

CONSIGUE MÁS REUNIONES CON CLIENTES

Hazlo simple, intuitivo y eficiente

Clientify

Tabla de contenido

Introducción.....	3
Cómo redactar y enviar una invitación para que tu contacto agende una cita.....	5
Crea tu calendario de reuniones y compartelo con tus contactos.....	8
Estrategias en tus reuniones.....	9
Objeciones, un impulso para la venta.....	13
• Objeciones más comunes y cómo rebatirlas.....	14
Tipos de cierre.....	17
BONUS:	
Utiliza nuestra plantilla de contacto para programar el envío del enlace a reuniones.....	18
5 técnicas de ventas efectivas.....	19

Introducción

Si trabajas a distancia, utilizar herramientas que te simplifiquen la vida es fundamental.

Elige plataformas que te ofrezcan todo en uno, porque **a la hora de vender hay 3 cosas importantes:**

1. Prospectar
2. Conseguir reuniones con posibles clientes
3. Resolver objeciones

Conseguir reuniones con posibles clientes y que acudan es fundamental. Es importante para ti ponérselo fácil al potencial cliente: Lejos de intercambiar varios mails para concertar una cita (y perder alguna oportunidad por el camino...), comparte enlace a tu calendario con tu horario disponible para reuniones y permítele que agende en el momento que mejor le venga.

‘Reuniones’ es fácil y sencillo.



Utiliza 'Reuniones' para hacer crecer tu negocio. Te permite automatizar tu agenda de reuniones y compartir tu disponibilidad de una forma fácil y sencilla:

- Te facilita la vida. Y a tu contacto también.
- Permites que los interesados agenden reuniones incluso antes de que tú lo sepas.
- Consigues acelerar el ciclo de ventas y cerrar más acuerdos.
- Aumentas las reuniones con prospectos y te ayuda a aumentar los ingresos.
- Retienes a tus clientes y te permite mejorar los resultados.



Crea tus
calendarios para reuniones,
añade tu disponibilidad y compártelos por mail, WhatsApp o como enlace en tus comunicaciones favoritas.
Hazlo de forma automatizada o manual.
Haz que tus contactos te reserven citas de gran valor para ti
Y que hacerlo sea más sencillo que nunca.

Cómo redactar y enviar una invitación para que tu contacto agende una cita

Para conseguir una reunión de ventas, primero tienes que iniciar una conversación con el potencial cliente.

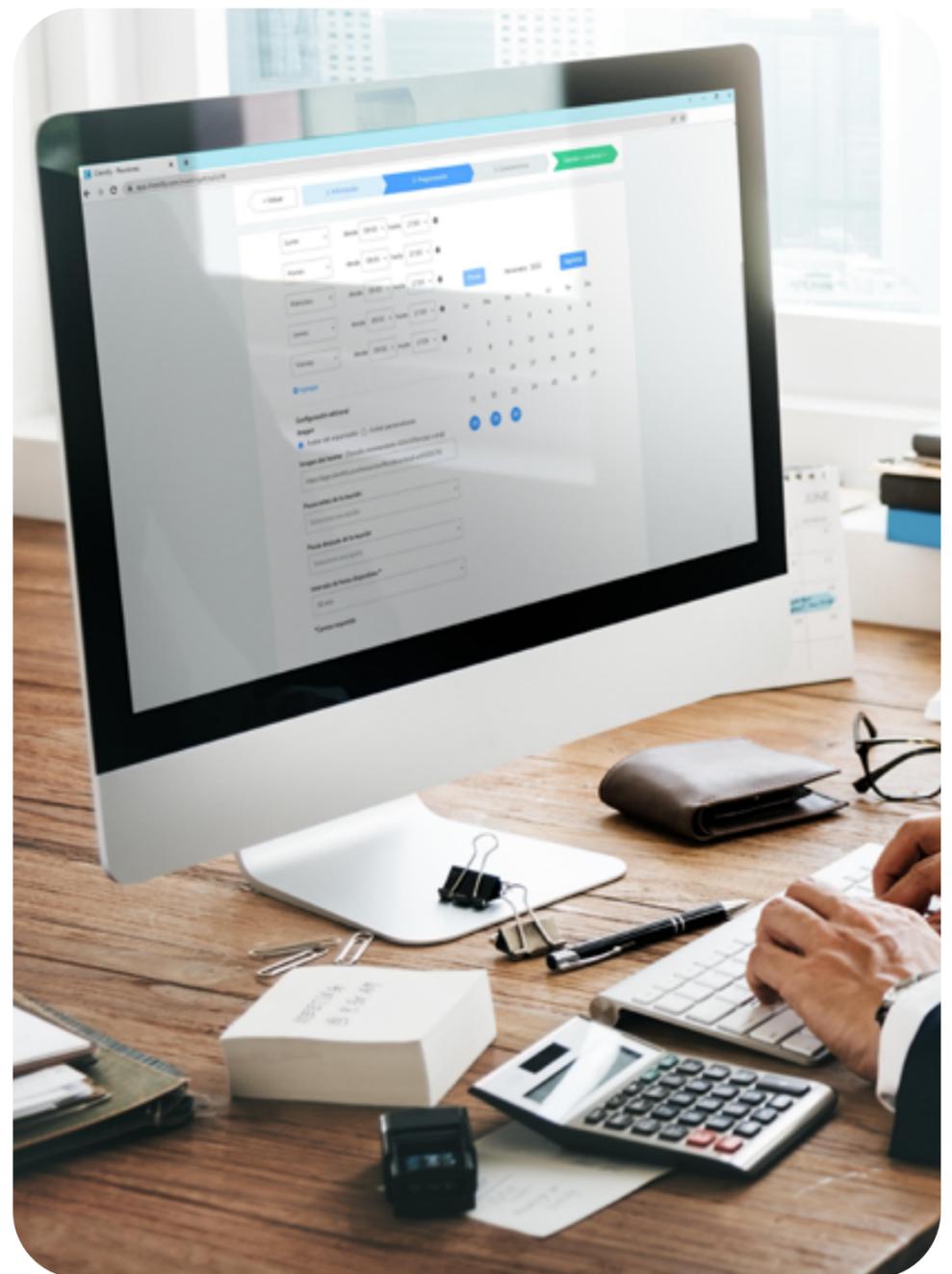
Es posible que tus contactos reciban muchas propuestas de venta durante el día, así que es importante que tu propuesta destaque entre todas para conseguir mayor tasa de éxito.

