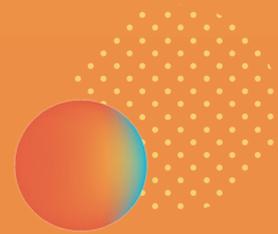


# ¿Cómo vender más y mejor tus productos o servicios?



Queremos platicarte sobre una estrategia llamada **Social Selling**, o sea, la venta a través de redes sociales. Estas plataformas tienen cada día más usuarios, todos con distinto perfil socioeconómico, lugar de origen, género y edad.



Esto ha cambiado la forma en la que nos comunicamos y obtenemos información; y en consecuencia, nuestra forma de consumir productos y servicios.



**90%**

de las personas que toman las decisiones críticas en las empresas afirman **no responder a llamadas ni correos de manera habitual.**

*“El social selling es el proceso de utilizar las redes sociales para encontrar e interactuar con los prospectos comerciales de tu negocio, con el objetivo de cerrar una venta”.*

Actualmente, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y otras redes socio digitales son el primer punto natural de contacto cuando un cliente potencial está listo para comprar.



**¿Aún no has incorporado el social selling en tu negocio?**  
Entonces estás perdiendo ventas con los competidores que ya lo hacen, ¡y no puedes quedarte atrás!

# Caso de éxito

Grupo Impactum

En 2021 una empresa agrónoma trasnacional **empezó su estrategia de social selling en LinkedIn con nosotros**. La idea principal es **establecer conexiones de alto valor** para lograr acercamientos con Directores, VP, o tomadores de decisiones.



Este contacto es complejo, ya que **se requiere de relaciones públicas, networking y tiempo para llegar a la cita esperada** con alguien de la posición deseada para presentarle concretamente tus productos o servicios.



**A través de LinkedIn, hemos logrado conectar con personas de alto nivel ejecutivo para presentar el catálogo de verduras de la empresa.**

**De 30 contactos**  
hemos crecido a  
**1133 de alta calidad;**



prospectos que posiblemente puedan tomar decisiones fundamentales, ahora **ya reconocen y aprecian a la empresa.**

Gracias a esta presencia digital, **logramos contactar al Director de Compras de una nueva startup de retail en México**, la cual se destaca entre la competencia por ser la primera franquicia de supermercados sin sucursales físicas. Se inició con mensajes directos, un poco de conversación ejecutiva, la invitación a una visita y, finalmente, la presentación formal de todo el catálogo para cerrar un acuerdo comercial.



***La relación ha crecido satisfactoriamente, y actualmente, esta franquicia se ha convertido en distribuidor exclusivo de los productos de la marca, aumentando cada semana el volumen de pedidos.***

Adicionalmente a los tratos comerciales alcanzados, **la empresa ya es miembro activo de 12 grupos y asociaciones de Productores Nacionales e Internacionales**, los cuales, inicialmente fueron contactados por medio de LinkedIn.



**Esto es posible a través de herramientas de segmentación inteligente y estratégica**, así como de creación de listas que contienen distintas variables para llegar a la persona o empresa que estás buscando, adicional al contenido e información que debes publicar.

Entre más contenido de valor proveas a tus contactos, más en serio te tomarán. **Siempre y cuando sigas una estrategia adecuada, serás capaz de conectar diariamente con un promedio de:**



**2 a 3 personas que, idealmente,**  
se convertirán en clientes potenciales.

