www.VirtualizaTusVentas.com

Cómo gestionar eficazmente tus

Reuniones Virtuales de Ventas

UTILIZA LA VIDEOCONFERENCIA COMO HERRAMIENTA DE VENTA



JOSÉ RAMÓN LUNA CERDÁN
Coach, Consultor y Formador Experto en Ventas

LO QUE ENCONTRARÁS

0. Una breve introducción al proceso
1. Prepara tu actitud hacia la reunión
2. Prepara el entorno de la reunión virtual
3. Prepara el contenido, mensajes y argumentos
4. Prepara la gestión de la reunión virtual de ventas
6. Check list de preparación de reuniones

Autor: José Ramón Luna Cerdán

Oportunidad de Última Hora

El COVID 19 ha supuesto un antes y un después para muchas cosas y en distintos ámbitos.

También para el sector de las ventas, la crisis actual supone un punto de inflexión y el paso a un nuevo paradigma de las relaciones comerciales.

"Los varios meses de confinamiento que han impedido cualquier tipo de contacto presencial han acelerado la adopción de los medios de comunicación virtuales como vía para poder continuar vendiendo y haciendo negocios".

Lo cierto es que el crecimeinto de **la utilización de herramientas como las plataformas de videoconferencia se ha multiplicado más que exponencialmente**. Y han llegado para quedarse, porque todos hemos podido comprobar su utilidad y las ventajas que aportan al proceso comercial.

Eso sí, **para conseguir resultados de ventas a través de estos medios virtuales, es necesario conocer cómo desenvolverse en este ámbito**. Las reuniones y entrevistas virtuales con los clientes son sensiblemente diferentes a las reuniones presenciales. El entorno virtual se caracteriza por lo siguiente:

- Las reuniones duran menos que en el entorno real
- Los participantes se distraen más fácilmente

- El entorno es más frio, como consecuencia de la lejanía con el cliente

Estas características obligan a desarrollar **estrategias que consigan "provocar el doble de impacto en la mitad de tiempo"**. Y esto no se puede improvisar. Por eso, en la venta virtual, lo verdaderamente importante es la preparación de la reunión.

Aunque la Venta Virtual es mucho más que la utilización de la videoconferencia para tener reuniones con clientes, en el presente documento nos centramos en esta importante herramienta, con el objetivo de **contribuir a que tus reuniones virtuales con clientes sean más eficaces.**

En concreto, en las próximas páginas encontrarás las mejores recomendaciones para que gestiones tus entrevistas virtuales con de manera excelente.

Esto es solo una parte de la venta virtual. Aprende más en www.VirtualizaTusVentas.com.

Para que una entrevista de ventas en remoto funcione bien, es necesario preparar cuatro cuestiones clave:



1. PREPARA TU ACTITUD HACIA LA REUNIÓN



Vender virtualmente es una cuestión de confianza. **Si no mostramos confianza en nosotros mismos y en el manejo de la tecnología, el cliente lo percibirá**. Para sentirte algo más cómodo piensa en tus clientes. Para ellos, el entorno virtual resulta también extraño. No están nada más seguros que tú y pasan por las mismas reticencias.

Lo virtual se ha convertido también en la nueva realidad de tus clientes y, puesto que tienen que seguir acometiendo sus

proyectos y satisfaciendo sus necesidades, saben que les toca resolverlas de forma remota.

Si no refuerzas la confianza en ti mismo y comienzas a utilizar los medios virtuales con soltura, tendrás que recurrir posiblemente a trucos para cerrar ventas como aplicar descuentos y esta no es la vía más rentable de vender, ¿no crees?. O peor aún, esperarás a que *"todo esto acabe"* y perderás ventas.

Es mucho mejor utilizar las videoconferencias de ventas como sustitutivas de las reuniones presenciales y ser capaz de extraer todo el valor de ellas para impactar e influir en el cliente y acompañarle en la decisiónd e compra.

Realmente, las reuniones virtuales de ventas son una oportunidad para poder conseguir resultados comerciales en momentos y situaciones en las que lo presencial pierde fuerza. Además, lo virtual aporta beneficios al proceso de ventas en términos de eficacia.

Para reforzar la confianza a la hora de realizar reuniones virtuales puedes **entrenar algunas interesantes rutinas que te generen un "estado de ánimo ganador":**

- Comienza cada día con **hábitos saludables**, hábitos que te empoderen (ducha, desayuno, ejercicio, etc.)
- Establece **rutinas para tus reuniones virtuales**, como instalarte en una sala separada para ello, conectarte con tiempo a la reunión, vestirte "para la ocasión", entrenar la voz, etc.