Algunos consejos que pueden servirte:

- Usa `tunombre@tudominio.com`. **Evita remites genéricos** (como `ventas@tudominio.com`).
- Si compartes el enlace por mail, elige **un asunto que sea claro y conciso** y destaque en la bandeja de entrada.
- En el cuerpo del mensaje: **Se breve, ve al grano**. Explica la finalidad de la reunión, los temas que te gustaría tratar. Todo el mundo agradece los mensajes breves. Recuerda que la longitud del mensaje juega en tu contra.



- Comparte tu enlace de **'Reuniones'** para que tus potenciales clientes puedan concertar una cita y recibir ambos, tú y él, la confirmación de la cita de una forma ágil y cómoda.
- **Ten en cuenta el tono de tu mail:** vigila cómo de **formal** o **informal** estás siendo y redacta el texto vigilando la **ortografía**.
- Aprovecha las etiquetas de combinación de Clientify y personaliza la invitación incluso de forma automatizada.
- Añade una **firma** de correo profesional en tu mail **así**. Y si lo necesitas, añade un enlace a la **landing** del producto que estés vendiendo.
- Cuando compartas el enlace a tus 'Reuniones' por canales de mensajería directa (como **WhatsApp**) puedes usar un tono más cercano, pero cuidado de no pasarte.





Recuerda no ser agresivo cuando envíes tu calendario de Reuniones:

- No escribas “Aquí tienes el enlace de programación para concertar una reunión”.
- Mejor abre la puerta de este modo: “No dude en comunicarme a qué horas estará disponible. Si le resulta más sencillo, también puede consultar mi disponibilidad en este enlace”.

Con la segunda propuesta, le estás demostrando que respetas su tiempo. Y el tuyo.

Crea tu calendario de 'Reuniones' y compartelo con tus contactos

Prepara tu enlace personalizado de 'Reuniones' y aumenta tu productividad:

- Configura las conexiones con tu espacio de trabajo (Google Workspace o Microsoft 365) y sincroniza tu calendario.
- Crea el enlace personalizado de tus reuniones.
- Crea tu calendario disponible, flexibilidad horaria y configuración adicional.
- Comparte el enlace en un email automatizado.
- Y si creas varios calendarios, aprende la diferencia entre url de agendamiento Clientify y url de agendamiento externo y elige qué etiqueta de combinación vas a compartir en cada ocasión.

La funcionalidad 'Reuniones' es una opción sencilla y muy útil dentro de Clientify para automatizar reuniones y hacerte la vida más fácil.

¿Y tú?, ¿la has probado ya?

Configura tus Reuniones siguiendo este **video tutorial**

Cada vez mas contactos prefieren comunicarse por WhatsApp.

Aprende a crear una plantilla de WhatsApp

que incluya la URL de tu reunión.

