

ESTABLECE  
**OBJETIVOS  
DE VENTAS**

Y APRENDE CÓMO ACELERARLOS



# ÍNDICE

---

Introducción cómo alcanzar objetivos de ventas .....	<b>3</b>
¿Qué es un objetivo de ventas y cómo definirlos? .....	<b>4</b>
Traza tu camino .....	<b>5</b>
Crear un embudo de ventas usando herramientas tecnológicas .....	<b>6</b>
¿Cuál es el siguiente paso? .....	<b>12</b>

# 1 | INTRODUCCIÓN

## CÓMO ALCANZAR OBJETIVOS DE VENTAS

### PORQUÉ DEBERÍAS LEER ESTA GUÍA

Si estás en búsqueda de nuevas estrategias que te ayuden a alcanzar tus objetivos de ventas, has llegado al Ebook correcto. A lo mejor has escuchado de un “**Embudo de ventas**” y tengas curiosidad de saber a detalle en qué consiste y cómo te puede ayudar a **incrementar las ventas** en tu empresa.



### EL PROBLEMA

Las metas y las recompensas son un ingrediente importante de la motivación en el campo de las ventas. Sin embargo, al observar una gran cantidad de empresas, es obvio que la presión para alcanzar una meta **mal gestionada** es también la receta para convertirse en un desastre.

Algunos informes recientes han identificado que la deficiente fijación de metas es un **factor** en el **fracaso** de las empresas.

### LA SOLUCIÓN

Las metas son extraordinariamente poderosas. Lo más importante sería establecerlas con base a el **proceso de compra de nuestra compañía**.

Primero debe quedar claro qué es un objetivo y cómo debe plantearse. En este material encontrarás toda la información que necesitas, incluyendo algunos tips y consejos que te ayudarán a lograrlo fácilmente.

### 3 DATOS CLAVES QUE APRENDERÁS



- Técnica para definir objetivos de ventas
- Cómo generar tu embudo de ventas
- Utilizar herramientas que aceleran tu proceso de ventas

# 2 | ¿QUÉ ES UN OBJETIVO DE VENTAS Y CÓMO DEFINIRLOS?

## TÉCNICA SMART

Antes de empezar a hablar sobre cómo construir un embudo de ventas que te ayude a alcanzar tus objetivos, primero debe quedar claro qué es un objetivo y cómo debe plantearse. Para hacerlo puedes guiarte de la **técnica SMART**



### (S) ESPECÍFICO:

Lo primero que debes hacer es contestar las siguientes preguntas: **¿Qué quiero lograr? ¿Con cuánto tiempo dispongo para lograrlo? ¿Qué voy a hacer para lograrlo? ¿Quién lo llevará a cabo?** Es importante que seas lo más específico y claro posible.



### (R) REALISTA:

Este punto va relacionado con el anterior, no trates de correr sin antes caminar. Analiza todos los recursos que tienes disponibles para **alcanzar el objetivo que te planteaste**.



### (M) MEDIBLE:

Lo que no se mide, no se puede mejorar, así de sencillo. Por eso es muy importante que desde el principio defines cuál será el método que utilizarás para **medir cada avance y si se cumplió con el objetivo**.



### (T) TIEMPO:

Por último, pero no menos importante, **establece un periodo para alcanzar tu objetivo**. No es lo mismo incrementar 5% las ventas en un año que en un trimestre. Llegado el momento, verifica que el objetivo se haya cumplido en el tiempo indicado.



### (A) ALCANZABLE:

Es fácil imaginar un millón de cosas que queremos lograr, pero es mejor que te enfoques en algo **específico**, así pronto estarás logrando cosas más grandes. Realiza un análisis detallado de qué estás haciendo y qué resultados obtienes.