- Ten previstas también **rutinas para celebrar** después de cerrar ventas. Haz algo que realmente te guste y te distraiga cada vez que consigas un cierre. Esto te dará ánimo.

Las rutinas preparan tu cuerpo y tu mente y aumentan la confianza.

2. PREPARA EL ENTORNO DE LA REUNIÓN VIRTUAL

Antes de comenzar cualquier reunión virtual ordena el entorno en el que la realizarás. Es importante que estés cómodo, que proyectes una imagen profesional y que las cosas funcionen perfectamente.

En primer lugar, asegúrate de que utilizas la plataforma adecuada para la reunión. En el mercado hay muchas y muy buenas y contrastadas: Zoom, Teams, Webex, Skype, …



Sin embargo, en muchas ocasiones se utilizan otras herramientas que se han quedado ya algo anticuadas y lógicamente la experiencia no es todo lo buena que podría ser.

"Sea como sea, lo importante es que no se puede utilizar hoy como excusa la falta de tecnología para no desarrollar reuniones virtuales. Hay mucha tecnología buena, bonita y barata".

Lógicamente **debemos tratar siempre de utilizar la mejor herramienta, pero tenemos que conocer todas** las que hay para sentirnos cómodos en cualquier entorno.

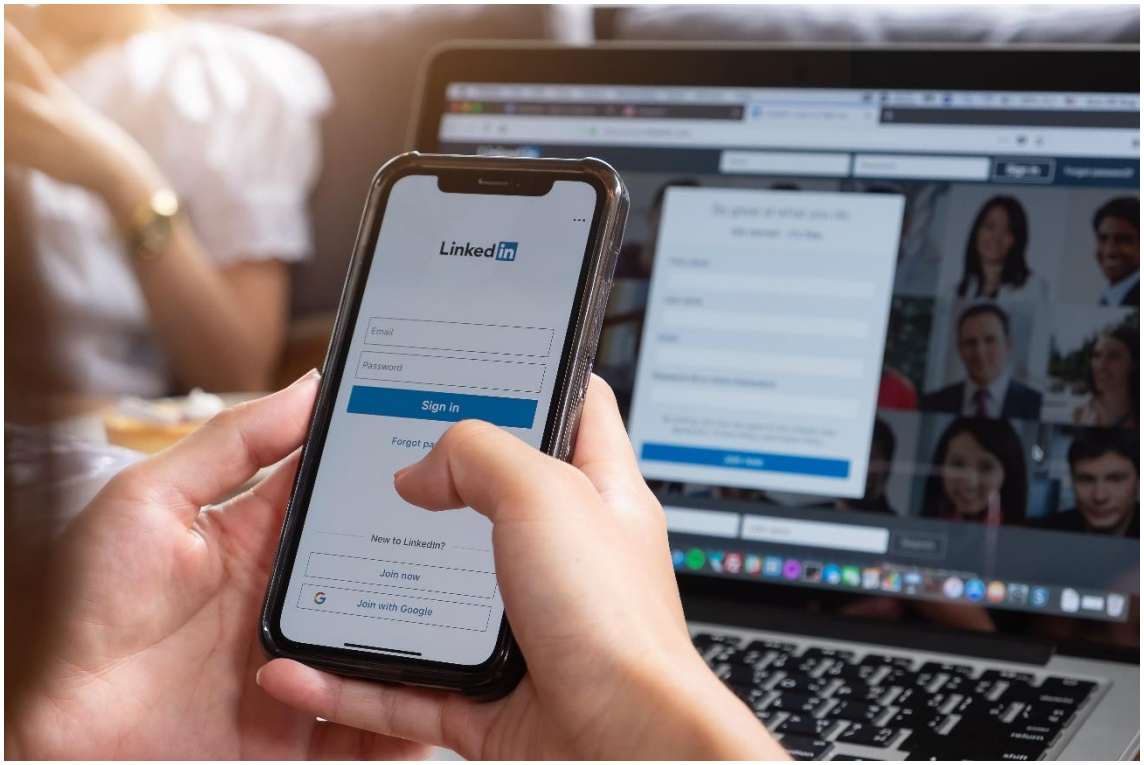
Además de la plataforma de videoconferencia que utilizarás para tu reunión, es necesario **asegurar también otros detalles importantes del entorno:**

- Comprueba que tu **cámara de video y el sonido** funcionan
- Revisa los parámetros de la **configuración de la reunión**
- Si la **conexión a internet** es mala, entra a la reunión por teléfono (todas las plataformas te dan esta opción)
- Comprueba la **iluminación** y, sobre todo, evita tener contraluz (nunca la fuente de luz detrás de ti, sino delante)
- Cuidado con **el fondo** (lo que se ve detrás de ti en la pantalla). Vigila que ofreces una imagen profesional y si, por lo que sea, no estás en el mejor sitio en el momento de la reunión, utiliza alguno de los **"fondos virtuales"** que te suelen ofrecer las plataformas de videoconferencia (por ejemplo, Zoom y temas ofrecen la posibilidad de personalizar tu fondo).