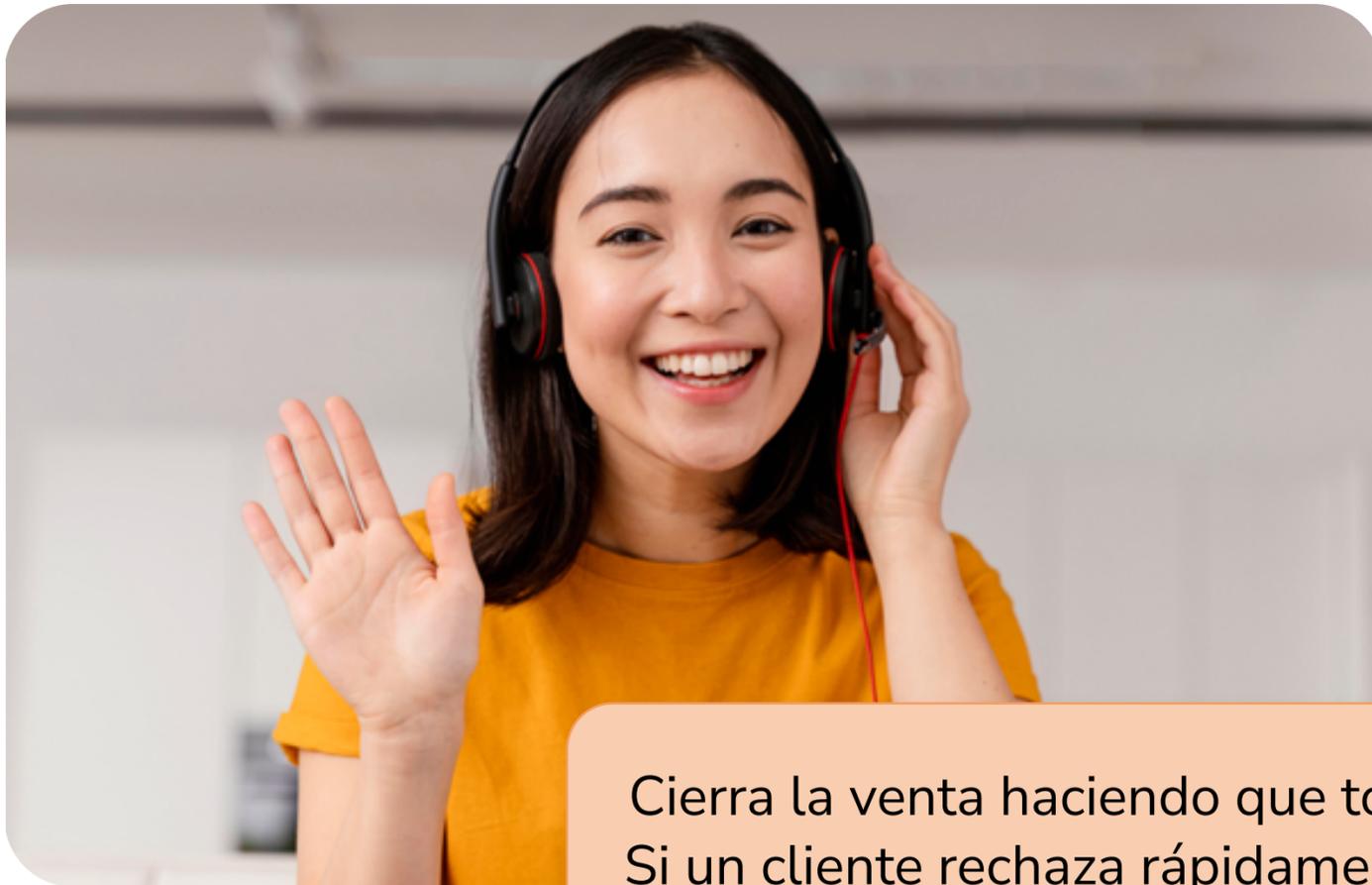
Estrategias en tus reuniones



- Prepara una lista de objeciones y cómo resolverlas (más adelante te enseñamos cómo hacerlo).
- Asegúrate que a la reunión asiste la persona que tiene la capacidad de tomar la decisión de compra. Si no está presente, es mejor posponer hasta que pueda acudir.
- Conecta con el cliente nada más empezar. Aprovecha esos minutos iniciales para 'romper el hielo'.
- Mantén a tu contacto interesado (la forma en la que actúas con un cliente potencial puede ser definitiva para que haga la compra o rompa la relación contigo).