### Define cuál es tu objetivo de venta:

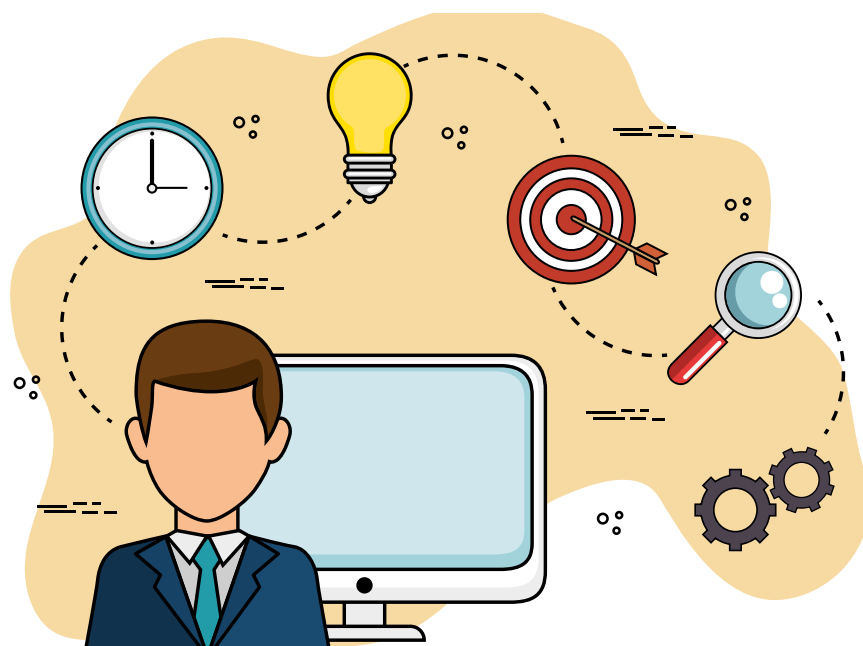
Escribir tus objetivos te ayudará a no perderlos de vista.

# 3 | TRAZA TU CAMINO

## PLAN DE ACCIÓN

Se habla mucho de la importancia de los objetivos de una empresa, que son una guía que te permite saber a dónde quieres llegar. Pero además es necesario contar con un plan de acción que te permita alcanzar esos objetivos que planteaste.

**Un embudo de ventas es precisamente ese camino que te ayudará alcanzarlos.**



## ¿Por qué es importante tener un embudo de venta para alcanzar tus objetivos?

Cuando estás vendiendo tu producto a un cliente potencial, existe una serie de pasos fundamentales para cerrar la venta, es muy importante que no te saltes ninguno de ellos, pues cada uno cumple con una función específica.

Al **estandarizar** estos pasos con un embudo de ventas, garantizas que ningún miembro de tu equipo comercial se salte alguno, con esto

**aumentarán sus cierres de venta** y les será más fácil alcanzar su meta al final del mes.

Por eso un embudo de ventas es la estrategia **ideal para alcanzar tus objetivos**. Es un camino que, si se sigue de la forma adecuada, está comprobado que aumentará tus ventas.

Un embudo de ventas es un proceso que está especialmente diseñado para que tu empresa consiga la mayor cantidad de clientes con el menor esfuerzo.



## 4 | CREAR UN EMBUDO DE VENTAS USANDO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

Implementar un embudo de ventas en tu empresa es más fácil cuando te apoyas de la tecnología para lograrlo, [un sistema CRM](#) es un excelente ejemplo de este tipo de tecnología, pues es la forma más sencilla de ponerlo en funcionamiento exitosamente.

Un [CRM es un sistema](#) con el cual todos los miembros de tu equipo pueden ver claramente cuales son los pasos a seguir en un embudo de ventas. Además les proporciona las

herramientas necesarias que les permitirán pasar fácilmente a los prospectos de una etapa a otra hasta cerrar la venta.

Por otra parte, con un **CRM** puedes ver el panorama completo de todo tu embudo de ventas: cómo está conformado, cuántas personas están en cada una de las etapas y qué están haciendo tus vendedores para **convertir a la mayor cantidad de prospectos** en clientes.

