

TÉCNICAS DE VENTAS POR REDES SOCIALES



***Presentación
e Introducción***

Bloque 1 – Oratoria en la venta.

Es el arte de expresarnos
ante un determinado público.

Persuadir

Conseguir con razones y argumentos
que una persona actúe de
un modo determinado.

NO SOLO
CONCEPTOS

Contar historias interesantes

Emoción
Quedan alojadas
en la memoria.



NO le VENDEMOS a la GENTE
sino a la MENTE



Bloque 1 – Oratoria en la venta.

Consejos prácticos

- # Esbocemos temáticas interesantes.
- # Busquemos vínculos, seamos humanos.
- # Generar conexión.
- # Mensajes claros y claves (de a poco avanzar al cierre).
- # Asociar experiencias personales.
- # En lo posible buscar una historia que sume a la venta.
- # Dar implicancia a los sentidos
(tocar el producto, mirarlo, saborearlo, olerlo, escuchar)

**Hoy compramos
EXPERIENCIAS**



Desafío y
solución

Buen vocabulario, gestos
acordes y actitud a la venta

Las técnicas de venta



1) Hacen más fácil el proceso de ventas.

2) Persuade al cliente.

3) Requieren experiencia y esfuerzo.

4) Deben enfocarse en la necesidad del cliente.



Camila Righetti

AGENCIA DE COMUNICACIÓN



¿Qué técnicas de venta se pueden usar?

Acción

1. **AIDA**
Atención, interés,
deseo y acción.

Atención

2) **AIIDA**
Atención, interés, deseo,
demostración y acción.

Interés

3) **AICDC**
Atención, interés,
convencimiento,
deseo y cierre.

4) **SPIR**
Situación, problema,
implicación y
solución.

Deseo

5) **FAB**
Características, ventajas y
beneficios del producto.



Paso a paso para la Prospección de clientes



**1. Formular la definición
de prospectos.**

**2) Búsquedas de cuentas
potenciales.**

**3) Calificando prospectos y
determinando
requerimientos probables.**

**4) Relacionar los productos
de la empresa con los
requerimientos de cada
prospecto.**



Consejos para hacer llamadas

1. Identificar a las empresas que se ajusten a tus prospectos.

2) Investiga la compañía.

3) Sé humano.

4) Prepara tus puntos de conversación con anticipación.

5) Deja un mensaje de voz.

6) Seguimiento con un correo electrónico.



Imagen corporativa

Imagen corporativa

representación

visual

valoraciones

emociones

impresiones

reputación

Percepción del usuario



Modelo de Negocio



Plataforma



Difusión



Logística



Equipo de Trabajo



Atención Online



Omnicanalidad



Generación de Contenidos



El Cliente al Centro

ECOSISTEMA E-COMMERCE



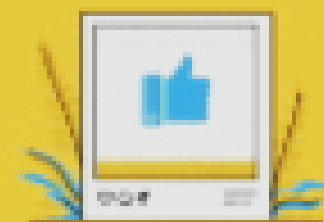
Camila Righetti

AGENCIA DE COMUNICACIÓN

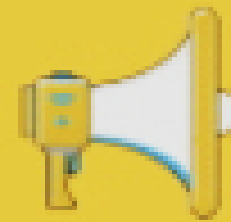
Tendencias de Marketing Digital para 2021-22



Contenidos que aportan valor



Publicidad en redes sociales



Asistentes de voz



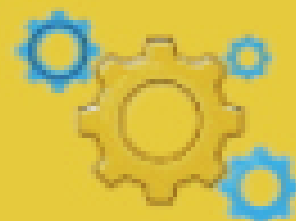
Mensajería instantánea



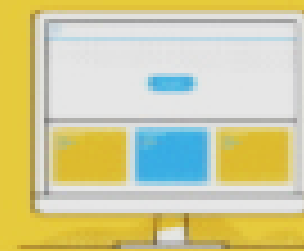
Reconocimiento de imagen



Usuario como generador de contenido



Anuncios personalizados para publicidad



Publicidad en televisión conectada



Mindful marketing, consumo sostenible

Enfoque consciente a la hora de hacer marketing, buscando generar una repercusión social positiva y alinearse con los valores que más le importan a la audiencia