- Escucha el 80% del tiempo. El cliente te dará mucha información sobre qué necesita, qué le preocupa y qué problema tiene que resolver. Deja espacio al cliente: En ocasiones, hablar menos y abreviar tus respuestas va a posicionarte en un mejor lugar de control de la situación. Es muy importante estar tomando notas durante la llamada de ventas de cualquier tipo, lo que apuntes es oro para la hora de la verdad: el cierre.
- Usa el 20% del tiempo restante para mostrar cómo tu solución le ayuda a resolver su problema, tu propuesta de valor y las ventajas comparativas que te posicionan. Utiliza un ritmo pausado, sosegado y seguro. Disminuye la velocidad de tu intervención, esto va a ayudarte a mostrar más credibilidad cuando respondas a las objeciones del cliente. Tómame un tiempo para poner tus ideas en calma y pensar detenidamente lo que quieres decir. Quizás el cliente no para de poner excusas. Tranquilo, es normal.
- Resuelve sus objeciones: tu habilidad para resolver objeciones sin perder la amabilidad y aportar datos te ayudarán a conseguir mejores resultados. Muéstrate razonable ante sus dudas, esto va a hacer sentir a tu cliente mucha más comprensión por tu parte.



Cierra la venta haciendo que tome una decisión. Si un cliente rechaza rápidamente lo que le estás ofreciendo, puede que:

- Aún no estuviera preparado para la compra.
- Tu producto no soluciona su problema.

Asegúrate de no vender algo que el cliente no necesita. Esto puede volverse en tu contra con solicitudes de devolución, reclamaciones, malas reseñas y experiencias negativas del cliente. Recuerda que hay que trabajar las relaciones a largo plazo.

Si te ocurre con cierta frecuencia, que tu producto o servicio soluciona su problema pero el cliente no termina de realizar la compra, revisa:

- Quizás estés recibiendo leads que no están preparados para la compra. Revisa el lead scoring. Es posible que necesite más acciones de marketing que le preparen antes de que vendas entre a cerrar la operación.
- Si te encuentras ante un cliente con pérdida de interés, revisa tu argumentario de ventas. Asegúrate de que conoce de forma clara tu propuesta de valor y el beneficio de usar tu producto o servicio.
- Si el cliente tiene objeciones, algo que te va a ocurrir con mucha frecuencia, no lo veas como un problema. Resolver objeciones es una oportunidad para avanzar hacia el cierre de la venta. Son dolores que nuestros clientes necesitan que les ayudemos a resolver para ayudarles a cerrar.