- Verifica que no aparecerán **sonidos indeseados** durante la conferencia (por ejemplo, mascotas, electrodomésticos, etc.). Evita que entren donde realizas la reunión.
- **Desactiva las notificaciones y pop ups** de correos electrónicos, WhatsApp u otros programas. Estar atento a ellas te desenfocará de la reunión.

3. PREPARA EL CONTENIDO, MENSAJES Y ARGUMENTOS DE LA REUNIÓN

Antes de una reunión virtual de ventas es muy importante **averiguar todo lo que puedas sobre la organización y sobre la persona con la que vas a hablar.** Echa un vistazo a las webs, analiza el perfil de Linkedin de la persona y revisa la actividad que ha realizado recientemente (posts subidos, comentarios, opiniones). De esta manera tendrás muchas pistas para enfocar de forma influyente la conversación.



Por otra parte, te dediques al sector que te dediques seguro que estás acostumbrado a recibir por parte de tus clientes una serie de **preguntas y objeciones que son siempre las mismas.**

Aunque algunas de esta preguntas y objeciones pueden ser difíciles, la buena noticia es que te puedes **preparar las respuestas antes de la reunión** puesto que ya sabes cuáles son.

Es muy importante que dediques un tiempo tras cada reunión a analizar las preguntas y objeciones que han surgido y preparar la mejor respuesta de cara a la siguiente reunión con clientes. Elabora las respuestas y refuérzalas con datos y casos de éxito para ganar credibilidad.

Además de las preguntas y objeciones, **es conveniente que prepares también tu discurso de ventas.** El que venías utilizando hasta ahora puede no servir en estos momentos. Además, la venta virtual es mucho más exigente que la presencial en términos de atención del cliente. En el entorno virtual, la capacidad de atención es menor al estar sometido a muchas fuentes de distracción.

Apóyate en medios audiovisuales para realizar las presentaciones. Es muy conveniente que utilices presentaciones tipo Power Point para ir facilitando la atención y el entendimiento de tu cliente.

4. PREPARA LA GESTIÓN DE LA REUNIÓN VIRTUAL DE VENTAS

Durante una reunión de venta virtual registrarás, probablemente, menos información que en el entorno real puesto que estarás más enfocado a mirar al cliente, en compartir documentos o en manejar la tecnología. Por esto **es importante que diseñes la reunión de manera que puedas controlar la mayor cantidad posible de información.** Las opciones de **grabación** de las reuniones que contemplan las distintas plataformas virtuales facilitan esta tarea.

Además, en el entorno virtual siempre existe la posibilidad de que algo no funcione. Por este motivo es **muy importante que tengas siempre "planes B" por si algo falla.** Por ejemplo, puedes tener un video de la presentación que quieres hacer por si el "directo" falla. Puedes tener preparado el teléfono por si falla la conexión. Puedes grabar la reunión parea asegurar que no pierdes información relevante.

Recuerda: la regla de oro es estar siempre preparado.

Desde el punto de vista de la **conducción de la reunión,** es decir, del "cara a cara" con el cliente, estos son algunos consejos que te pueden resultar de utilidad:

Objetivos y agenda

- Define bien antes de la reunión el objetivo que persigues
- Comparte la agenda por adelantado con tu cliente
- Envía a todos los participantes en la reunión los datos e instrucciones claras para acceder. Así evitarás perder los 10 minutos que se suelen perder en las reuniones virtuales.
- Confirma los objetivos y la agenda de la reunión al iniciar la conversación

Generación de confianza e interacción

- Entra en la reunión 15 minutos antes de la reunión para asegurar que todo funciona y para dar soporte técnico en caso de que alguien lo necesite
- Establece como hábito entrar en la reunión con la cámara de video activada. Generarás más confianza.
- Anima a los participantes a encender sus cámaras (recuerda que el lenguaje no verbal es muy importante en la venta).
- Haz participar a todos los participantes durante la reunión
- Comparte pantalla con documentos de interés
- Utiliza todos los recursos disponibles en las plataformas (chat, sondeos, pizarras, etc.)
- Guarda la información de la reunión (grabación, comentarios del chat, anotaciones de pizarra virtual, etc.)

