



Establecer relaciones en el entorno de ventas de hoy

con Dynamics 365, Office 365 y LinkedIn Sales Navigator

Establecer relaciones es esencial en el entorno de ventas de hoy. Sin embargo, muchos vendedores no cuentan con los recursos necesarios para mantener muchas interacciones complejas al mismo tiempo.

¿El comprador actual desea interactuar con un representante de ventas?

La relación entre compradores y vendedores se complica cada día. Toda asociación potencial requiere encontrar al comprador adecuado, conocer el negocio a fondo, hacer un seguimiento de los progresos durante todo el ciclo de compra y atraer al cliente con el contenido adecuado cuándo y cómo lo desea. Ante la necesidad de replicar esto para satisfacer las necesidades cada vez más divergentes de los compradores, la mayoría de los vendedores saben que la venta relacional (el arte de convertir clientes potenciales a través del establecimiento de relaciones a largo plazo entre el comprador y el vendedor) es una disciplina compleja.

Los compradores pueden percibir esa complejidad. Mientras que el 36 % de los vendedores cree que ha brindado una excelente experiencia al comprador durante el proceso de venta, solo el 23 % de los compradores afirmaría lo mismo.¹

A medida que la tecnología se vuelve más poderosa y omnipresente, la forma en que los compradores toman decisiones de compra sigue evolucionando. Los equipos de ventas deben emplear con urgencia las herramientas adecuadas para mantener el ritmo.

Los compradores potenciales tienen más información que nunca antes, y la están usando generosamente: la investigación indica que la mayoría de los compradores ya han avanzado un 57 % del proceso de compra antes de hablar con un proveedor.² Gartner predice que para el año 2020, los compradores administrarán el 85 % de las relaciones con los proveedores sin haber hablado nunca con una persona.

Estas dinámicas cambiantes subrayan el arte de la venta moderna: cuando es el momento adecuado, los compradores todavía quieren atención personalizada de los vendedores. Más de dos tercios de todos los compradores dicen que el compromiso de los representantes de ventas es importante para ellos.² Lo que esto nos indica es que los compradores están normalmente motivados a interactuar con los representantes de ventas solo cuando les aporte algún valor agregado. A la complejidad se suma que los compradores también están acostumbrados a la tecnología que es cada vez más fácil de usar y está interconectada. En consecuencia, tienen expectativas para cada experiencia de compra. El trabajo de un vendedor se duplica: proporcionar interacciones útiles y transacciones sin interrupciones.

Esta combinación de eficacia y eficiencia es precisamente para lo que se diseñó la solución Microsoft Relationship Sales. Al combinar el poder de la aplicación Microsoft Dynamics 365 for Sales con LinkedIn Sales Navigator, la solución Relationship Sales también se integra con Microsoft Office 365 para mejorar la eficiencia del vendedor al brindarles a los vendedores una visión global de las actividades de ventas y los datos relacionales. Mejor todavía, otorga a los vendedores los recursos que necesitan para convertir las relaciones en ingresos.



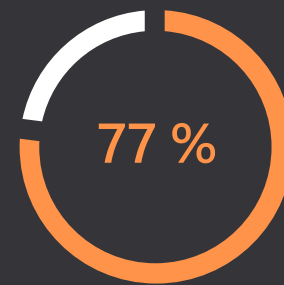
¹ Investigación de TOPO

² TOPO research, The New Rules of Engagement

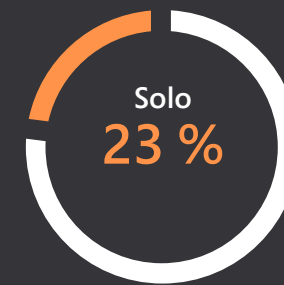
¿Todavía no está convencido de que una mejor venta relacional es clave para el éxito de una organización? **Considere estos datos.**

Dos veces

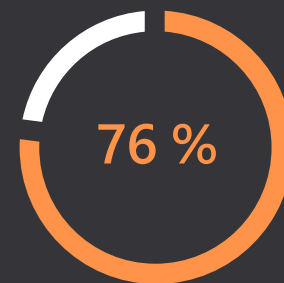
Los equipos de ventas que enfatizan el compromiso tienen más del doble de probabilidades de alcanzar sus cuotas⁴



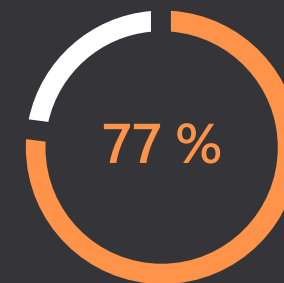
de los clientes quieren que los vendedores les enseñen algo nuevo⁶



de los clientes dicen que los vendedores proporcionaron una excelente experiencia³

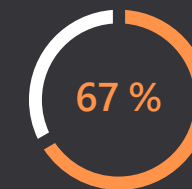


de los clientes quieren que los vendedores establezcan una relación como un asesor de confianza⁶

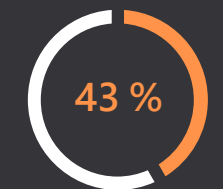


de los clientes quieren contenido de ventas personalizado⁶

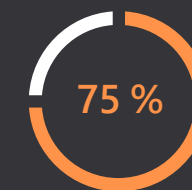
Porcentaje de vendedores que dedican su día a la interacción con el cliente



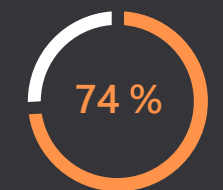
o más en organizaciones de alto crecimiento



en organizaciones de bajo crecimiento⁵



de los clientes quieren ver cómo un producto afecta específicamente a su negocio⁶



de los clientes quieren que su interés sea de un enfoque del vendedor⁶

³ Investigación de TOPO

⁴ "A New Hybrid Sales Model: Empowering Sellers to Drive Customer Engagement at Scale": entrada de blog publicada por David Held el 25 de octubre de 2017.

⁵ Investigación de TOPO: Sales Benchmark Report; Senior Product Manager, Microsoft

⁶ Investigación de TOPO, The New Rules of Engagement

¿Cómo los vendedores pueden establecer relaciones personales a través de la tecnología?

Las innovaciones en rápida evolución pueden ayudar a facilitar relaciones más sólidas con los compradores en las tres herramientas más valiosas del equipo de ventas: CRM, aplicaciones de productividad y redes sociales. Aunque la mayoría de las organizaciones tienen estas capacidades básicas vigentes, el mínimo no es suficiente para hacer crecer una operación de ventas.

Las herramientas de CRM pueden generar interacciones más significativas con los compradores, sugerir contenido pertinente y garantizar que los vendedores se reúnan con los compradores en cualquier etapa en que se encuentren en el proceso de ventas.

Las herramientas de productividad deben liberar tiempo para invertir en relaciones y facilitar que los compradores se comuniquen y proporcionen comentarios.

Las redes sociales deben tener conocimientos para permitir las conversaciones del comprador en función de lo que más les importa. ¿El objetivo final? Cada herramienta debe ayudar a los vendedores a establecer mejores relaciones y aumentar las ventas en general.

Las herramientas principales para los representantes de ventas

CRM

La mayoría de las organizaciones de ventas tienen sistemas para rastrear y administrar interacciones con compradores potenciales. Algunos simplemente confían en hojas de cálculo o plataformas de colaboración. Sin embargo, las soluciones de bajo nivel tecnológico y que no escalan plantean el riesgo de estar en desventaja con respecto a la competencia.

Nuestra solución: Microsoft Dynamics 365 automatiza las características de ventas clave, lo que garantiza que los representantes tengan más tiempo para adaptar su enfoque para cada relación de comprador única.

Productividad

La colaboración con el equipo de ventas resulta fundamental, pero se convierte en todo un desafío si usted y sus colegas van constantemente de un sitio a otro y no trabajan en el mismo lugar.

Nuestra solución: Office 365 ofrece herramientas que permiten la colaboración simultánea con su equipo en múltiples escenarios, incluidos RFP y presentaciones en SharePoint, integración perfecta con Outlook, exportación a Excel o grupos de chats a través de Microsoft Teams. Estos son esenciales para los esfuerzos de ventas descentralizados.

Redes sociales

Los vendedores inteligentes confían cada vez más en las herramientas de redes sociales para entender más sobre sus compradores objetivo. Descubrir las conexiones de los compradores y los matices organizacionales a menudo puede resultar decisivo al hacer avanzar los acuerdos.

Nuestra solución: La herramienta LinkedIn Sales Navigator puede ayudar a los representantes a identificar mejor a las empresas objetivo y sus encargados de tomar decisiones, todo ello desde Microsoft Dynamics 365.



El problema con las herramientas desconectadas

Muchas empresas mantienen separadas estas herramientas de ventas.

Sin embargo, las herramientas en silos tienen un costo para su empresa, en términos de tiempo y dinero. Tener aplicaciones empresariales desconectadas significa que los datos y los procesos están desconectados, lo que, a su vez, genera ineficiencias y pérdida de oportunidades. La salida de un vendedor disminuye cuando tienen que cambiar entre aplicaciones solo para introducir datos. Las investigaciones demuestran que los trabajadores pierden el 40 % de su productividad cuando tienen que cambiar de tarea.⁷

Además, los vendedores no disponen de una vista única de sus relaciones cuando tienen que seleccionar datos e interacciones de distintas aplicaciones. Una perspectiva incompleta de la relación con un comprador implica correr el riesgo de comprender de manera inexacta el estado de esa relación. Por ejemplo, si un CRM no extrae automáticamente el historial de participación del comprador del correo electrónico o de LinkedIn, los vendedores no tendrán la información más actualizada para llegar a clientes potenciales o cerrar acuerdos de manera eficaz.

⁷ Ventas actuales de Microsoft: cómo hacer que su equipo de ventas sea más productivo

Al considerar las herramientas de ventas integradas, céntrese en estos tres beneficios tangibles:

Mejor segmentación de oportunidades

Abrirse paso en un mercado abarrotado para encontrar compradores calificados puede ser complicado. La herramienta de ventas moderna debe permitir a los vendedores perfeccionar eficientemente los contactos adecuados y las redes de origen de ellos para crear el proceso de ventas más eficiente posible.

La solución Microsoft Relationship Sales utiliza la puntuación predictiva de clientes potenciales, mediante inteligencia artificial, para ayudar a los vendedores a encontrar e incentivar a los clientes potenciales adecuados. También proporciona una visión profunda de la red social de un contacto, lo que ayuda a los equipos a identificar a las partes interesadas adicionales y coordinar una estrategia de ventas en una organización de destino.