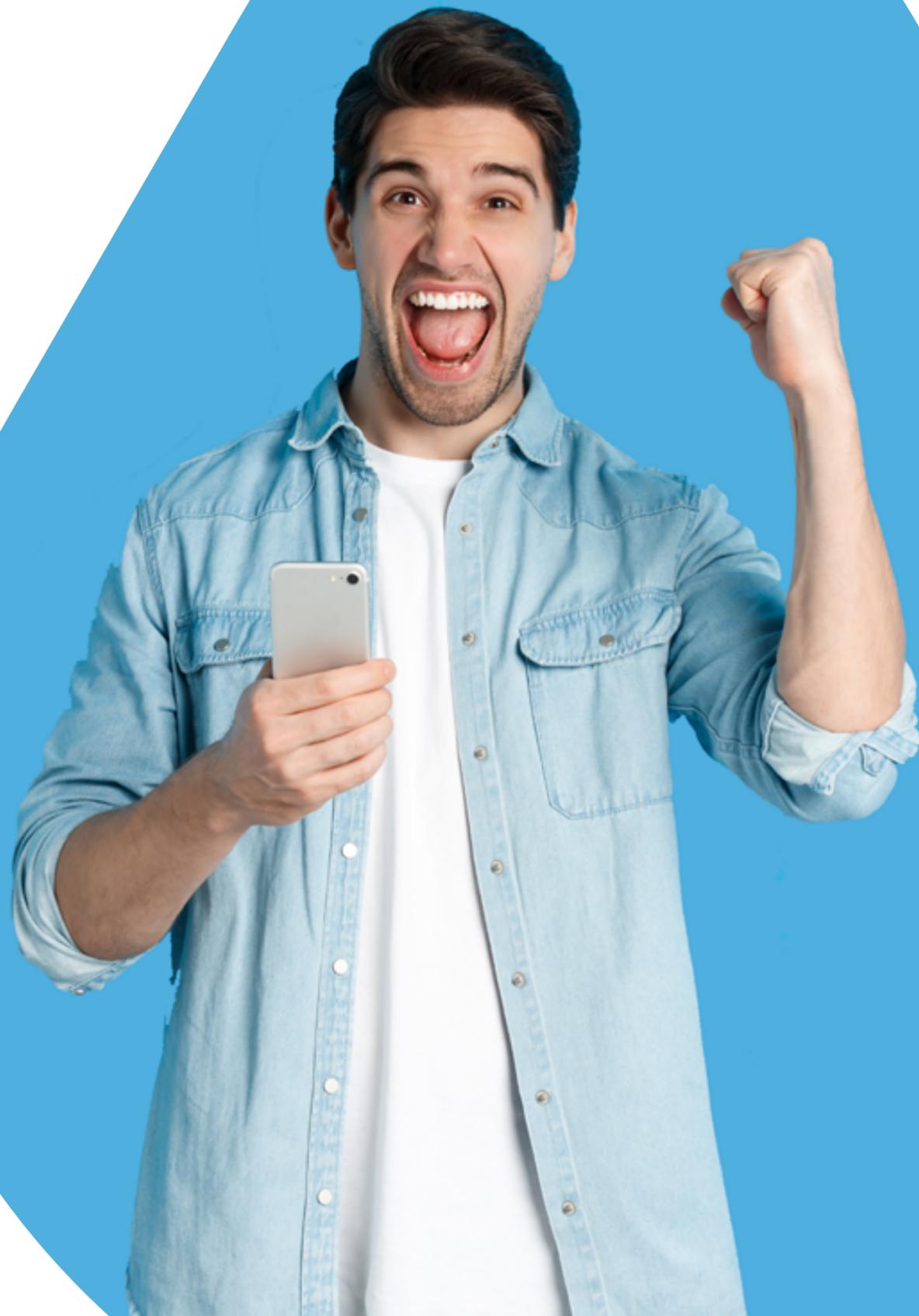


Objeciones, un impulso para la venta

Que un contacto te presente objeciones es bueno para ti. Si no te presenta objeciones, ese contacto no está listo para comprar o no está interesado en tu producto o servicio.

El cliente potencial que más te consulta sus **objeciones** es el más **cercano a la compra**. Las objeciones son un paso para la compra de tu producto o servicio digital.

Aprovecha y convierte esta objeción en un impulso para la compra.



Objeciones más comunes y cómo rebatirlas:

“Lo pensaré.”

Cómo rebatirla: no contestes: ‘perfecto, cualquier cosa me llamas, quedo a tu disposición.’

Lo correcto es utilizar por ejemplo:

- Te entiendo, no es una decisión fácil, pero el producto es lo que estabas buscando?.
- De acuerdo, pero generalmente cuando me dicen eso es porque aún te queda alguna duda, ¿puede ser?
- Estupendo, ¿te parece que mañana nos volvamos a ver? ¿te viene mejor a las 11 o a las 12h?.



“Es muy caro”

Cómo rebatirla: ve directo a sus necesidades y aumenta el valor percibido de tu producto hablando de los beneficios de tu producto, no de las características. Ofréceselo de forma que sienta que es barato comparado con todo lo que puede conseguir con él.



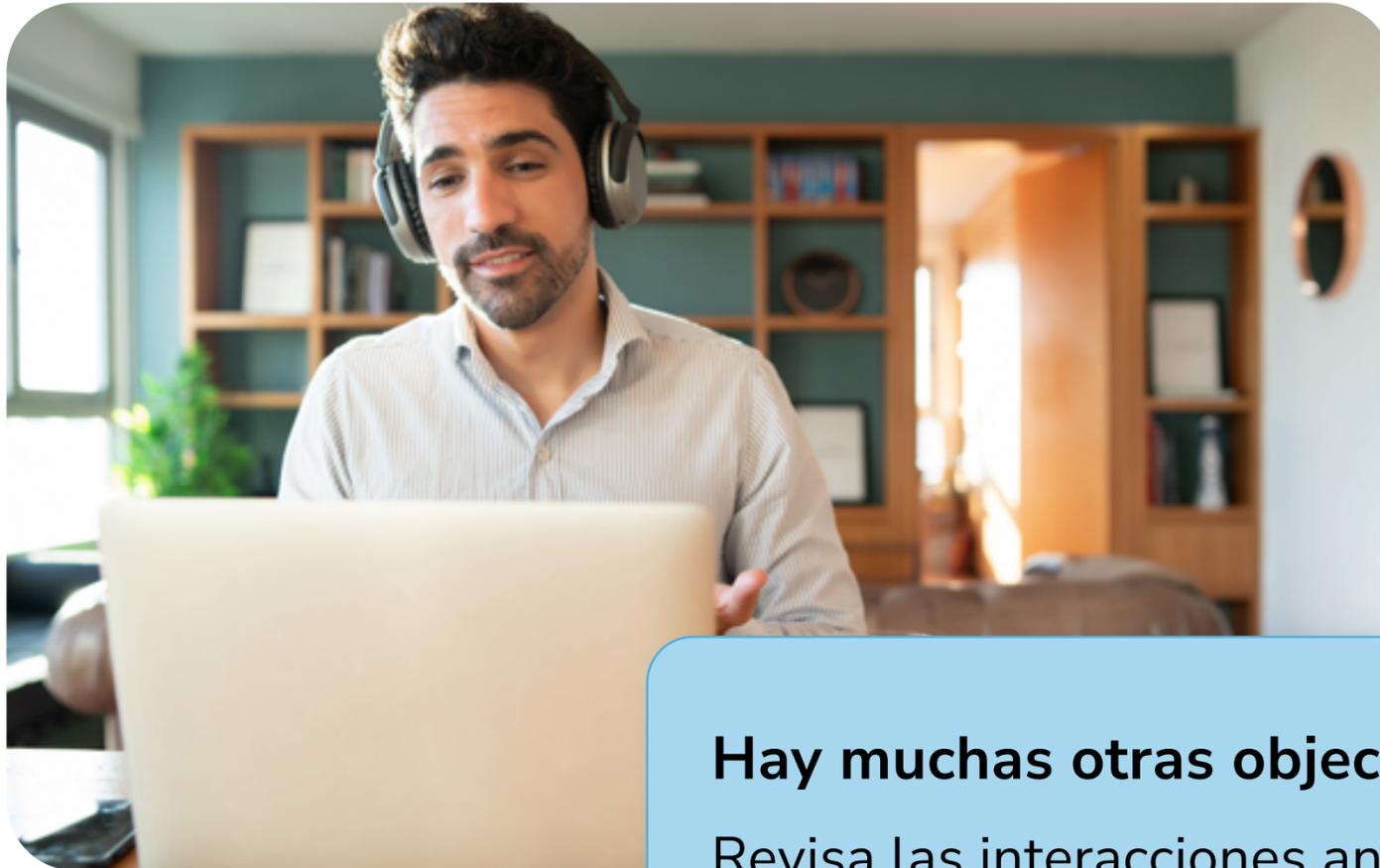
“Voy a hablarlo con... (mi mujer, mi jefe, mi departamento...)”

Cómo rebatirla: si necesita la aprobación de un tercero que toma la decisión, debes de tenerlo en cuenta y valorar realmente tu buyer persona o el potencial cliente al que dirigir todo tu argumento de ventas.



“¿Me puedes enviar esta información por correo?”

Cómo rebatirla: Mantén la calma y pregunta cuándo es el mejor momento para contactarlo. No le mandes esa información por mail porque nunca lo abrirá y tu venta no se llevará a cabo. Reagenda para otro momento posterior.



Hay muchas otras objeciones:

Revisa las interacciones anteriores que han surgido con tus clientes y potenciales clientes e identifica las objeciones más comunes. Investiga las oportunidades que perdiste e identifica las objeciones que lo causaron y busca cómo rebatirlas con éxito y práctica. Desarrolla posibles escenarios y ten las respuestas siempre a mano.

Tipos de cierre:

Además de usar las objeciones para cerrar las ventas, debes conocer los tipos de cierre más comunes. Cada cliente es diferente y reacciona de forma diferente pero, para eso tienes tus notas (las que has debido tomar mientras él hablaba, recuerdas?. Como vendedor debes tener la capacidad de dominar distintos tipos de cierre. Algunos de ellos son:

1.- Cierre directo:

“¿a qué dirección te envió la prueba gratuita?”, “¿cuándo podemos empezar?”

2.- Cierre imaginario:

“¿has pensado cómo este producto o servicio aumentará tus ventas?”

3.- Cierre alternativa:

“¿te quedas con el producto A o B?”,
“¿con la versión Light o Pro?”

4.- Cierre de cambio de precio:

“Este precio que te he dado solo se mantendrán hasta el domingo.
La nueva lista de precios se publica la semana que viene.”

5.- Cierre de pros y contras:

cuando estés en plena negociación y el cliente presente una lista de objeciones, empiezas a elaborar una lista de ventajas y le pides que haga él lo mismo con las desventajas. Como tú estás más preparado que el cliente, tu lista de pros será más completa y podrás ganar la negociación.

Recuerda que para ganar una negociación, debes dominar cómo resolver las objeciones de forma natural.

Nuestra plantilla de contacto recomendada

Hola, **[nombre del contacto]**:

Espero que te encuentres bien.

Te escribo para invitarte a una reunión el **[fecha]** para hablar sobre **[tema]**. Los puntos que me gustaría que tratáramos son:

- **[Contenido 1]**
- **[Contenido 2]**

El medio utilizado para la reunión será **[presencial/virtual]** y durará unos **[tiempo]** minutos.

Haz click en este enlace **[enlace de tu reunión personalizado]** para agendar la reunión cuando mejor te venga.

O si lo prefieres, compárteme tu enlace a Reuniones y yo agendo según tu disponibilidad.

[Tu nombre]

[Tu puesto]

[Información de contacto]

[Tu empresa]

¿Estás listo para llenar tu agenda de reuniones nuevas?

5 técnicas de ventas efectivas

¿Has tenido una reunión con un contacto, has presentado tu producto o servicio y parece que le gustó pero al final no ha comprado? Consigue más cierres con estas técnicas:

1. 'Vende' la reunión:

Envía material de alto valor antes de la reunión, explicando qué vas a hacer en esa reunión comercial para que la persona vea que vale la pena acudir. Es más fácil cerrar si ya vienen conociendo el producto y vienen con objeciones que tú tienes preparadas o con dudas que aportan mucho valor agregado.

Puedes enviar un Whatsapp como este:

hola [nombre], como estás, soy [tu nombre] de Clientify.

Te escribo porque agendaste una reunión conmigo y quiero que tengas mi contacto.

Además, te envío un video donde te explico qué vamos a ver en la cita y enlace a nuestro canal de Youtube donde puedes ver [...]

Te enviaré mas información más adelante. Puedes contactarme si lo necesitas, un saludo.



2. Vende los beneficios de tu producto:

No hables de las características del producto ni sus funcionalidades. Céntrate en los beneficios y lo que tu cliente puede conseguir tu cliente si compra tu producto o servicio.

3. Agita los puntos de dolor:

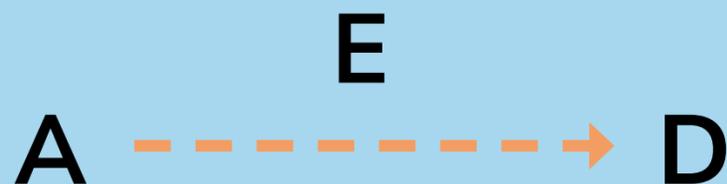
Agrava el problema para 'engancharlo'. Agita el problema y las consecuencias que tiene no solucionarlo. Demuestra que le comprendes. Cuando haces esto, estás elevando el nivel de consciencia sobre él. Tu prospecto pasa a darle más importancia de lo que tenía en origen.

Luego presenta la solución.