Cierre

- Recuerda que el fin último de una entrevista comercial es cerrar “los siguientes pasos” del proceso comercial, bien sea un pedido, una próxima reunión, una próxima gestión o cualquier otra cosa que suponga un avance.
- Anota lo que ha sucedido y la información relevante al terminar la reunión. Introduce la información en el CRM o en la herramienta de gestión comercial de la que dispongas.
- Programa el seguimiento de los compromisos asumidos en la reunión, tanto por ti como por el cliente.



CHECK LIST DE GESTIÓN DE REUNIONES VIRTUALES DE VENTAS

Nota: Marca con un tic cuando te hayas asegurado de que has comprobado cada factor

Fase 1. Antes de la reunión

- ☐ Convocatoria de reunión (incluyendo el enlace y las instrucciones de entrada)
- ☐ Mentalidad correcta
- ☐ Entorno adecuado (ruidos, luz, calidad de internet)
- ☐ Software adecuado para el objetivo perseguido
- ☐ Agenda y objetivos
- ☐ Discurso de ventas
- ☐ Respuestas a las preguntas y objeciones más comunes

Fase 2. Durante la reunión

- ☐ Entra en la reunión 15 minutos antes de la hora de comienzo
- ☐ Enciende el vídeo
- ☐ Confirma el orden del día
- ☐ Fomenta la interacción
- ☐ Comparte documentos y utiliza recursos (pizarra, encuesta)
- ☐ Guarda la información de la reunión

Fase 3. Después de la reunión

- ☐ Introduce la información importante en tu sistema de gestión comercial (CRM u otro sistema)
- ☐ Programa el seguimiento de compromisos

Autor: JOSÉ RAMÓN LUNA (jrluna@desafiocoaching.com)



Socio Director de Desafio Coaching y Fundador de La tienda del comercial.

Consultor, Coach de negocios y Formador en habilidades comerciales y directivas. Escritor y conferenciante especializado en áreas relacionadas con la Venta y el impulso de los resultados empresariales, profesionales y personales. Es Socio Director de Desafío Coaching, empresa especializada en trabajar con equipos comerciales, profesionales de la venta, emprendedores, empresarios y directivos.

Cuenta con una experiencia de treinta años en procesos de mejora comercial y de negocio. Es creador del **modelo A.R.CO de alto rendimiento comercial**, un modelo específicamente diseñado para impulsar los resultados comerciales de profesionales y organizaciones.

Comenzó su actividad como vendedor a los 16 años y desde entonces ha estado comprometido profesionalmente con el objetivo de impulsar los resultados de negocio de sus clientes. Desde el comienzo de su actividad profesional hasta ahora ha desempeñado diversas funciones en la dirección de empresas de consultoría en los ámbitos de la venta, el marketing, la calidad, laorganización, los recursos humanos y el medio ambiente.

Además, desde el principio de su actividad profesional, imparte de forma continuada, seminarios y talleres de formación comercial y directiva sobre venta consultiva y estratégica,comunicación, impulso de negocio, presentaciones, liderazgo, motivación y negociación. Ha formado a más de 15.000 profesionales y ha impartido cientos de cursos y conferencias.

Autor de los libros “Píldoras para el Éxito en la Venta” (audiolibro), “Impulsa tu Negocio de Coaching”, “Impulsa aún más tu Negocio de Coaching” y “La Gestión de Calidad en las Fundaciones”.

Su inquietud por el desarrollo de las personas y su verdadera vocación por la comunicación interpersonal, le llevó a introducirse en el ámbito del Coaching, formándose en el proceso de Coaching y profundizando en el aprendizaje del Coaching Ejecutivo, de Negocio y Deportivo.

Es además Practitioner en Programación Neurolingüística. Es miembro de la IAC, Gold Supporter de Coachville USA. Es codirector del Programa “Directivo Experto en Coaching, Soft skills e Inteligencia Emocional” del Instituto de Neurocoaching.

Contáctale en: *(Pulsa en los iconos para acceder a sus páginas)*

DESAFIO Coaching

LinkedIn

facebook

twitter

YouTube

OPORTUNIDAD DE ÚLTIMA HORA
(No te la pierdas)

Integrar la Venta Virtual a la sistemática de ventas tradicional implica conocer y poner en práctica toda una serie de elementos. Los profesionales que venden tradicionalmente y basan sus resultados en visitas con los clientes, tienen que establecer algunos cambios en sus técnicas y rutinas para conseguir los mejores resultados.

Con el fin de proporcionarte una hoja de ruta que te permita adaptarte a las nuevas exigencias de la venta e integrar la venta virtual en tu día a día, hemos desarrollado un potente Curso Online:

