



► TIPS Y ESTRATEGIAS DE VENTAS DE LOS MEJORES DISTRIBUIDORES EN EL PAÍS.

FORMATO DE TESTIMONIALES... EN PALABRAS DE ELLOS MISMOS:

ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN Y VENTAS

- “Le he sacado provecho a todas mis relaciones: Familiares, amigos, conocidos, ex compañeros, socios, clientes, vecinos, etc.
Todos son clientes potenciales y se han convertido en muchas ventas”.
- “Los clientes referidos nos dan mucho resultado. Cada vez que damos un buen servicio y atención a un cliente nos ganamos su confianza, entonces le pedimos referencias de amigos, conocidos, etc para ofrecerles el servicio también”.
- “No nos quedamos solamente en nuestra ciudad, nos movemos y repetimos cada estrategia en todas las ciudades aledañas, y si tenemos que viajar lejos, llevamos tarjetas y volanteamos en ese lugar también”.
- “Le ofrecemos un porcentaje de nuestras ganancias a quien sea que nos pase un cliente y se cierre la venta (un 10% casi siempre), nuestro margen sigue siendo bueno, y es como tener vendedores por todos lados”.
- “Primero le pregunto al cliente cuáles son las necesidades, lo escucho, entonces le ofrezco el paquete exacto y le explico cómo usarlo, así no solo vendo el producto, me vendo a mí mismo como su asesor, y me gano su confianza. Y eso significa Dinero”.
- “Tengo algunos vendedores, pero cuando uno de mis clientes es especial, de mediano a grande, lo visito yo personalmente, y de preferencia me hago acompañar con un ingeniero.
Eso se ve muy bien y me ayuda a cerrar las ventas ahí mismo”.
- “Al visitar a los clientes hay que llevar muy buena presencia, suena básico, pero es indispensable, porque como te ven te tratan.
Y esto se puede trasladar a las llamadas y los mails, hay que comunicarse con propiedad”.
- “Tenemos una propia página Web a la cual pueda dirijo a mis clientes para verificar la información, sin que el cliente vaya directo a comprar al portal principal de Folios Digitales, me ha funcionado mucho, y el proveedor me lo pasó Folios, eso me dio confianza”.



- “Tener nuestra propia página web con un dominio propio, nos permite dar una imagen de localía, pero al contratarla con los de 10.5 la imagen Corporativa es la misma que la de Folios Digitales, pero las compras hechas ahí nos caen directo”.

ESTRATEGIA DE MEJORA DE COTIZACIONES Y PRECIOS DE LA COMPETENCIA

- “Nosotros si le hemos sacado todo el provecho posible a las mejoras de cualquier cotización o precio publicado, a la fecha hemos cerrado al menos 25 o 30 ventas de paquetes medianos y grandes con esto, ese comunicado nos cambió las ventas”.
- “El precio en mis clientes medianos y grandecitos nunca ha sido problema, porque la garantía de mejorar cualquier cotización la he usado una y otra vez, no se me va uno por precio”.
- “Yo a cada cliente le enseño el listapac.com, porque ven que somos de las empresas más fuertes, a muchos les preocupa más la seguridad de estar con los buenos que el precio, y a los que les importa más el precio, pido que me mejoren el precio y ya”.
- “He escuchado que algunos no venden porque otros son más baratos, a mí no se me va un cliente por eso, yo vendo mi servicio, les hago ver que yo les voy a atender personalmente no como otras marcas, y si su paquete es de cierto tamaño, solicito a folios que me igualen el precio y listo”.

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

- “Si se tiene oficina o un local, hay que colocar una Lona, o anuncio luminoso. La gente no está acostumbrada a encontrar “tiendas de factura electrónica” Así que esto puede generar confianza y posicionamiento, saben que estás ahí”.
- “Hemos hecho volanteo constante en zonas estratégicas, como negocio por negocio en las zonas comerciales, y sobre todo afuera de las oficinas del SAT, ahí jala muy bien”.
- “Cada vez que hay congresos en la zona, la mayoría son de empresarios, nos presentamos y hacemos volanteo y prospección. En un lugar tuvimos que hacer un intercambio, les damos sus facturas y nos dejan volantear en los eventos”.
- “Hicimos una alianza con un Escritorio Público frente a las oficinas del SAT, se le regaló una lona para que la pusiera en su local, y por su ubicación genera muchos interesados, él los capta, nos los pasa y si compran le damos comisión”.



- “Volanteamos afuera de cada oficina del SAT. Y si adentro les dicen que es gratis, ese argumento lo matamos con un simple - ¿No le suena raro que hoy en día alguien le ofrezca algo gratis? No se arriesgue, mejor compre a un Proveedor autorizado - . Y funciona”.
- “Nosotros nos anunciamos en la sección amarilla local, aunque parezca mentira la gente al no saber dónde comprar busca ahí.
El diseño lo pedimos al corporativo y nos lo mandaron listo y con las medidas que les pedimos”.
- “Mi coche lo aprovecho para hacer publicidad. Le mandé a hacer una calcomanía perforada especial para el medallón, al andar en la calle, me jala muchísimos clientes.
Al de mi esposa también, es como tener dos espectaculares en movimiento, y con mis datos de contacto”.

ALIANZAS CON DESARROLLADORES PARA VENDER TIMBRADO

- “Buscar alianzas con Desarrolladores que vendan Softwares de facturación, para venderles paquetes grandes de timbrado, que ellos administren por completo, o venderles una Licencia de Certificados que nos genere regalías”.
- “Hemos hecho alianzas con desarrolladores para poder vender timbrado, son paquetes que se venden muy bien. Los que no quieren aliados, les vendemos la licencia de certificados, ellos compran y nosotros ganamos regalías”.
- “Hicimos una alianza con una empresa que vende un software que genera XML 3.2, si al cliente se le hace caro el precio de un paquete de CFDi, le ofrecemos timbrados nuestros, combinado con el software de nuestra alianza”.

ALIANZAS CON CONTADORES

- “Yo hago alianza con los contadores. Visito despachos, y contadores y les ofrezco atender a sus clientes resolviendo sus necesidades de facturación.
La mayoría me pasan a sus clientes solo para quitarse ellos la responsabilidad”.
- “Para agradecer a los contadores que me pasan clientes, si un día tengo un cliente con una duda contable, le recomiendo al contador que me pasó sus clientes, es una forma de agradecerle, y eso hace que me mande más clientes”.
- “Tenemos alianzas estratégicas con algunos despachos de contadores. Les regalamos un display para sus oficinas y les ofrecemos un porcentaje de comisión por cada cliente que nos manden y nos compre”.



- “Hay contadores que al ofrecerles un porcentaje de comisión por cada cliente suyo que nos compre, nos pasan su base de datos completa para que los contactemos, y eso vale mucho”.
- “Algunos despachos contables nos ven como un oasis para resolverle a sus clientes y nos los pasan, a los más reacios, les ofrecemos un porcentaje de entre el 10% y el 15% por cada cliente suyo que nos compra eso hace que nos den más clientes”.

CAPACITACIÓN Y DOMINIO DE HERRAMIENTAS

- “Antes de contactar a un cliente me hago la pregunta ¿Qué voy a decir? Si no domino el producto solo hablo como merolico, es mejor preparar una presentación simple, y de ahí hacer preguntas y contestarlas para demostrar que se de lo que hablo”.
- “Constantemente estamos investigando, leyendo las actualizaciones fiscales, no somos contadores pero estamos enterados de lo más importante y con eso resolvemos muchas cosas. Cuando algo es complejo nos asesoramos con un contador”.
- “Nosotros capacitamos a cada cliente en dos cosas básicas importantes: ¿Cómo hacer una factura? Les ayudamos a hacer la primera por ejemplo. Y ¿Cómo cancelar una factura? Capacitarlos en lo básico nos genera clientes fieles por mucho tiempo”.
- “A los clientes no les gusta llamar al corporativo, si yo les vendí yo les tengo que atender, así que me fui a capacitar al Corporativo, es gratuita, y hoy le resuelvo a mis clientes casi todas sus dudas, hoy me siento más completo y más seguro atendiéndolos”.
- “A mí me gusta estudiar todo lo que me mandan, no voy a decir que domino los manuales, pero se dónde está cada tema, y cuando nos mandan un comunicado, lo leo y lo leo hasta que me haya grabado la información. Así atiendo mejor a mis clientes”.
- “Yo contraté un par de empleados para atender clientes, al principio no funcionaban, pero los mandé a capacitarse a Folios, y ahora son unas balas con los clientes, ya hasta nos recomiendan con otros”.

ESTRATEGIA DE ATENCIÓN PERSONALIZADA

- “Si uno de mis clientes requiere asesoría con algo un poco complicado, lo visito, hay cosas que se pueden por teléfono, pero siempre será mejor servicio visitarlo. Te gana puntos y te recomendará con sus conocidos”.



- “Nosotros ofrecemos atención telefónica a nuestros clientes a toda hora, no solo en horario de oficina, eso da una imagen de interés personalizado, incluso en fines de semana. Claro sin que afecte mi vida personal”.
- “Practicamos mucho la empatía con los clientes. Hay que entender que esto es nuevo para la mayoría, así que hay que tener paciencia con ellos y ayudarlos, es la mejor forma de ganarse su confianza y hacer clientes para muchos años”.
- “Una cosa importante que le he enseñado a mi gente es que hay que atender igual de bien a los clientes grandes y a los pequeños, todos a fin de cuentas nos van a recomendar con otros si lo hacemos bien”.

EXPLOTAR LA CALIDAD DEL PRODUCTO Y LA MARCA

- “Basamos nuestra estrategia en la fortaleza de la empresa, en los 4 años de experiencia que tiene y que la imagen institucional es muy buena. Siempre tenemos en mente que somos los mejores, si nosotros no lo creyéramos firmemente, no venderíamos tanto”.
- “Aprovechamos mucho el paquete de los 10 folios iniciales Gratis. Registramos al prospecto con nuestra Clave y con ese paquete practicamos sus primeras facturas para mostrarles qué fácil es”.
- “La nueva opción para recuperar contraseñas solo con la FIEL y el Sello es maravillosa, los clientes son necios y no guardan sus contraseñas, las pierden, y quedan gratamente sorprendidos cuando les ayudamos a recuperarla en minutos”.
- “Ofrecemos mucho el timbrado, a muchas empresas les falla la conexión con sus PACs actuales, y nuestra solución de timbrado es mucho mejor, no falla nunca, y se conecta muy fácil. Y competimos muy bien en precio”.
- “Le hago una demostración al cliente, en la que le muestro que en un minuto está hecha una factura, y que es muy fácil entrar y usar nuestro producto, les encanta verlo ya trabajando”.
- “La lista de la AMFE que está en www.listapac.com es una súper herramienta, con eso demostramos, en voz de una asociación, que somos los mejores. Las empresas malitas a lo mejor priorizan el precio, pero afortunadamente la mayoría de mis clientes esperan más un mejor producto y un buen servicio”.



ESTRATEGIA DE SOPORTE TÉCNICO

- “A mí me ha funcionado tener un ingeniero que ofrezca Soporte Técnico directo a los clientes, sin depender de Soporte Técnico del Corporativo.
Puede ser propio o un outsourcing con pago por evento. Pero como me ha ayudado”.
- “Yo tengo un conocido que es Ingeniero en sistemas y programación, le ofrecí que me asesorara en los casos que tienen que ver con cosas técnicas, y en esos caso le doy un porcentaje, y quedo muy bien con los clientes”.
- “Si no son ingenieros, hagan alianza con uno. Eso le da más dimensión a su negocio, todo en base al servicio. El ingeniero con el que trabajo, es el que se comunica con Aaron Tarello del Corporativo y entre ellos dos dejan lista la conexión, yo solo cierro la venta con el cliente, entre ingenieros se lo dejan listo al cliente y eso es todo.”

ESTRATEGIA DE SERVICIO INTEGRAL PLUS

- “Cada cierto tiempo contactamos a cada uno de nuestros clientes por mail o con una llamada, para ver cómo van, cómo les funciona el sistema o para ver si tienen dudas, eso nos gana su confianza y nos asegura la recompra”.
- “Como un plus de servicio, llevamos un registro de Vencimientos de FIEL y Certificado de cada cliente, vencimiento de vigencias, hasta fechas de cumpleaños.
Esto nos permite anticiparnos y demostrarle al cliente que estamos al pendiente de él, que nos interesa. Y lo agradecen mucho”.
- “Les damos un servicio integral, por ejemplo, le ayudamos a subir su FIEL y certificado, a configurar su usuario, si tienen logo y no está en las medidas para subirlo, le ayudamos a adaptarlo, la idea es que noten un interés genuino en ayudarles”.
- “Les ofrecemos un servicio más integral, no solo es venderles, es darles servicio, así es como se gana dinero bueno, no somos solo vendedores, somos distribuidores y damos servicio, y el dinero que ganamos mes a mes nos da la razón”.
- “Al principio nos costaba trabajo, solo lo veíamos como ventas, pero cuando comenzamos a dar servicio, las ventas comenzaron a caer solas, los clientes nos recomiendan con sus conocidos. Ya entendimos de qué se trata esto”.
- “Si es posible, coordinarse con algún contador propio o uno conocido y ofrecerle pago por evento en caso de que el cliente necesite asesoría contable, eso hace vernos como que damos servicio integral”.



ESTRATEGIA CON ACTIVACIÓN INMEDIATA DESDE INTRANET

- “La activación inmediata con una línea de Crédito nos permite ofrecer algo que nadie más ofrece y es solucionar esas "urgencias" que tienen muchos. Si tengo línea de crédito activa, les resuelvo de inmediato”.
- “La rapidez de las activaciones nos ha hecho ganarle muchos clientes a otros, porque todos los mandan a 3 o 4 días o más, y nosotros con los folios que compramos previamente, les resolvemos en minutos desde el intranet.
- “Hay clientes que cuando nos dicen que les urge y les activamos en minutos con línea de crédito, hasta impresionados se quedan. Y lógicamente nos recomiendan”.