de las primera páginas de los buscadores.
- **Ser claros y directos:** Desde los primeros textos de tu página debe entenderse tu propuesta de valor: ¿Qué es lo que haces? ¿Cómo lo haces? ¿Cuáles son las características que hacen único a tu producto o servicio?
- **Promover el Inbound Marketing:** Por medio de herramientas como blogging, email, social media, Landing Pages, entre otras, realiza contenido que brinde información de tendencias o temas educativos, dependiendo el giro de tu negocio. Te posicionará como experto y una buena referencia en tu sector.
- **Email marketing:** Ofrece contenido de valor, comparte guías, plantillas, webinars, y otros productos sin costo que resuelvan un problema que tu cliente ideal pueda llegar a tener. Recuerda en cada correo insertar links que redireccionen a tu sitio web.



- Un CRM que gestione fácilmente los procesos con tus clientes

El sistema de **CRM (Customer Relationship Management)**, por sus siglas en inglés) no es solo una base de datos para la gestión de clientes, sino una de las herramientas más valiosas para conocerlos a detalle.

Contar con este tipo de plataformas te permite generar estrategias de contacto como correos y mensajes personalizados e hiper-segmentados de acuerdo a sus perfiles, así como un sinnúmero de aplicaciones para la automatización de tus procesos de venta que ofrece CRMs como el de de Kaydu, con el cual tu equipo de ventas logrará alcanzar sus metas en menos tiempo.

¿Sabes qué información necesitas para definir a tu cliente ideal? Responder a estos planteamientos te permitirá encontrarlo:

Primero imagina a una persona que va a representar a tu consumidor ideal, ponle nombre y busca una imagen de cómo lo visualizas físicamente.

Una vez que imaginaste a ese cliente ideal, necesitas responder a los siguientes **datos demográficos**:

- ¿Quién es? (su nombre y sexo)
- ¿Cuántos años tiene?
- ¿Cuál es su salario?
- ¿Cuál es su ubicación / dónde vive?
- ¿Cuál es su estado civil?
- ¿Qué idiomas habla?

También los **datos psicológicos** son clave:

- ¿Cómo es su personalidad?
- ¿Cómo se relaciona con las demás personas?
- ¿A qué se dedica?
- ¿Cuál es su estilo de vida? (Describe su rutina en el día, desde que se levanta hasta que duerme).
- ¿Qué le gusta hacer?
- ¿Cuáles son sus frustraciones?
- ¿Qué marcas consume?
- ¿Qué plataformas usa?



- Un sistema de gestión E-Commerce

Si quieres sobrevivir al mercado actual, necesitas tener una tienda online. **El E-commerce es la base para acelerar tus ventas**, por lo que debes contar con un sistema que te facilite la gestión de tus pedidos, que te ayude a crear páginas específicas para promocionar tus productos, así como a acelerar tu proceso comercial logrando aumentar el volumen de tus ventas con rapidez.

KAYDU TIP: *Crea páginas de producto, recibe órdenes, y gestiona pedidos con nuestro módulo de Ecommerce.*



¿MI EQUIPO ES EL INDICADO PARA ACCELERAR MIS VENTAS?

Como segundo paso, es importante que te plantees si cuentas con un equipo especializado y preparado para los retos que trae consigo el aceleramiento de tus ventas. Pese a que es un paso más breve que el primero, no debe tomarse a la ligera ya que tu recurso humano es quien llevará a cabo tu estrategia y esto **determinará en gran parte el resultado.**

Asegúrate de que tu equipo tenga la misma visión que tú. Define tus objetivos con las siguientes preguntas:

- 1. ¿Cuáles son los asuntos que tienen mayor prioridad en un periodo específico de tiempo?** Enlista todo aquello que consideres prioritario en un periodo determinado (sugerimos de manera mensual) y después acomódalos en orden de importancia.
- 2. ¿Con qué recursos cuento para llevar a cabo esa meta?**
- 3. ¿Qué actividades deben realizarse para que ese objetivo se cumpla?**
- 4. ¿Qué me hace falta para llevar a cabo mis objetivos?**
- 5. ¿En cuánto tiempo puedo tener el recurso que me falta?**
- 6. ¿Quién estará a cargo de que se cumplan todas las tareas que se deben realizar para que el objetivo se cumpla?** Elige a un responsable.

Aquí tienes un **ejemplo**:

OBJETIVO: Reducir 20% los tiempos de entrega a clientes en el mes de Septiembre

¿Con qué recursos cuento para llevar a cabo esa meta?

- ✔ Tengo 3 unidades de entrega, que tienen capacidad de hacer 10 entregas diarias.
- ✔ Un departamento de gestión de entregas.

¿Qué actividades deben realizarse para que ese objetivo se cumpla?

- ✔ Órdenes de compra.
- ✔ Paquetes de entrega listos a las 8:00 AM.
- ✔ Trazar rutas de entrega estratégicas para disminuir tiempos.
- ✔ Revisión de mercancía para que el producto llegue correcto.

¿Qué me hace falta para llevar a cabo mis objetivos?

- ✔ Impartir una capacitación para que el proceso de empaque sea rápido.

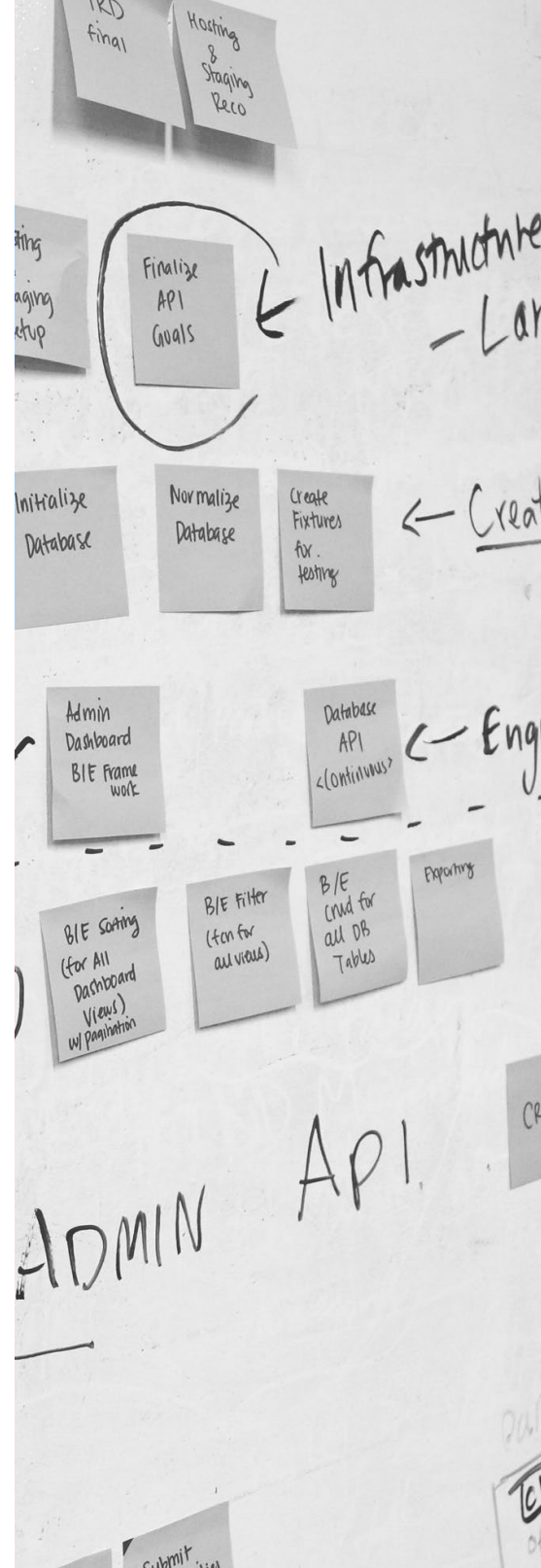
- ✔ Puntualidad en la entrega de los pedidos, que lleguen en tiempo y forma.
- ✔ Una persona más en el departamento de entregas.
- ✔ Orden en las rutas y paquetes a entregar.

¿En cuánto tiempo puedo tener el recurso que me falta?

- ✔ Puedo obtenerlo en un mes

¿Quién estará a cargo de que se cumplan todas las tareas que se deben realizar para que el objetivo se cumpla? Elige a un responsable.

- ✔ El supervisor de departamento se encargará de que los paquetes salgan a las 8.00 AM.
- ✔ El supervisor de inventarios dará una capacitación para que las líneas de empaque sean rápidas y estén en tiempo y forma.
- ✔ Se asignará un líder de rutas, quien se encargará de trazar los destinos de las unidades de manera estratégica.





Momento de crear tu estrategia: ¿QUÉ CAMINO VOY A SEGUIR?

Ahora que tienes bien identificados los recursos con los que cuentas y los que te hacen falta, además del equipo apto para lograr tus metas, es momento de **elegir la estrategia** que mejor se adapte a tu negocio y que te ayude a crecer con mayor velocidad.

Para hacerlo empieza por definir todo el proceso de compra de tu consumidor. Pregúntate:

¿Por cuál canal es más probable que me busque?

¿Cuáles son los factores internos y externos que considera para realizar la compra? (Defínelo en 3 o 5 pasos específicos y logra que tenga coherencia con lo que ofreces para que esto sea lo más real posible y logres llevar al cliente hasta la compra).



Asigna indicadores de desempeño o KPI's que te permitan verificar que esa estrategia es la correcta para ti. Deben ser claros y con tiempos realistas, como:

- Número de prospectos generados en un mes.
- Número de órdenes en comparación con el mes pasado.
- Número de ventas por canal.
- Ticket promedio de compra (te sugerimos comparar el ticket promedio del periodo actual contra el anterior).
- Medio de venta que tuvo más tickets en el mes.
- Producto más comprado en verano (o de cualquier otra temporalidad).
- Medio por el cual tuviste mayor contacto con tus clientes en el mes. Por ejemplo: Sitio web, en tienda, redes sociales, apps, etc.

KAYDU TIP: *Acelera todo tu proceso de ventas automatizando correos electrónicos, seguimiento del cliente y más acciones según tu proceso de ventas. ¡Tú eliges!*

No olvides que, aunque todos tus competidores sigan una estrategia o técnicas de venta determinadas, no debes tenerle miedo a cambiar de rumbo y seguir tu propio camino, porque el **crecimiento pertenece a aquellos que se atreven a innovar.**