

GUÍA PARA
**MEJORAR TUS
VENTAS POR
WHATSAPP**



@CARORAMIREZ_EMPRNDE

Guía para mejorar **tus ventas por WhatsApp**

Introducción **¿Qué NO es WhatsApp?**

¿Alguien recuerda los tiempos anteriores a WhatsApp? La comunicación con los clientes realmente era muy diferente. La gran mayoría de compras que realizábamos era a marcas locales de las cuales teníamos su número de celular o teléfono fijo para llamar y realizar pedidos, aunque lo más común era sencillamente desplazarnos hasta allí. Como consumidores la vida era bastante normal, pero como emprendedores podía representar todo un reto, el cual era cómo nos ponemos en contacto con nuestros clientes.

El voz a voz y las llamadas en frío eran básicamente lo que hacía crecer los pequeños negocios. Quienes empezaban a crecer y ganar dinero podían tal vez darse el lujo de anunciarse en la radio, pero hasta ahí. Básicamente la comunicación era promocionarse como mejor pudiéramos, esperar que la suerte actuara y un cliente decidiera acercarse a nosotros. Esa época terminó cuando WhatsApp se convirtió en la herramienta de comunicación por excelencia, el problema es que muchos malos hábitos se quedaron en la mente de las personas.

¿Quién no tiene en su WhatsApp a ese familiar que vende algún producto y que publica como 50 estados de golpe? ¿A quién le ha pasado que lo meten a grupos de venta de los que terminan saliéndose? El gran problema de muchos emprendedores que usan WhatsApp para vender es que no han comprendido que si bien es una herramienta que facilita la comunicación, sigue siendo un medio PERSONAL en el cual lo último que la gente quiere es recibir spam. Recordemos que a diferencia de un negocio donde el WhatsApp es exclusivamente para vender y brindar soporte, tu cliente potencial tiene en su WhatsApp familia, amigos, trabajo, es un espacio privado en el que solo quiere tener conversaciones que le importen.

¿Qué NO es WhatsApp? Una herramienta para contactar sin estrategia a tus clientes potenciales.



Guía para mejorar **tus ventas por WhatsApp**

Siendo la herramienta por excelencia para vender a través de chat muchos emprendedores lo implementan en sus negocios, pero tienen esta idea de que tener un WhatsApp es simplemente poner un número en sus redes sociales y dejan totalmente al azar lo que ocurre en las conversaciones. Por esto es frecuente encontrarnos marcas que tienen muchos seguidores, generan buenas cantidades de bases de datos, pero cierran pocas ventas. Vas a las conversaciones y te das cuenta que los chats están represados, que hay gente molesta, que muchos reciben la información incorrecta o hay hasta quienes se les ha dejado en visto.

WhatsApp ha representado una evolución masiva en los negocios brindando de forma gratuita un medio para que los emprendedores puedan comunicarse con los clientes y en este ebook te compartiré algunos consejos para sacarle mayor provecho.

WhatsApp Vs WhatsApp Business

En la introducción te comenté que ciertamente existen diferencias de uso entre el WhatsApp de una persona (tu cliente potencial) y una empresa, por esta razón hace ya varios años Facebook (dueños de WhatsApp) lanzaron WhatsApp Business, una herramienta enfocada exclusivamente a negocios y que puedan llevar un mejor control. A pesar de esto, al día de hoy son demasiados los emprendedores que no usan esta herramienta ya sea por desconocimiento o porque no comprenden qué tanta diferencia puede hacer que valga la pena. Aquí te contaré por qué es vital que empieces a usar el Business.

Pero antes de hacerlo quiero hacer un pequeño inciso y es que sé que otra de las razones por las que muchos no han dado el paso es que antes de que llegara Business gran parte de las personas usaban su WhatsApp personal para vender.



Guía para mejorar **tus ventas por WhatsApp**

El problema es que Business no permite mantener el mismo número como una cuenta personal y a la vez de negocios, por lo que realizar la transición a esta app implica o bien sacrificar el número personal para que sea solo de empresa o bien comprar un nuevo número para que sea el de negocio. Tomar esta decisión y los pros y contras de una solución u otra depende exclusivamente de cada persona, pero sí es importante que tengas presente que Business es una herramienta que está en constante evolución. Conforme más funciones posea más importante será tenerla por lo que en algún punto será casi obligatorio que la uses, así que de todas formas necesitarás hacer la transición. Mejor hacerlo ahora.

Perfil de empresa

Mientras que en una cuenta personal solo vemos datos como la foto de perfil, el nombre, el número de celular y un pequeño texto que la mayoría de personas no actualizan con frecuencia, en Business cuentas con un perfil exclusivo para empresas que amplía la información que puede encontrar tu cliente:

Nombre de tu empresa.

Descripción.

Dirección.

Correo Electrónico.

Sitio Web.

Catálogo de productos.

Esta última función, que fue añadida recientemente, es super útil para aquellos negocios que cuentan con una carta o una selección de productos amplia. Antes a través de WhatsApp era necesario tener siempre a la mano una imagen para enviarle a nuestros clientes. Ahora basta con que le envíes esa carta dónde estará bien organizado o el propio cliente puede consultarla cuando quiera. ¿Por qué quise hacer énfasis en este punto? Porque en un futuro es probable que se añada la opción de realizar compras directamente en WhatsApp. Aún falta tiempo para que esto ocurra, pero estoy segura que querrás estar preparado para ese momento



Guía para mejorar **tus ventas por WhatsApp**

Etiquetas

Recuerdo la época donde el sistema de etiquetado que usábamos en WhatsApp era guardar los contactos con un nombre determinado como "Santiago - 29 años - Compró - Tennis". Fue una forma muy ingeniosa de solucionar el problema de la organización de los contactos y poder encontrar siempre los que necesitáramos, pero era insostenible en el tiempo en especial cuando contabas con un flujo constante de clientes potenciales. Esto cambió con la llegada de Business.

Hoy es necesario pensar en esta herramienta como un gestor de bases de datos. Gracias al sistema de etiquetado podemos llevar un control profundo de todo lo que ocurre con cada cliente potencial, de en qué etapa se encuentra y así definir una estrategia específica para cada uno. El gran poder de este sistema de etiquetado es que puedes personalizarlo a tu gusto y necesidades:

La etapa de un cliente (interesado, pendiente de pago, compró, no le interesa).

Marcar fechas de contacto.

Niveles de satisfacción.

Productos/servicios que ha comprado.

Promociones ofrecidas o compradas.

Y antes de seguir quiero decirte lo siguiente. Independiente de si usas Business o no, si no cuentas con una base de datos organizada de tus clientes es muy probable que se te dificulte a largo plazo vender. Las bases de datos permiten crear estrategias específicas para públicos específicos. Sin ellas lo único que puede hacerse es enviar publicidad general a la que no todos responderán y pierdes una gran cantidad de clientes potenciales.



Guía para mejorar **tus ventas por WhatsApp**

Respuestas rápidas y mensajes automáticos

¿Alguna vez tuviste todos tus guiones y respuestas anotados en una app aparte para luego solo copiarlos y enviarlos? Bueno, ahora no es necesario que hagas eso. Business cuenta con su propio sistema de respuestas rápidas. Siempre tendrás a la mano ese mensaje de oferta, ese listado de productos, ese saludo inicial que siempre uses al instante. Es una función que ahorra mucho tiempo y que cuando empiezas a trabajar con guiones de venta avanzados se vuelve vital para medir la efectividad de todo lo que enviamos.

Además, también cuentas con mensajes automáticos, perfectos para cuando quien atiende no se encuentra disponible por estar fuera de horario laboral. Muchos subestiman el poder de esta función porque creen que si una persona escribe y no recibe respuesta, esta simplemente entenderá que están ocupados o no disponibles, pero la realidad no es tan bonita. Si eres emprendedor y has vendido por chat seguramente sabes que los clientes son ansiosos y quieren respuestas lo más inmediatamente posible. Un mensaje automático bien estructurado puede ser la diferencia entre una venta futura o no.

Imagina que un cliente escribe tarde en la noche. ¿Qué funcionará más? Que no reciba nada hasta la mañana siguiente o que al instante reciba:

"Hola, nuestro equipo se encuentra teniendo su sueño reparador para recargar baterías y atenderte con toda la actitud mañana y cómo sabemos que estás muy interesado te prometemos contactarte a primera hora para asesorarte. Recuerda que siempre puedes visitar nuestra web www.mipaginaweb.com y realizar tu pedido de forma automática. ¡Que tengas una feliz noche!"

Este es solo un ejemplo de la infinidad de formas en las que pueden usarse para brindar un mejor servicio al cliente y todo dependerá del estilo de comunicación de tu marca, lo que venden y la impresión que quieran dar a sus clientes potenciales. ventas de tu negocio.



Guía para mejorar **tus ventas por WhatsApp**

Hasta este punto solo hemos hablado de lo que tiene una herramienta como WhatsApp Business para ofrecerte y estoy segura que muchos que lean esto y no la usen querrán hacerlo. Ahora es momento de hablar de algunos errores que se cometen ya sea usando WhatsApp personal o Business y que seguramente están afectando las ventas de tu negocio.

Los errores más comunes al usar WhatsApp para vender

Cómo comenté anteriormente, al ser una herramienta tan extendida en su uso es normal que muchos la usen por añadidura, como algo que saben que deben tener pero sin preocuparse realmente por entender si la usan bien o no. Esto nos lleva a cometer errores muy comunes como los siguientes:

La falta de una estrategia

¿Podrías describirme cuál es tu estrategia para vender en WhatsApp? De algo estoy segura, si hago esta pregunta en una sala con 30 personas lo más probable es que 25 de ellas no tengan ni idea de que responder o simplemente crean que su estrategia es brindar un buen servicio al cliente al que sea que escriba. ¡Error! WhatsApp debe ser parte de un sistema que se optimice de forma constante, de lo contrario las ventas se estancan. Un paso a paso de una estrategia podría ser algo como:

- Crear una campaña sobre un producto **ESPECÍFICO** en mis redes sociales y enfocada a atraer un público **ESPECÍFICO** a WhatsApp.
- Recibir a estos clientes potenciales y categorizarlos.
- Implementar un sistema de guiones de venta y ponerlos a prueba en diversos segmentos con los clientes potenciales.
- Evaluar la efectividad de cada uno de estos guiones y ajustarlos para obtener el mayor rendimiento posible.
- Evaluar la eficiencia del soporte a través de WhatsApp y las razones más comunes de queja por parte de los usuarios.



Guía para mejorar **tus ventas por WhatsApp**

Aquí solo estoy rayando la superficie de lo que puede ser una estrategia con WhatsApp ya que esta variará según el tamaño y necesidades de cada negocio. Lo importante es aprender que cada chat que abres debe tener un objetivo. Claramente el más importante es vender pero:

¿Cómo se produce esta venta?

¿Qué hizo que una persona comprara y la otra no?

¿Era un tema de dinero o tal vez un discurso diferente pudo cerrar la venta?

¿Este cliente que acaba de comprar podríamos ofrecerle algo más en el futuro?

¿Un cliente que decidió NO comprar podría estar interesado a futuro en otro producto?

Como ves WhatsApp, en especial Business, puede convertirse en un gestor impresionante para saber qué es exactamente lo que está ocurriendo con nuestro negocio, no es simplemente un medio para recibir mensajes de una persona y descartarla totalmente si esta no decide comprar, pero para eso es necesario que tengas una estrategia clara para usar la herramienta.

Tiempos de espera muy largos

A todos nos ha pasado alguna vez, queremos comprar un producto o necesitamos información urgente, escribimos al WhatsApp y... nada. Pueden pasar horas hasta recibir una respuesta. En ese proceso lo más seguro que haremos es intentar buscar otros negocios que ofrezcan lo mismo que necesitamos y que puedan darnos una atención inmediata.

El tiempo de espera en WhatsApp es clave. Hay estudios que literalmente avalan que mientras más tiempo transcurra para una persona recibir respuesta, más disminuye la probabilidad de cerrar la venta porque la persona va perdiendo el interés o sencillamente busca otro proveedor. Este es un tema un poco delicado ya que hay emprendedores que defienden que tampoco pueden estar las 24 horas del día pendientes del WhatsApp, en especial cuando tu negocio eres solo tú, pero los clientes no tienen la culpa de esto. ¿Qué es lo recomendable en estos casos?



Guía para mejorar **tus ventas por WhatsApp**

Si puedes permitirte tener colaboradores siempre será una buena opción tenerlos. Habrá un punto de crecimiento de tu negocio en el que tendrás que enfocarte en otros aspectos y será imposible que lo hagas todo, por lo que tener a una persona encargada de los chats es vital.

Claramente habrá horas del día en las que no habrá alguien para responder. Es normal. Hay horarios de almuerzo o simplemente en las noches no se trabaja a partir de cierta hora. ¿Qué hacer? Bueno, cómo comenté en el capítulo anterior aquí es donde juega un papel fundamental el uso de mensajes automáticos. Seguramente no recuperarás la compra de una persona que necesitaba el producto para YA, pero sí aumentarás la probabilidad de cerrar ventas futuras con clientes que escribían para solicitar información y asesoría.

Mal uso de los estados

Los estados son el equivalente a las historias pero en WhatsApp. Normalmente este punto haría parte de la estrategia, pero tengo una razón para hablar de estos de forma individual: son muy mal utilizados. A diferencia de otras funciones, los estados están disponibles tanto para las cuentas personales como las Business, esto genera que sean aún más las personas que los usan y terminan por agotar a los clientes.

Con sinceridad ¿cuántas veces has visto de forma detallada los 10, 20, 30 estados seguidos que llegan a publicar algunas cuentas en WhatsApp? Lo más normal es que o bien los saltamos, los pasamos rápidamente solo para que no salga la notificación de que tenemos estados por leer o se silencian. Si de por sí un chat con una persona es muy personal, los estados pueden serlo aún más, ya que como mencioné anteriormente, gran parte de los contactos que tiene alguien allí son familiares, amigos y compañeros de trabajo. El contenido que se consume en los estados es de círculos muy cercanos y normalmente no se encuentra relacionado a nada que tenga que ver con venta.



Guía para mejorar **tus ventas por WhatsApp**

Los malos vendedores son los que esperan que un cliente llegue, diga que quiere comprar y ya. Incluso suelen decir que un cliente indeciso o que no cuenta con el dinero en ese momento no es el público objetivo. ¡FALSO! Ojalá todos fueran clientes ideales que compran al instante, pero la verdad es que el 80% de las ventas toman tiempo. Es más, lo más probable es que ese cliente que te escribió y compró de forma inmediata llevaba semanas o incluso menos planteándose la compra y hasta ese día se decidió.

Con esto en mente ¿Qué puede pasar con alguien que no decidió comprar? Es allí donde entra el seguimiento.

Asegúrate de asesorarlo correctamente y que no tenga dudas. A veces pasa que los clientes no quieren preguntar porque se sienten intimidados.

Facilítales el trabajo.

Ante negativas por el dinero evalúa si hay otros productos que puedes ofrecerle.

Pregúntale si desea que lo contactes en un momento futuro cuando haya una promoción disponible.

Pregúntale si quiere que le escribas en otro momento cuando esté más desocupado.

Pregúntale si habría otro momento en el que pudiera realizar el pago (por ejemplo a fin de mes) y comprométete a contactarlo.

Lo importante es que nada de lo que vayas a hacer a futuro sea sin el consentimiento de la persona, de lo contrario pasarás por intenso y puede que te dejen en visto

El manejo de objeciones

Una negativa de un cliente no siempre es negativa, puede que simplemente le haga falta información mucho más detallada para estar convencido de comprar. Las objeciones son todo un mundo y la realidad es que cada marca, sector y producto tiene las propias, por lo que es necesario que te sientes con tranquilidad a evaluar cuáles son todas las justificaciones que te dan los clientes para no comprar. Una vez las tengas



Guía para mejorar **tus ventas por WhatsApp**

Escribe al menos 2 argumentos para cada objeción.

Prueba tus argumentos con tus clientes y lleva las métricas de qué tan bien te va con cada uno.

Modifica según los resultados que vayas obteniendo.

Claramente es imposible tener una lista detallada al 100% de todo por lo que una persona puede decidir no comprar, en especial porque habrán casos tan particulares que ni valdrá la pena tenerlos registrados, pero sí obtendrás una lista que te ayudará en la gran mayoría de situaciones.

¿Qué sigue?

Si esta información te pareció útil y quieres aprender a mayor profundidad es importante que te capacites para que puedas implementar una estrategia que te permita mejorar resultados y dejar de perder tiempo y dinero por no saber cómo concretar ventas de manera efectiva a través de WhatsApp. Imagina que pasaría con tu negocio si tú y tus colaboradores lograran cerrar más ventas en menos tiempo y con un método que pudieras replicar. Todo esto es lo que te puedo enseñar en mi curso Ventas Efectivas Por WhatsApp. En él recopiló todas las estrategias que me han funcionado para tener 3 negocios rentables online.

Aplicando todo lo que te enseñé en el curso lograrás concretar más ventas, aprenderás a comunicarte con tus clientes potenciales, atraerás más clientes a tu WhatsApp y finalmente generarás recompra, que realmente es lo que se requiere para hacer crecer un negocio.

Haz clic en el enlace para obtener todo el temario e información