### 3 PASOS FUNDAMENTALES EN UN EMBUDO DE VENTAS Y CÓMO OPTIMIZARLOS



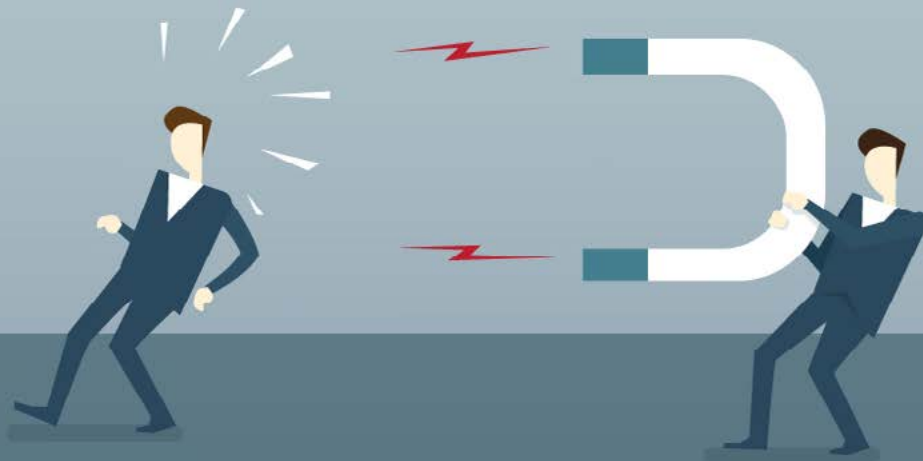
El **Embudo de Ventas** o Embudo de Conversión te permite definir el camino que debe recorrer tu cliente potencial desde la primera vez que es contactado hasta completar el proceso de venta y convertirse en un cliente.

Este método es tu **aliado para impulsar** tu estrategia comercial y acelerar la toma de decisión de compra.

Según un estudio publicado por MarketingSherpa en 2012 el **“68%”** de las empresas B2B (Business to Business) aún **no han identificado** su Embudo de Ventas.

No tener un embudo de ventas en tu estrategia comercial es equivalente a **cruzar a ciegas la autopista**. El resultado simplemente será fatal para ti y tendrás muchas **más pérdidas que ganancias**.

**Ahora vamos a entender los 3 pasos fundamentales y cómo optimizarlos.**



## PASO 1: Prospectos

Esta es la parte más ancha del embudo, el objetivo es **atraer** a la mayor cantidad de **clientes potenciales**. Es el primer contacto que tiene una persona con tu marca y como en toda primera vez, es necesario causar una buena impresión.

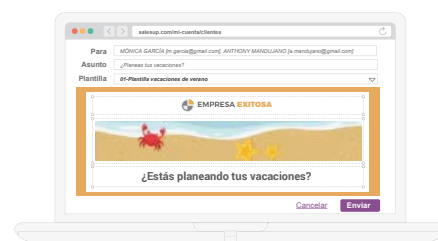
Para atraer a la mayor cantidad de personas se utilizan diferentes medios como lo son los eventos, el marketing tradicional, las redes sociales o tu página web. Una de las estrategias que mejor funciona es colocar **un formulario de contacto** en tu página web o en tu página de Facebook, literalmente es como **abrir una ventana entre tú y tu cliente**, permite que las personas interesadas en tu marca se pongan en contacto contigo.

# ¿CÓMO CREAR MÁS PROSPECTOS CON UN CRM?

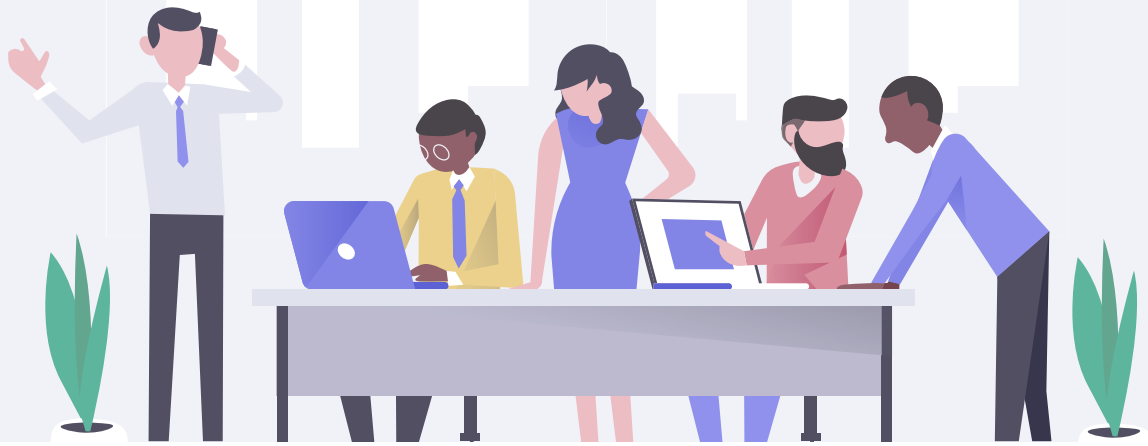
Como ya se mencionó, esta etapa del embudo es la primera interacción que existe con tu prospecto o cliente potencial. Un factor que te ayudará a causar una buena primera impresión es **un mensaje de bienvenida**. Reduce esfuerzo **automatizándolo** por medio de correos automáticos de tu CRM.

[Mira aquí cómo hacerlo.](#)

Además al conectar el formulario de tu página web con tu CRM, todos los datos de esa persona que solicitó más información **quedarán guardados de forma automática**, así poco a poco irás aumentando tu cartera de clientes, tendrás todos sus **datos de forma organizada** y podrás acceder a ellos cuando los necesites. [Ve aquí un ejemplo.](#)



Automatiza correos para reducir esfuerzos.



Gracias a la prospección tendrás una amplia lista de clientes potenciales, esto de inmediato **aumentará tus probabilidades de venta**. Sin embargo la realidad es que solo la mínima parte de esos contactos están listos para comprarte hoy, la mayor parte apenas están **descubriendo cuál es su problema o necesidad**.

Lo anterior no significa que debes descartar a esos contactos, por el contrario, debes brindarles la información para que cuando estén listos, **tú seas su primera opción**. A esta técnica se le conoce como **Lead Nurturing**, se trata de nutrir a los prospectos, brindándoles la información que necesitan en cada etapa de su proceso de compra.

## ¿CÓMO APLICAR EL LEAD NURTURING CON UN CRM?

Para aplicar la técnica del **Lead Nurturing** con los prospectos que aún no están listos para comprar, puedes **automatizar** piezas

de correos a esos contactos que contengan **información relevante** para ellos y les permita acercarse a la **decisión** de compra.

Existen 3 ingredientes fundamentales para que tu campaña de **Lead Nurturing** tenga éxito:



Contenido de valor



Personalización



Automatización

Entra [aquí](#) para acceder a más información sobre este tema, o si lo prefieres, [entra al curso gratuito de Lead Nurturing](#).





## PASO 2: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Cada vez nos acercamos más a la venta. La etapa de oportunidad es cuando explícitamente te solicitan información más detallada sobre tu producto o las diferentes formas de pago que tienes disponible. En este punto tu prospecto ya está considerando seriamente comprar tu producto.

Un elemento que te permitirá saber que ya llegaste a esta etapa es la solicitud de un **presupuesto o cotización**. Debes considerar que el tiempo puede jugar en tu contra cuando te encuentras en esta etapa, se ha comprobado que por cada minuto que se tarda en enviar una cotización, puede **disminuir hasta 3 veces** la probabilidad que tengas de cerrar la venta.

Toma en cuenta que en las ventas siempre está presente el factor emocional y este suele durar **poco tiempo**.



# ¿CÓMO APROVECHAR TUS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO?

Como ya se mencionó, el tiempo es un factor crítico en las ventas, especialmente cuando nos encontramos en esta etapa, por eso es necesario enviar la cotización cuanto antes.

Un CRM te permite crear y enviar cotizaciones personalizadas en **cuestión de minutos** y tan solo con unos cuantos clics, de esta forma incrementarás la probabilidad de cerrar cada venta. [Mira cómo crear y enviar una cotización en minutos.](#)



Cotiza en minutos e incrementa tu porcentaje de cierre de ventas.



Cuando tus prospectos ya saben que tienen un problema y que tu producto puede ayudarles a solucionarlo, es posible que te soliciten más información o una demostración, ahora lo que necesitan es un **trato más personalizado**, en donde puedan aclarar todas sus dudas antes de realizar la compra, a este proceso se le conoce como **seguimiento**.

El seguimiento es un acompañamiento al prospecto para ayudarlo a tomar la decisión de compra. Se ha comprobado que el **45% de los prospectos no compran** un producto porque no se les **brindó este acompañamiento**.

## ¿CÓMO HACER SEGUIMIENTO CON UN CRM?

El seguimiento es un paso fundamental en el embudo de venta, se necesita tener empatía con tu prospecto para lograrlo, se puede hacer desde cualquier medio, ya sea a través de una llamada o un correo electrónico.

