



# AVEXA

## ESTRATEGIA COMERCIAL

COMO PROSPECTAR  
Y CERRAR



## ¿Cómo prospectar?

Las ventas cuando somos desconocidos inicialmente llegan por recomendados o gente de confianza. El primer reto es crear ese flujo constante de interesados para posteriormente crecer y posicionar la marca.

# “Nombre sin fama es como fuego sin flama”

PASO 1: ¿Saben que existo?





# ¿Cómo llamar la atención?

Para tener la atención de tu cliente, necesitas comunicar el problema que resuelves, el deseo que haces realidad o el valor emocional y/o social que ofreces.

## ¿Que solución ofrecer?



Problema que resuelves



Deseo que haces realidad



Valor emocional o social que ofreces

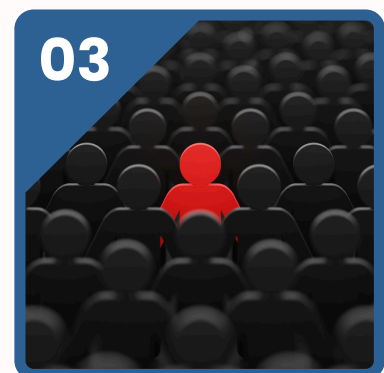
## ¿Cómo diferenciarme?



Eres el primero



Eres el mejor

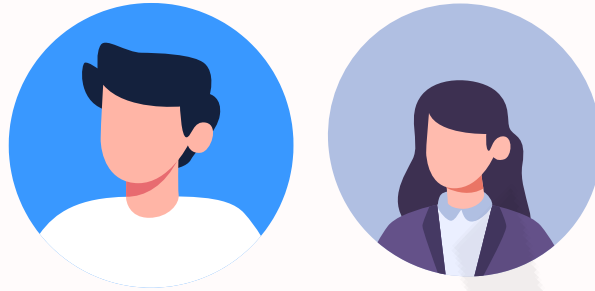


Eres muy diferente

# ¿Quién es mi cliente ideal?

Piensa en tu cliente ideal, todo esa persona que te encantaría siempre ofrecerle tu producto o servicio. Vamos a construir un arquetipo de el para identificar dolores, trabajos o alegrías que podemos ofrecerle con nuestra solución.

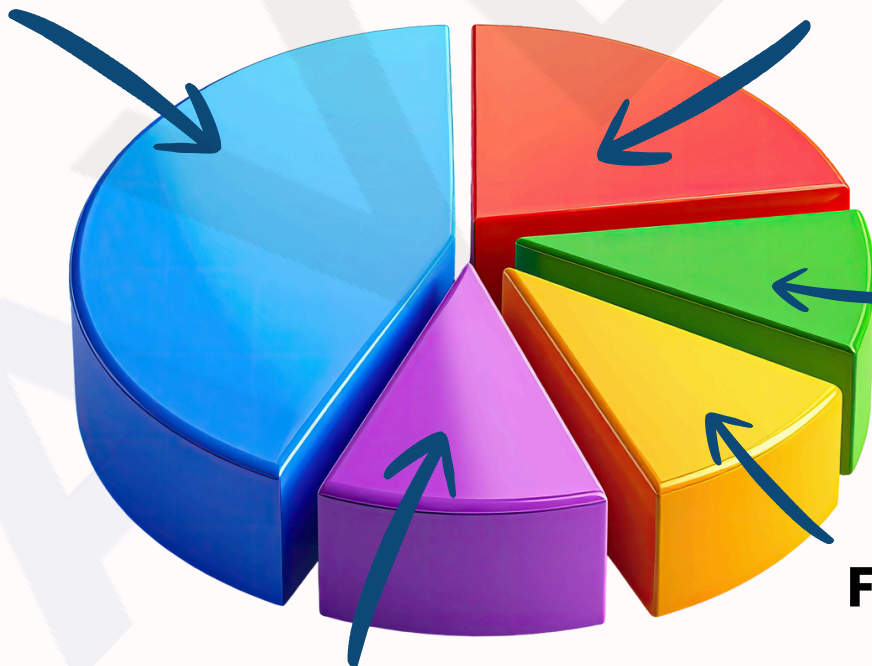
## El cliente son personas, no empresas o marcas



## Segmentos de clientes

**Cliente ideal**

**Satisfecho con la competencia**



**Inexplorado**

**Feliz solo**

**Wanna-be**



# ARQUETIPO DE CLIENTE IDEAL

Tomador de decisiones y/o Usuario

EDAD:	UBICACIÓN:
GÉNERO:	CLASE/ STATUS:
INGRESOS ESTIMADOS:	OCUPACIÓN:

## ¿QUÉ LO HACE FELIZ?

Coloca factores más allá de los obvios funcionalmente hablando. Lo relevante de este punto es colocar alegrías emocionales y sociales

## ¿QUÉ LE PREOCUPA?

Coloca miedos, barreras, obstáculos, frustraciones y riesgos que le impiden hacer sus deseos realidad

## ¿QUÉ LO MOTIVA?

Analiza porque quisiera resolver estos problemas, que lo incentiva a crecer, mejorar o resolver su problema.

## ¿DÓNDE SE ENCUENTRA?

Es importante saber ¿dónde esta tu cliente ideal? para poder estar presente en esos canales y medios.

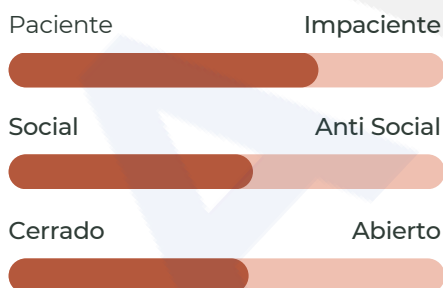
## ¿QUIÉN INFLUYE EN SUS DESICIÓN?

Investiga que personas o situaciones influyen en su toma de desiciones.

## ¿QUÉ TAREAS TIENE QUE HACER?

En lista todas las actividades que tiene que realizar tu cliente ideal para identificar dónde ayudarlo

## PERSONALIDAD



## HABILIDADES



## PASATIEMPOS



ARTE



EVENTOS



VIAJAR



NEGOCIOS



LECTURA





NOMBRE: \_\_\_\_\_

Dale un nombre a tu cliente ideal

EDAD:

UBICACIÓN:

GÉNERO:

CLASE/ STATUS:

INGRESOS ESTIMADOS:

OCUPACIÓN:



¿QUÉ LO HACE FELIZ?



¿QUÉ LE PREOCUPA?



¿QUÉ LO MOTIVA?



¿DÓNDE SE ENCUENTRA?



¿QUIÉN INFLUYE EN SU DECISIÓN?



¿QUÉ TAREAS TIENE QUE HACER?



PERSONALIDAD



HABILIDADES



PASATIEMPOS

# RUTA ESTRATEGIA COMERCIAL

## ★ ¿Qué problema resuelvo?

Define el problema que resuelves con tu producto o servicio.



## ★ ¿Cómo llego al cliente?

Define tu cliente ideal y los canales para llegar a él



## ★ Diseña tu estrategia

Crea tu diferenciador, tu mensaje, contenido y personalidad de marca



## ★ Sistema de gestión comercial

Alineado a tu sistema de gestión comercial para darle seguimiento.



# Te podemos ayudar a diseñar y ejecutar tu estrategia comercial

- ¿No estas cerrando proyectos?
- ¿La venta depende de ti?
- ¿Compites por precio?
- ¿No hay claridad de como traer más prospectos?
- ¿Saben que existes?

## Solicita tu diagnóstico comercial



Diseña una estrategia cliente céntrica, con una propuesta de valor diferenciada y un sistema de gestión comercial sostenible a lo largo del tiempo.