Conocimientos prácticos

Las herramientas de ventas avanzadas cuentan con funcionalidades sofisticadas para obtener conocimientos inteligentes de un diverso conjunto de orígenes de datos. La tecnología integrada ayuda a los vendedores a comprender mejor las necesidades de sus compradores, a proporcionar recomendaciones de contenido pertinentes e identificar las relaciones en riesgo.

La solución Microsoft Relationship Sales utiliza la IA para analizar datos de ventas, Office 365, LinkedIn e información obtenida de CRM para proporcionar una puntuación única del estado de relación. Los vendedores también reciben recomendaciones de contenido desarrolladas a partir de los comportamientos sociales o menciones de prensa de un objetivo, lo que elimina las conjeturas para elegir los temas para la próxima interacción.

Interacciones a escala

Las investigaciones demuestran que a las organizaciones les gustaría que sus representantes de ventas dedicaran un 20 % más de tiempo a la semana a interactuar directamente con los clientes existentes o los clientes potenciales. Mediante la automatización y la integración de tareas y procesos de negocio, los gerentes pueden disminuir el tiempo que los vendedores dedican a las tareas administrativas, como rellenar formularios y agregar datos a una ubicación central.

La interfaz flexible y configurable de **la solución Microsoft Relationship Sales** conecta sin problemas pequeñas tareas para reconocer ganancias significativas. Por ejemplo, el acceso a la información de Sales Navigator a través de Dynamics 365 impide que los vendedores tengan que desplazarse entre plataformas para realizar trabajos rutinarios.

La solución más inteligente: Microsoft Relationship Sales

La combinación de Dynamics 365 for Sales, LinkedIn Sales Navigator y Office 365 proporciona el tipo de integración de capacidad que puede cambiar la forma en que su equipo de ventas realiza negocios, lo que hace que las herramientas desconectadas sean un problema del pasado.

- **Microsoft Dynamics 365** proporciona las herramientas de administración de relaciones colaborativas que ayudan a los vendedores a aumentar los ingresos, concentrarse en un entorno acelerado y cerrar transacciones más rápido, todo mientras reduce los costos de adquisición.
- **LinkedIn Sales Navigator** agiliza el acceso a millones de compradores potenciales, lo que ofrece tanto información de perfil como de comportamiento que puede ayudar a los vendedores a identificar y conectar con objetivos de alto valor a escala.
- **Microsoft Office 365** consolida todas las herramientas de productividad de un vendedor en una experiencia de software que combina la funcionalidad de correo electrónico y calendario de Microsoft Outlook con la versatilidad de Excel, Word y PowerPoint.

Capacidades:

- Combine y analice flujos de datos de las tres herramientas mediante la IA y machine learning
- Acceda y edite fácilmente los documentos de Microsoft Office 365, incluidas las tablas dinámicas de Excel, desde Dynamics 365
- En el panel de correo electrónico de Outlook, vea sugerencias de temas de discusión según la actividad social del destinatario
- Asigne a la comunidad compradora y descubra nuevas oportunidades de relación mediante la obtención de conexiones de LinkedIn en Dynamics 365
- Mantenga los procesos clave de las tres herramientas en una plataforma, con lo que elimina la necesidad de cambiar tareas y paneles
- Las interfaces altamente configurables permiten la priorización visual de flujos de datos

Microsoft
Dynamics 365

LinkedIn
Sales Navigator

Microsoft
Office 365

Beneficios:

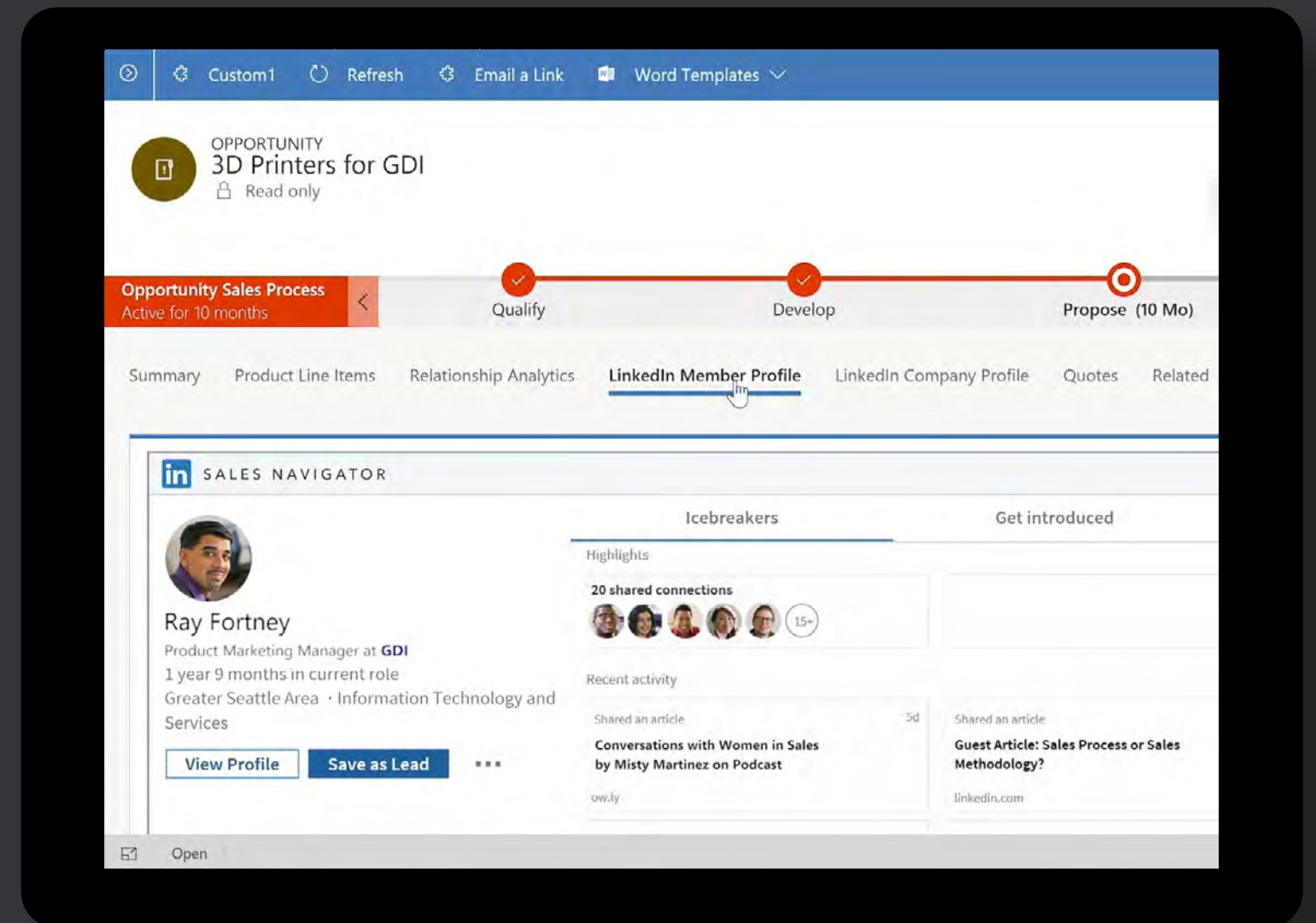
- Genere puntuaciones sobre el estado de las relaciones y puntuaciones predictivas de clientes potenciales para ayudar a sus vendedores a centrarse en las mejores oportunidades
- Inicie conversaciones más inteligentes y pertinentes al ponerse en contacto con clientes potenciales nuevos y existentes con contenido personalizado procedente del comportamiento del objetivo
- Reduzca el tiempo de incorporación y maximice la adopción de uso con opciones de ayuda contextuales en la plataforma
- Aumente la productividad diaria de los vendedores al optimizar sus tareas cruciales en una sola interfaz
- Aumente los índices de éxito al seguir las acciones recomendadas basadas en datos, como cuándo enviar un correo electrónico para asegurarse de que lo abren y leen

Cómo Microsoft Relationship Sales puede satisfacer todas sus necesidades de venta

Lo que es excepcionalmente poderoso acerca de la combinación de estas tres herramientas es la **unificación de datos**. Los vendedores ahora pueden acceder a puntos de datos críticos desde plataformas dispares en una ubicación central y, lo que es más importante, obtener información esencial extrapolada a partir de datos agregados. Los vendedores y gerentes pueden evaluar el estado de la canalización y la puntuación de clientes potenciales compiladas por procesos de IA, lo que resulta en aumentos de productividad del equipo de ventas de hasta 15 %.⁸

Estas ganancias provienen de una integración de datos en toda la plataforma. La información clave de LinkedIn Sales Navigator no se aloja simplemente en un widget dentro de Dynamics 365, sino que se utiliza en toda la plataforma para proporcionar análisis pertinentes y contextuales sobre el comportamiento de un comprador. Estos datos se extienden más allá de solo cuentas y contactos; llega a las acciones recomendadas del vendedor, lo que incluye cuándo avanzar hacia un posible acuerdo cerrado.

Los competidores más destacados se basan en asociaciones para poder ofrecer LinkedIn Sales Navigator en combinación con las funcionalidades de las herramientas de productividad. Microsoft no lo hace. Como Dynamics 365, LinkedIn Sales Navigator y Office 365 son activos de Microsoft, recibirá una experiencia única y optimizada.



⁸ Nucleus Research: Microsoft expone la estrategia de CRM de LinkedIn, julio de 2017

Notificaciones basadas en un estudio realizado el año 2017 por Nucleus Research, en el que se analizaron más de 50 casos prácticos de ROI en implementaciones de CRM realizadas entre los años 2015 y 2017. Se clasificó a las empresas por su tamaño, de pequeñas y medianas empresas a grandes empresas multinacionales. Los resultados variarán según su estrategia e implementación de CRM.

La herramienta Microsoft Relationship Sales proporciona un entorno completo para que los vendedores se comuniquen, impulsen y cierren acuerdos con clientes potenciales, todo desde una plataforma central. **Así es como funciona:**

1

Paso 1: Identificación

Al comprobar el progreso de varias relaciones clave con el cliente en Microsoft Dynamics 365, un representante de ventas se da cuenta de que, de acuerdo con los datos integrados de Sales Navigator, todos comparten una conexión común, que resulta ser un encargado de la toma de decisiones en un empresa de alto valor.

2

Paso 2: Contacto

Aún dentro de la plataforma Microsoft Dynamics 365, el representante de ventas utiliza Sales Navigator para evaluar la actividad social reciente del nuevo cliente potencial. Equipado con ideas de contenido basadas en los artículos recientemente compartidos del cliente potencial, el representante envía una nota de LinkedIn presentándose mientras se vincula con los temas sugeridos. El contacto inicial se registra en CRM.

3

Paso 3: Diálogo

Intrigado por el mensaje oportuno y adaptado del representante, el cliente potencial inicial responde al representante por correo electrónico al día siguiente. Microsoft Dynamics 365 avisa automáticamente al representante de que se recibió un correo electrónico a través de su integración con Microsoft Office 365. Con la conversación oficialmente en curso, el representante utiliza las sugerencias de perfil de Sales Navigator para incluir otros contactos clave de la empresa en el diálogo.

6

Paso 6: Supervisión

La venta se ha hecho oficialmente, pero la relación de la empresa sigue creciendo. El representante se dirige al panel de Power BI integrado para que los datos de todo el equipo revelen productos con mayor probabilidad de venta cruzada junto con recomendaciones de cuánto tiempo esperar antes de realizar un segundo enfoque. El representante marca fechas para recordar en su calendario de Outlook a fin de no perderse la próxima oportunidad.

5

Paso 5: Cierre

Con la oportunidad de ventas ahora preparada para la conversión, el representante personaliza un contrato con plantilla en CRM a través de la integración con Microsoft Office 365/Microsoft Dynamics 365. El director de ventas abre una tabla dinámica en una experiencia inmersiva de Excel desde Dynamics 365 para evaluar los últimos números de equipo y, a continuación, aprueba la propuesta de envío. El representante realiza seguimiento y el comprador sella el acuerdo con una serie de firma digital.

4

Paso 4: Impulso

Ahora comprometido con varios de los principales interesados clave de la empresa, el representante mantiene una estrecha atención en el vínculo general a través de la puntuación de estado de la relación generada por la IA de Dynamics 365. Mediante el análisis predictivo, la herramienta Dynamics sugiere que la relación está lista para una inserción de ventas más formal. Nuestro representante lleva a cabo una llamada de Skype con los principales encargados de la toma de decisiones directamente desde la plataforma para hablar sobre los próximos pasos.

Aumentar la productividad del vendedor

El desafío:

Incluso los representantes de ventas más talentosos son solo tan valiosos como el tiempo que dedican a vender. Un representante dedica hasta un 67 % de su tiempo a actividades que no están relacionadas con la venta. Al dedicar demasiado tiempo a las tareas administrativas y a cambiar entre tareas se corre el riesgo de dejar a los representantes sin tiempo para establecer relaciones duraderas. Necesitan una plataforma capaz de automatizar el tedio innecesario para dejarlo fuera de la jornada laboral mientras entregan herramientas integradas, innovación y eficiencias en todo el ciclo de ventas.

La solución:

Dynamics 365 puede reducir el tiempo administrativo de un 15 % a un 20 %, lo que significa que cada vendedor obtendrá un promedio de 53 minutos cada día.⁹ Con herramientas que guían a los vendedores a la siguiente mejor acción para realizar con los compradores, en lugar de simplemente ofrecer tecnología de entrada de datos, los equipos pueden priorizar lo que más importa y minimizar las tareas administrativas.

La ventaja:

- Envíe mensajes de InMail o correos electrónicos directamente desde Dynamics 365. Vea los datos de perfil de LinkedIn para clientes potenciales (dónde trabajan, qué hacen, dónde fueron a la escuela) directamente en su bandeja de entrada, calendario o contactos de Outlook. Envíe invitaciones de LinkedIn directamente desde Outlook, todo ello sin salir del flujo de trabajo.
- A través de la integración profunda de Excel Online, los usuarios pueden editar datos de CRM en Excel. Los representantes pueden dejar de cambiar de una aplicación a otra gracias a que Unified Service Desk proporciona una aplicación con un solo panel.
- Cree contratos o RFP directamente en CRM e inicie llamadas de conferencia con la integración de Skype Empresarial. Los vendedores pueden incluso usar los paneles de Power BI en Dynamics 365 para ver los datos del comprador en CRM, lo que ahorra tiempo valioso para encontrar contenido y productos pertinentes para la venta adicional o cruzada.
- La aplicación AI for Sales conecta fácilmente los datos con conectores prediseñados, lo que le proporciona información valiosa de inmediato.

