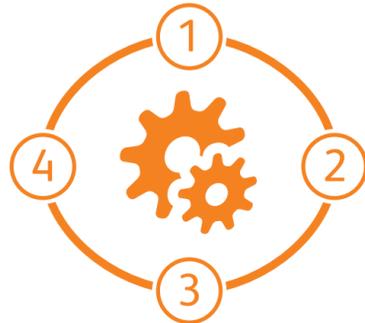


Cuatro consejos para acelerar la productividad de las ventas.

El ciclo que va desde la prospección hasta el cierre de la venta se ha complicado durante los últimos años, pero no tiene por qué ser así. Usar las herramientas adecuadas le ayudará a conectar mejor con los clientes, ampliará sus oportunidades y simplificará aún más los procesos.



El ciclo de ventas en cuatro pasos

1 Investigación: Búsqueda inteligente, información a su alcance.

Investigación: método tradicional.



Búsqueda en una **lista interminable de repositorios individuales**, sitios web y notas sobre los clientes y el sector.



Los empleados dedican **8,8 horas a la semana** a buscar información; eso hace un total de 457 horas/año.¹



El personal de ventas necesita buscar en al menos **5 repositorios** para encontrar la información.²

Investigación: nuevo planteamiento.



20.000 \$

Use **agregadores de redes sociales** para agrupar búsquedas de distintas redes sociales y herramientas de alerta integradas para enviar la información más actualizada de sus clientes y sectores e iniciar la conversación.

Los portales de ventas con agregación de redes sociales y herramientas de alerta pueden reducir el tiempo que los rep. de ventas dedican a buscar información, ahorrándoles **60' por semana**, y llegar a generar unos ingresos adicionales anuales **de hasta 20.000 \$ o más por rep. TI de PYME**.³

2 Evaluación del producto: Acompañe al cliente en el proceso.

Evaluación del producto: método tradicional.



70%



Los clientes ya **han recorrido un 70% del ciclo de ventas** antes de contratar con un representante de ventas.⁴

Tiempo perdido en **recopilar los requisitos del cliente, configurar los productos, buscar en listas de precios y rebatir las objeciones** después de averiguar la oferta de la competencia.

Evaluación del producto: método evolucionado.



Sus clientes saben más sobre su oferta y la competencia que usted mismo. **Utilice las mismas herramientas que ellos** y hágase con el conocimiento para guiar al cliente en el proceso.

Aproveche **los configuradores interactivos para crear productos** con los clientes y las herramientas de ventas para identificar argumentos competitivos.

El aprendizaje basado en el conocimiento le ayudará a captar clientes, **le convertirá en el experto** y le evitará tener una guerra de precios.

3 Presentación y propuesta: A medida y al momento.

Presentación y propuesta: método tradicional.

Cuidadosamente personalizado cada vez: los representantes de ventas crean el material y las presentaciones para cada reunión con el cliente.



Los representantes buscan por todas partes el material más reciente y **confían en que esté actualizado**.



Hasta el 80% del contenido de marketing no llega a ser usado por ventas.⁵

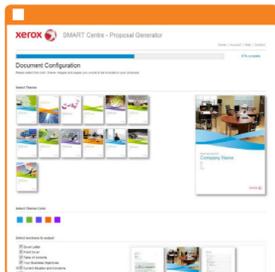


El **40%** del tiempo del representante se utiliza en generar material para el cliente.⁶

Presentación y propuesta: método rediseñado.



En **pocos pasos** puede crear y automatizar el material para el cliente y personalizarlo mediante **herramientas flexibles y compartibles**.



Genere propuestas al momento mediante su suite de recursos de marketing integrados.*

*Visite www.xerox.com/smartcentre para más información.

4 Presente su material de forma novedosa: La movilidad le permite avanzar.

Presente su material de forma novedosa: método tradicional.



Cargue el material y las presentaciones en un USB o imprima las copias y **espere que el cliente no tenga cambios de última hora**.



Cruce los dedos para que el portátil se pueda conectar a la red WiFi del cliente en la reunión.



El **70%** de los **ejecutivos de ventas** que usan tabletas reportan aumentos en las ventas.⁷

"El **mayor inhibidor** a la hora de conseguir cuota es la incapacidad para conseguir valor añadido."⁸

Presente su material de forma novedosa: nuevo proceso.



Las herramientas basadas en tabletas y móviles **marcan la diferencia**.



Use **soluciones móviles para compartir presentaciones en tiempo real**. Sin necesidad de impresiones. Gracias al 3G siempre dispone de una copia de seguridad.



Extraiga contenidos de los portales de ventas **que se ajustan al dispositivo que está utilizando**. Muestre folletos, vídeos y testimonios en todo momento con el diseño de respuesta*.

*Visite www.xerox.com/smartcentre para más información.

Para más información y consejos relacionados con la productividad de ventas, visite www.xerox.com/smartcentre.

Fuentes: ¹ Ontuitive; ² Nucleus research; ³ IDC; ⁴ Sales Executive Board; ⁵ American Marketing Association; ⁶ CMO Council; ⁷ Sales Management Association; ⁸ SiriusDecisions

©2013 Xerox Corporation. Reservados todos los derechos. Xerox® y Xerox con la marca figurativa® son marcas registradas de Xerox Corporation en los Estados Unidos y/o en otros países. BR8204 XOGIG-015A