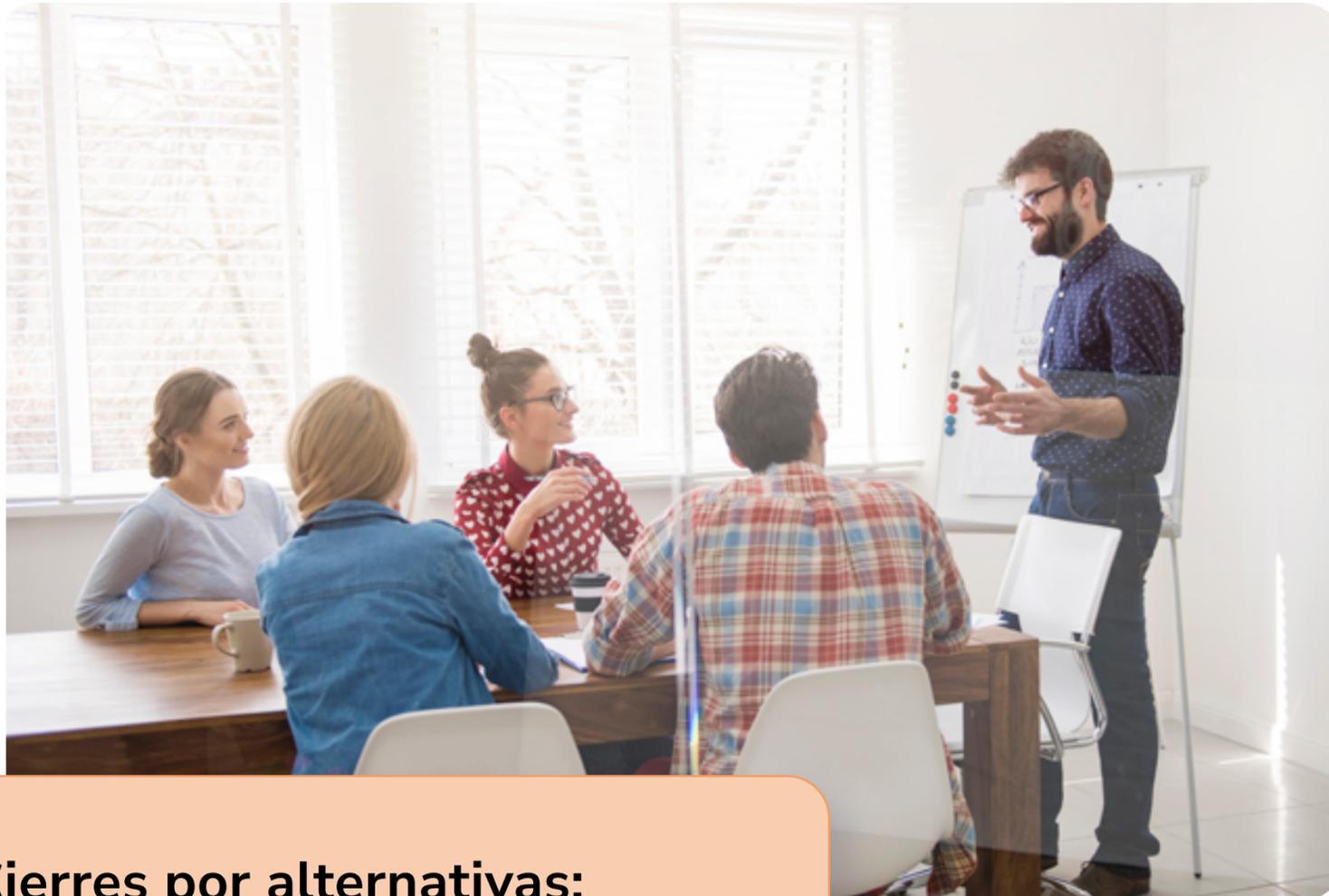


4. Vende la transformación que implica tu producto de A a B:

Cuenta la transformación que consigue el cliente al contratar tu producto o servicio. Su estructura es muy fácil de recordar:



- A de antes (cómo está el cliente antes de usar el producto o servicio).
- D de después (los resultados después de usar ese producto o servicio).
- E de experiencia o “puente” (el cambio que genera la experiencia de usar el producto o servicio).



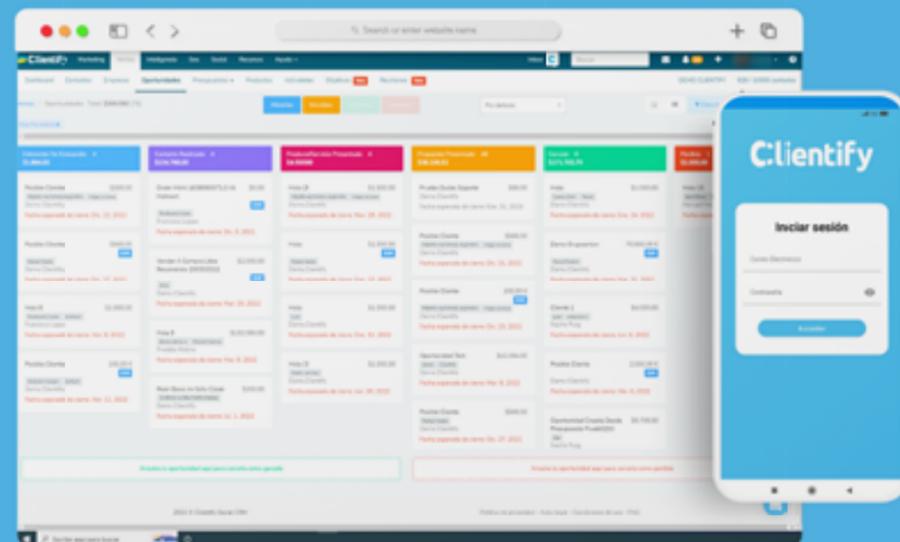
5. Cierres por alternativas:

Dale a tu cliente dos alternativas y déjale que elija la que mejor satisfaga sus necesidades. Ayudar al cliente a evaluar ambas opciones y seleccionar la que más le conviene.

Capta leads y vende más de forma simple, intuitiva y eficiente.

Clientify, la plataforma de marketing y ventas todo en uno para pymes, donde tu equipo encontrará las herramientas adecuadas para captar, vender y fidelizar más.

Prueba el mejor CRM en español.



Clientify

Voy a probarlo >>

FORMACIÓN Mejora tus resultados con Academia Clientify

Aprende e implementa estrategias y tácticas y ponlas en práctica hoy mismo. Haz más eficiente tu proceso de ventas. Consigue gratis tu certificado experto en automatizaciones, funnels y más.

Clientify
Academia

Me interesa >>

¡Síguenos en nuestras redes sociales!