⁹ Microsoft Research

Dynamics 365 puede reducir el tiempo
administrativo de

15 % a 20 %

lo que significa que cada
vendedor ganaría un promedio
de 53 minutos cada día.⁹

Administrar los equipos de ventas

El desafío:

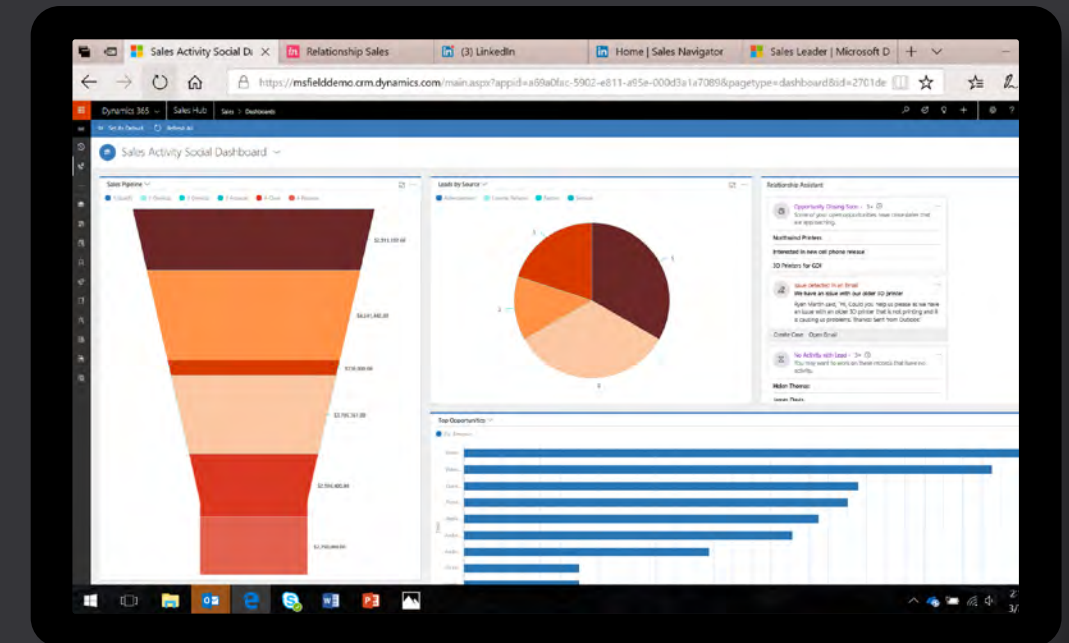
Si los representantes de ventas se enfrentan al desafío de medir el estado de varias relaciones complejas, el desafío del gerente se multiplica por la necesidad de tener una vista global de esas relaciones en muchos vendedores. Los gerentes necesitan una manera de obtener una perspectiva precisa de la actividad del equipo para garantizar que los vendedores estén alcanzando su potencial, elaborar un proceso de incorporación eficaz, proporcionar las herramientas que guíen flujos de trabajo del proceso de venta que sean coherentes y, lo más importante, ayudar a que los vendedores alcancen su potencial.

La solución:

La solución Microsoft Relationship Sales captura automáticamente en Dynamics 365 las actividades del equipo desde las aplicaciones empresariales integradas y genera informes y paneles personalizados que brindan a los líderes la información que necesitan. Los flujos guiados del proceso de ventas impulsan la coherencia entre oportunidades y ejecuciones. Además, la gamificación simplifica la incorporación de nuevos representantes a la vez que garantiza que están motivados y comprometidos.

La ventaja:

- Mediante los análisis y la visualización avanzados integrados, los gerentes obtienen una perspectiva clara de las funciones y el rendimiento del negocio.
- Utilice PowerBI en Office 365 para crear informes de pronóstico de ventas, comprender las tendencias de ventas, crear paneles de rendimiento y realizar seguimiento de las canalizaciones de ventas en tiempo real en todos los datos de Dynamics 365. Los vendedores pueden personalizar los informes para atender necesidades específicas y tomar decisiones basadas en datos.
- Establezca un enfoque coherente con las oportunidades con flujos de proceso de ventas guiados. Los vendedores pueden consolidar la coherencia de ejecución y datos en todos sus procesos de ventas y ejecutar flujos de trabajo adicionales al entrar o salir de una etapa.
- Capacite a los nuevos representantes de ventas de manera rápida y sencilla con la ruta de aprendizaje insertada para que puedan cerrar las ventas más rápido. Los servicios de soporte personalizables integrados en las aplicaciones y las instrucciones paso a paso ayudan a los usuarios a conocer los procesos específicos de la empresa.
- La ruta de aprendizaje también se puede ajustar para diferentes usuarios en función de su rol en su empresa. Motive a los vendedores con competencias divertidas y dinámicas.



Ayudar a los vendedores a identificar y llegar a mejores clientes potenciales

El desafío:

Para el éxito de un vendedor es fundamental encontrar y establecer relaciones con los clientes potenciales adecuados. Pero no solo se trata de números: los vendedores quieren vender a quienes realmente quieran comprar su producto. Sin embargo, muchos vendedores se esfuerzan para identificar a los compradores que tengan probabilidades de convertirse en clientes reales. Los representantes necesitan herramientas para generar clientes potenciales, clasificarlos y hacer que sea sencillo iniciar la conversación.

La solución:

Con Dynamics 365, puede consultar perfiles de compradores y cuentas de LinkedIn para obtener recomendaciones sobre clientes potenciales, mientras ve qué personas de su empresa tienen conexión con ese cliente potencial en LinkedIn Sales Navigator.

La herramienta Relationship Sales también permite mostrar a vendedores similares a los que se han elegido para aumentar su lista de clientes potenciales. A través de la combinación de LinkedIn Sales Navigator y Dynamics 365, la solución Microsoft Relationship Sales permite que los vendedores aprovechen la red de más de 575 millones de profesionales de LinkedIn para encontrar y seleccionar clientes potenciales de gran calidad.

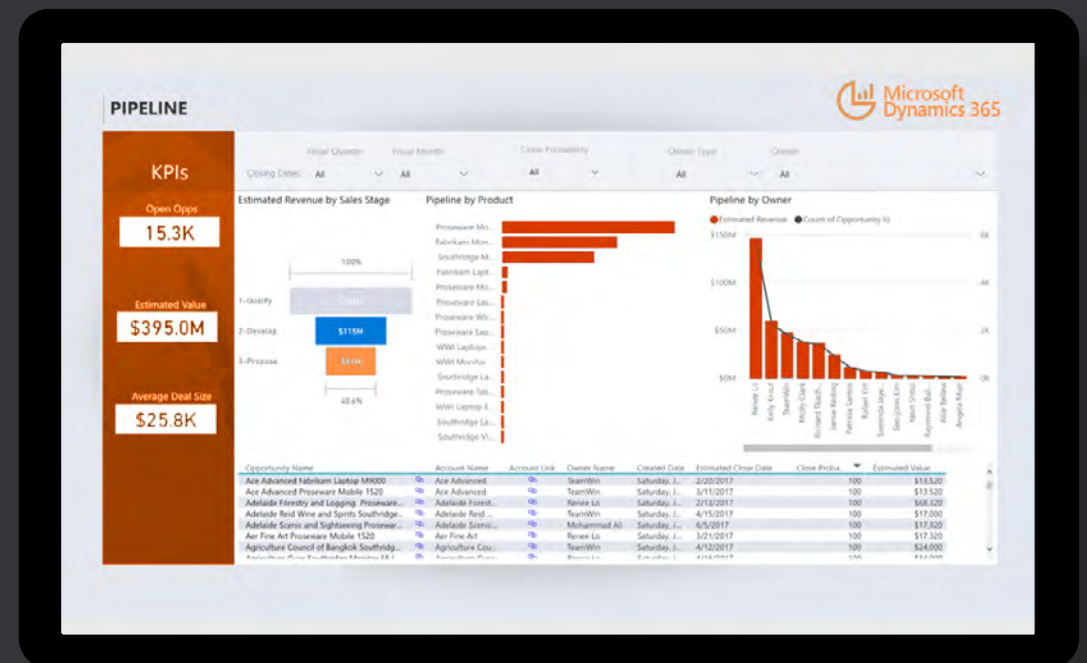
La ventaja:

- LinkedIn Sales Navigator revela las conexiones de primer grado que conoce el cliente potencial y las conexiones indirectas. Los vendedores pueden llegar a todas estas personas y solicitar una presentación personal cordial, con lo que aumentará la probabilidad de atraer al cliente potencial.
- Cuando los vendedores combinan LinkedIn Sales Navigator y Dynamics 365, sus clientes potenciales, los contactos y las datos de las cuentas están sincronizados, lo que les permite encontrar y seguir oportunidades de venta y cuentas en Sales Navigator, así como recibir recomendaciones y conocimientos sobre los clientes potenciales. El sistema les envía una notificación cuando un colega puede presentarle a un comprador, cuando este contacto deja la empresa o cuando un cliente potencial ha interactuado con un correo electrónico que enviaron.
- Aumente las conversiones y los índices de éxito al encontrar y priorizar a los clientes potenciales con la mayor probabilidad de compra con base en un conjunto más amplio de señales.

La historia de Infosys:

Observe este ejemplo: al habilitar la venta relacional con Dynamics 365 y LinkedIn, Infosys pudo conseguir tasas de éxito un 30 % más altas. El 31 % de los acuerdos que se cerraron se originó en la venta relacional. La empresa también resumió su ciclo de ventas en tres meses. En términos de ingresos, Infosys vio un crecimiento interanual de las ventas de un 87 % y un aumento en sus ingresos de 7,7 millones de libras esterlinas cada año al usar los conocimientos sobre los clientes.¹⁰

Infosys registró un aumento de ventas interanual de 87 %



Ayudar a los vendedores a establecer relaciones más fuertes

El desafío:

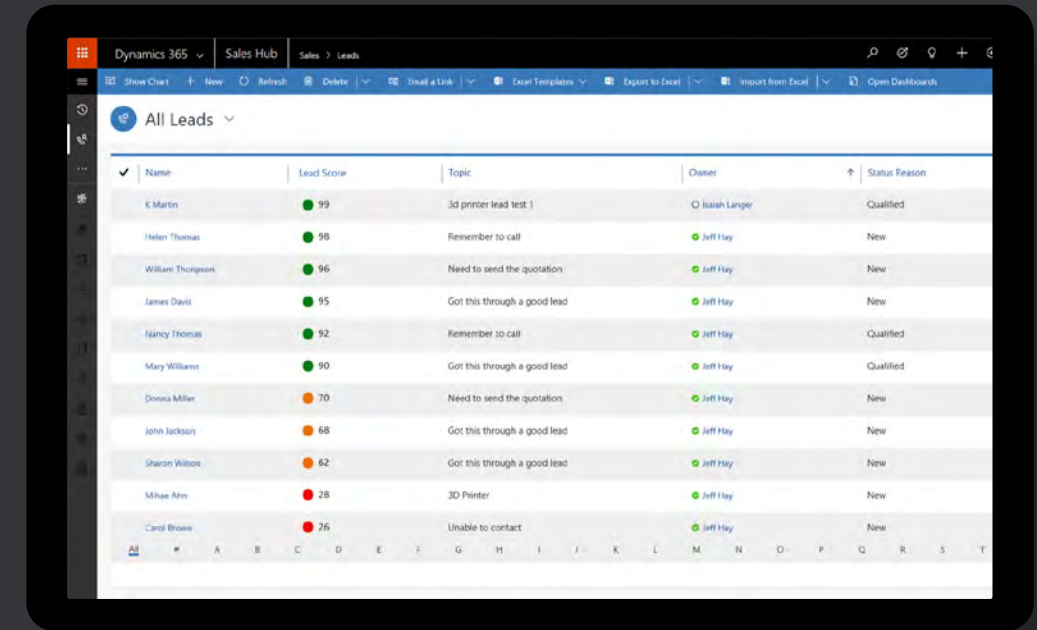
La venta relacional requiere navegar por los complejos deseos de los compradores. También implica saber qué información podría resultar útil, y cuándo y cómo esa información tendría el mayor impacto. Los representantes de ventas necesitan herramientas que otorguen un profundo conocimiento de la empresas del cliente y sus puntos débiles, que los guíen en las interacciones y que evalúen la fortaleza de cada relación, y todo en una vista resumida.

La solución:

La solución Microsoft Relationship Sales brinda a los vendedores herramientas que les permiten fácilmente estar al día con diversas relaciones complejas y conocimientos para saber cuáles serán las próximas acciones a realizar. La inteligencia artificial y el machine learning agregan un valor único a través del análisis el estado de cada relación en función de orígenes de datos integrados y al proporcionar recomendaciones para conseguir el mayor impacto.

La ventaja:

- Los datos y conocimientos obtenidos hasta el momento a partir de la integración de Office 365, LinkedIn Sales Navigator y Dynamics 365 ayudan a que los vendedores fortalezcan las relaciones y a mantener su importancia. El Asistente de relaciones les ofrece una vista única donde podrán estar al tanto de qué es importante y ver inteligencia práctica.
- Al for Sales analiza datos en varias aplicaciones para proporcionar puntuaciones del estado de la relación, por lo que los vendedores saben si un cliente potencial está en riesgo o cerca de una venta. La aplicación analiza LinkedIn, redes sociales, sentimiento del cliente, correo electrónico y mucho más para recomendar las próximas acciones recomendadas, lo que les da a los vendedores la oportunidad de una venta más inteligente.
- Haga un seguimiento de cuándo y dónde los compradores abren los correos electrónicos para optimizar las repuestas, obtenga plantillas recomendadas y sugiera los mejores momentos para enviar los correos electrónicos en función del rendimiento. Reciba recomendaciones sobre el contenido que debe compartir y oportunidades inteligentes para ventas cruzadas y ventas adicionales según las necesidades del comprador y la etapa del proceso de compra en que se encuentra.
- La solución Microsoft Relationship Sales permite que los vendedores interactúen a escala al sincronizar los datos de las relaciones entre distintos sistemas. Cuando conecta Sales Navigator y Dynamics 365, los datos de ventas se sincronizan entre las aplicaciones, lo que les permite a los vendedores localizar y hacer seguimiento de los clientes potenciales y las cuentas en cualquier aplicación, además de obtener sugerencias y comentarios sobre las oportunidades de ventas.



Mejor juntos

La venta relacional es la clave para generar ingresos en el complejo entorno de ventas actual. Los clientes esperan encontrar puntos de contacto personalizados a lo largo del proceso de compra, mientras que los vendedores deben interactuar de manera eficaz con los clientes, adaptándose a ellos. Microsoft Relationship Sales integra Microsoft Dynamics 365, LinkedIn Sales Navigator y Office 365 para hacer justo eso.

Mediante la combinación de datos y procesos entre diferentes aplicaciones, agrega un valor que no se encuentra en otras aplicaciones de manera individual ni en ninguna otra herramienta de automatización de la fuerza de ventas que esté disponible en el mercado. Una mejor productividad, la facilidad para contar con una cartera de clientes, el establecimiento de relaciones más estrechas y la administración más eficaz de las ventas contribuyen al éxito de los vendedores, que pueden centrarse en las actividades de ventas, en acortar el ciclo de ventas y en hacer crecer la empresas.

Para saber cómo mejorar la venta relacional, póngase en contacto hoy mismo con un experto de Relationship Sales.

¿Está listo para ver en acción la solución Microsoft Relationship Sales?

Para obtener más información, visite el sitio web de la solución Relationship Sales en <https://www.microsoft.com/relationship-sales>.

© 2018 Microsoft Corporation. Todos los derechos reservados. Este documento tiene fines informativos solamente. EN ESTE RESUMEN, MICROSOFT NO REALIZA GARANTÍAS EXPRESAS NI IMPLÍCITAS. Este documento se entrega "tal cual". La información y visiones expresadas en este documento, lo que incluye URL y otras referencias a sitios de Internet, pueden cambiar sin previo aviso. Este documento no le otorga derecho legal alguno a ningún aspecto de propiedad intelectual de ninguno de los productos de Microsoft. Puede copiar y usar este documento internamente como referencia. microsoft.com