El seguimiento es relativamente fácil cuando tienes pocos prospectos, pero cuando ya tienes una amplia lista, se empieza a complicar esta actividad y puede tomarte más tiempo del realmente necesario. Con un CRM haces **más fácil el seguimiento** porque...

- Tienes un **registro** de todos los seguimientos realizados a cada prospecto.
- Ves rápidamente a todas las **oportunidades** que no han recibido seguimiento.
- Puedes **automatizar** correos de seguimiento a tus prospectos.
- Recuerdas cada uno de tus seguimientos con las **notificaciones**.

Mira aquí cómo es más fácil brindar [seguimiento con un CRM](#)



### PASO 3: CLIENTES

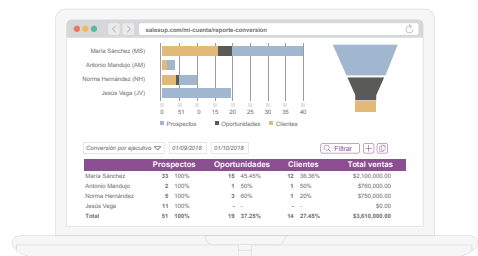
Hemos llegado al último paso del embudo, el cierre de la venta, este se caracteriza por hacer efectivo el **intercambio planteado en la cotización**, es decir, proporcionar los productos solicitados a cambio del monto de pago establecido.

Sin embargo aquí **no acaba todo**. No basta con obtener nuevos clientes, para alcanzar tus objetivos en ventas, es necesario convertir a esos clientes en **promotores fieles** de tu marca, esto se logra sorprendiéndolos con detalles inesperados.



## ¿CÓMO TE AYUDA UN CRM EN ESTA ETAPA?

Con los [reportes detallados que te brinda un CRM](#), puedes saber quienes son los clientes que más te compran y cuál es su **periodicidad**. Además puedes crear comunicaciones automáticas que estén especialmente diseñadas para estos clientes, donde les compartas tus promociones o nuevos lanzamientos.



Puedes ver cuantos prospectos y oportunidades ha generado tu empresa.

# 5 | ¿CUÁL ES EL SIGUIENTE PASO?

El embudo de ventas ofrece muchas ventajas para tu marca: Te permite monitorear tu proceso de ventas, tus estrategias están enfocada a tu cliente potencial y aumenta la productividad de tu negocio; empieza hoy mismo a construir tu propio embudo de ventas...



## Inicia tu periodo de prueba gratis

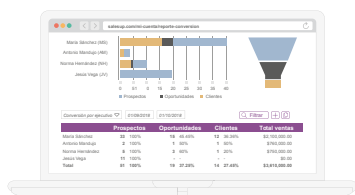
[Crea aquí tu cuenta de SalesUp!® CRM](#) con 30 días gratis, utiliza este tiempo para explorar las diferentes funciones que tiene esta herramienta y cómo te ayuda a implementar un embudo de ventas exitoso, de forma más fácil y sencilla.



## Contacta con un asesor

Si quieres saber más sobre qué es un embudo de ventas y cómo implementarlo en tu empresa de forma exitosa, contacta con alguno de nuestros asesores.

[Da clic aquí para contactar un asesor.](#)



## Ve en tiempo real cómo funciona SalesUp!® CRM

Inscríbete de forma gratuita a uno de nuestros próximos seminarios web sobre el uso de SalesUp!®, así verás de manera detallada cómo funcionan cada una de las herramientas y cómo te ayudan a ahorrar tiempo y simplificar tus procesos comerciales.

Entra [aquí](#) para ver el calendario de los próximos [seminarios web](#)

**Comienza ya tu prueba gratis y acelera tu proceso comercial**

**Pruébalo Gratis**

# INICIA TUS 30 DÍAS GRATIS

---

Podemos seguir hablando de todo lo que puedes lograr con SalesUp!® CRM, pero siempre es mejor que tu lo experimentes. Sabemos que eres quien conoce mejor lo que tu empresa necesita y seguramente sabrás identificar cómo esta herramienta ayudará a incrementar tus ventas.

Inicia hoy tu periodo de prueba de SalesUp!® CRM que incluye **30 días gratis** del sistema y **acompañamiento sin costo de un asesor**, que te ayudará a explorar todos los beneficios.

**¡Pruébalo gratis!**

[www.salesup.com](http://www.salesup.com) 

Síguenos:

