

# Outbound Sales

3 plantillas de procesos sencillos  
de Outbound Sales



# Outbound Sales

**Outbound Sales** se refiere al proceso mediante el cual los representantes de ventas **realizan acciones directas** en los canales de ventas para **contactar y conseguir** clientes potenciales.

## Plantilla de segmentación

Embudo de conversión que segmenta el estado de compra del posible cliente

## Plantilla de webinar

Embudo de conversión que atrae a posibles clientes interesados

## Plantilla de informe

Embudo de conversión que atrae y define el estado de compra del posible cliente

# Importante

Las plantillas que vas a ver a continuación, te van a servir de base en el desarrollo de tu proceso de **Outbound Sales**.

He establecido **tres procesos** que se pueden aplicar en la **gran mayoría de sectores** y en **ventas B2B**.

En función de tu sector, mercado, competencia y plan estratégico de tu empresa **habrá que incluir determinadas acciones que complementen** las acciones propuestas en las plantillas como:

- **Social Ads**
- **Retargeting**
- **Marketing de contenido**
- **Automatización de acciones**
- **Etc.**



# Segmentación de clientes

## OBJETIVO 1

Clasificar a los posibles clientes en función de su estado frente al ciclo de compra

## OBJETIVO 2

Aumentar la base de datos de posibles clientes (leads)

## OBJETIVO 3

Aumentar la productividad y ratio de cierre de ventas debido a la segmentación automatizada de la base de datos

# Puntos claves

Segmentación inicial



Detección de puntos de dolor



Clasificación de contactos



# Errores a evitar



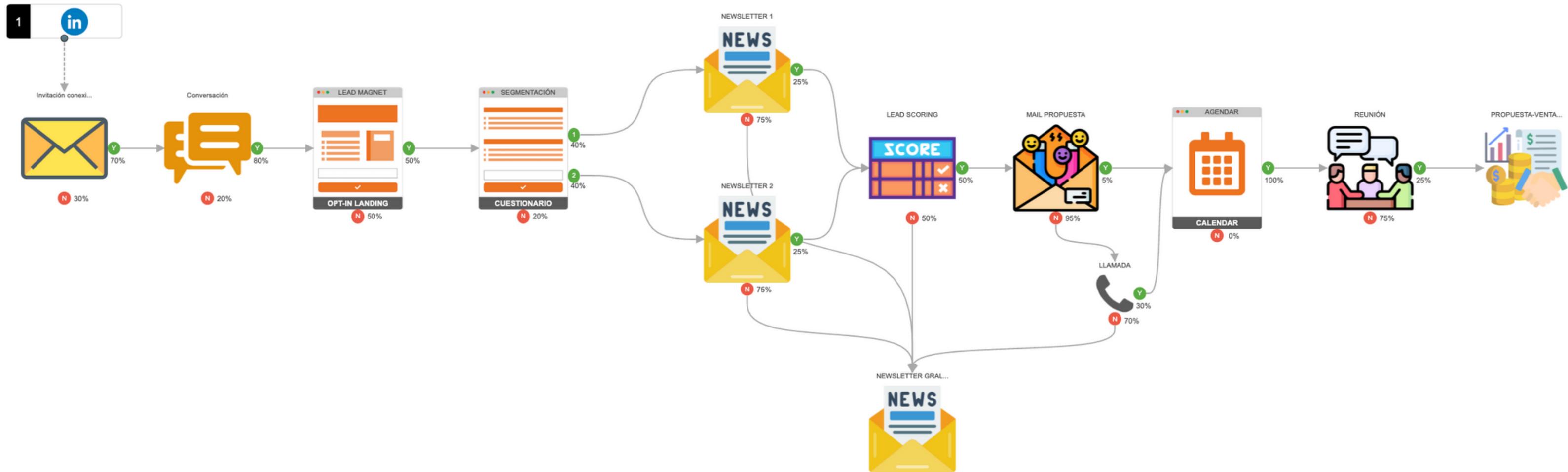
Contactar con todos



Lead Magnet que no aporte valor



Flujo de correos no diferenciado por segmento



# Webinar

## OBJETIVO 1

Aumentar la base de datos de posibles clientes (leads)

## OBJETIVO 2

Lanzar un nuevo producto/servicio o alcanzar un nuevo mercado que no nos conoce

## OBJETIVO 3

Detectar posibles clientes en fase de compra interesados en los servicios y propuesta de valor de la empresa

# Puntos claves

Aumentar el alcance de la marca



Presentar nuevas opciones y soluciones



Detectar clientes interesados



# Errores a evitar



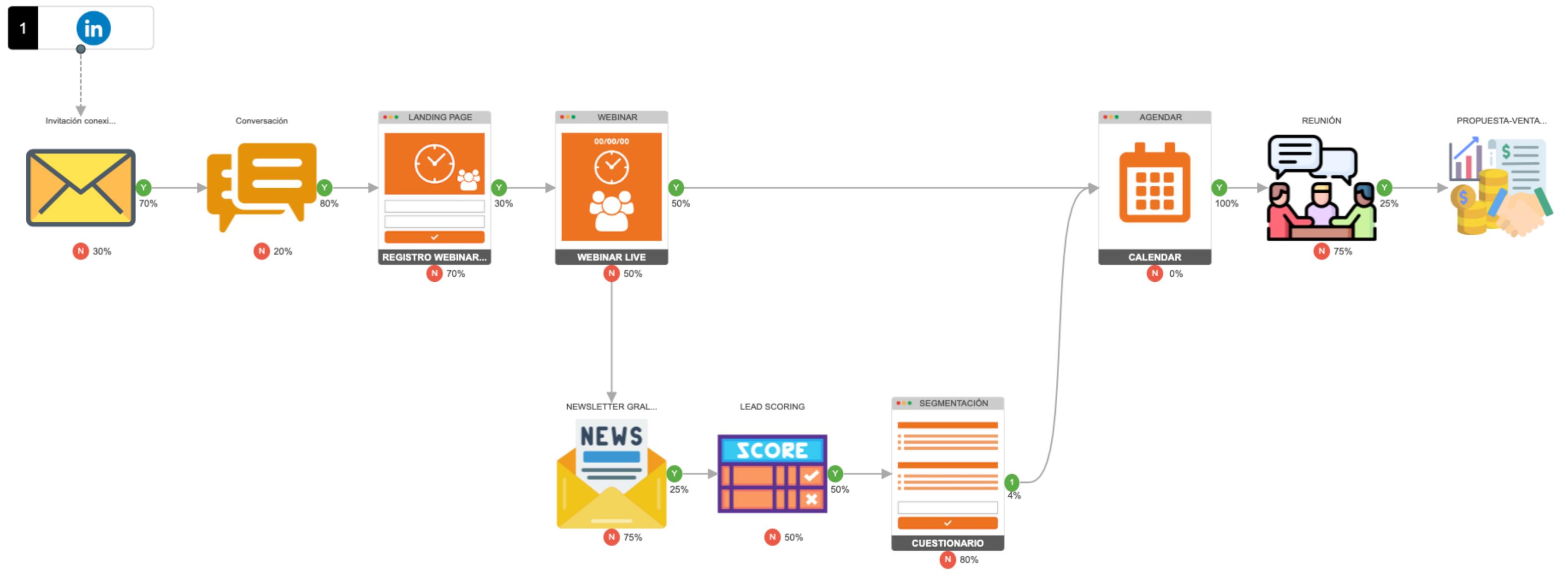
Vender en el webinar



No interactuar con la audiencia



Presentar una propuesta indiferencia



# Informe

## OBJETIVO 1

Captar nuevos clientes

## OBJETIVO 2

Conocer nuevas y posibles necesidades no detectadas

## OBJETIVO 3

Aumentar la productividad y ratio de cierre de ventas debido a la segmentación automatizada de la base de datos

# Puntos claves

Segmentación inicial



Generar confianza



Soluciones personalizadas



# Errores a evitar



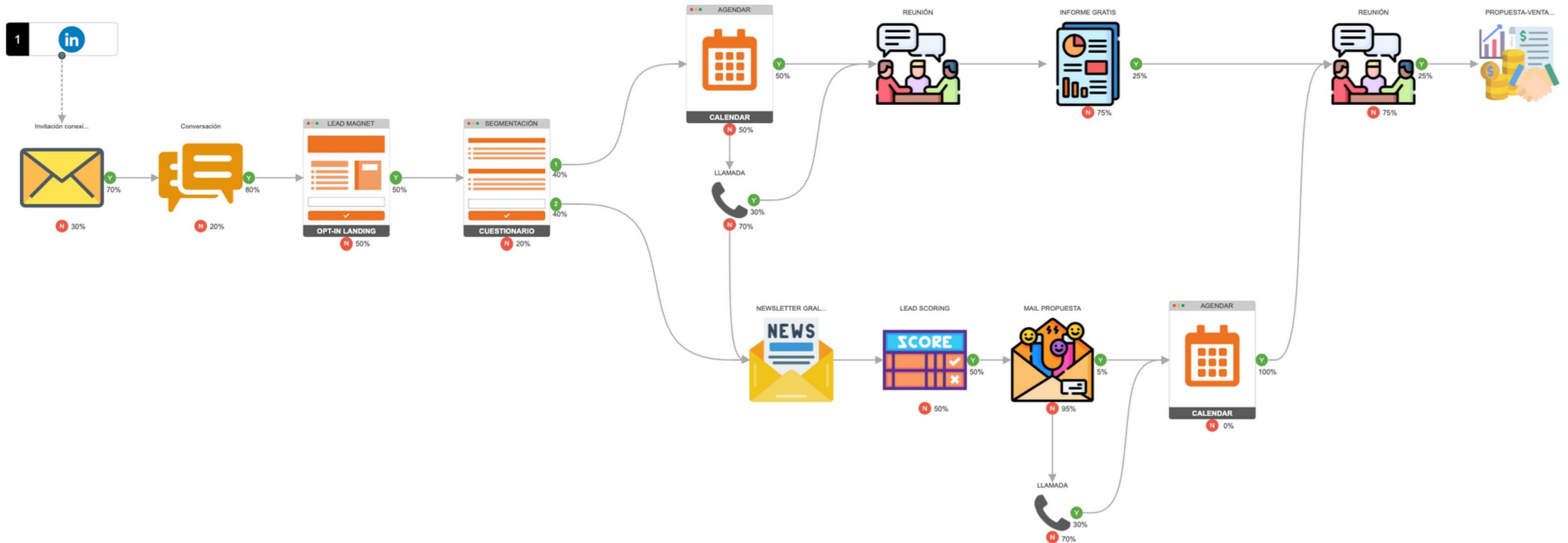
Contactar con todos



Lead Magnet que no aporte valor



Informe y soluciones generales



# Mensaje inicial

Muchas veces, nos encontramos con las **dudas** sobre qué **texto** debe acompañar al **mensaje de invitación** a contactar, te recomiendo que hagas **pruebas** porque cada sector y tipo de cliente funciona diferente

## Opción 1

Utiliza el mensaje predeterminado establecido en LinkedIn

## Opción 2

Sé tú mismo y personaliza el mensaje como cuando te presentas en un networking, pero se muy breve

## Opción 3

Utiliza palabras como colaborar, sinergias, oportunidades,...

# Mensaje tras la aceptación

Este mensaje **es la clave** para que pueda seguir el recorrido del embudo planificado.

Puedes **utilizar fórmulas** tan conocidas como **AIDA** (Atención-Interés-Deseo-Acción) o **PAS** (Problema-Agitación-Solución).

A mi me funciona muy bien la fórmula **BAB** (Before-After-Bridge). Te pongo **un ejemplo**

Hola (nombre)

Social Selling, Inbound Marketing, Outbound Sales, Social Ads,... y con tanto nombre, recomendaciones y alguna prueba que has hecho no tienes claro que todo eso vaya a funcionar con tu equipo comercial

Lo cierto es que si se hace bien y se automatiza parte del proceso, funciona. Con sólo 10 horas a la semana de control de resultados y planificación se consiguen posibles clientes realmente interesados

Te propongo hacer un estudio gratuito y presentarte un embudo personalizado, también gratis, que puedes poner en marcha inmediatamente para comprobar que realmente funciona.

¿Te interesa?

# Automatización

Parte del proceso lo tienes que **automatizar en aquellas fases que no son personalizadas.**

La automatización te va a ayudar a poder **clasificar, seleccionar, gestionar y analizar** mejor la base de datos de los contactos nuevos como de los ya existentes.

## Automatización Newsletter

Existen distintas soluciones de envío masivo (que no SPAM) a base de datos como Mailchimp, Acumbamail, Get Response, Active Campaign, etc



## Automatización CRM

También puedes automatizar el proceso de generación de contacto en el CRM así cómo la clasificación del estado dentro del proceso de ventas con CRM's que ya lo incorporen como Salesforce, HubSpot, Pipedrive, ... o usando integradores como Zapier



# El equipo



**David Muñoz**

Experto en expansión y gestión comercial



**Jesús Blanco**

Experto en marketing y modelos de negocio



**José Alberto Rodríguez**

Experto en digitalización de empresas

**Nos involucramos, el 30% de nuestro presupuesto se vincula a la consecución de los objetivos**

**Si quieres una auditoría e informe de puntos de mejora gratis, reserva una cita**

**Si tienes alguna consulta, escribe un mail a [dmunoz@grupodrakkar.com](mailto:dmunoz@grupodrakkar.com)**

**Si quieres algo personalizado, envía un WhatsApp o llama al 606 795 726**

# Contacto

[www.grupodrakkar.com](http://www.grupodrakkar.com)

915 798 126

Paseo de la Castellana, 153 Bajo  
Madrid

