



CÓMO REALIZAR **WEBINARS** QUE GENERAN VENTAS

Los seminarios virtuales son un excelente recurso para mantener contacto con prospectos y clientes, y promover las ventas.

¿Quieres ser capaz de ejecutar uno con eficacia y naturalidad? Prepárate con esta guía práctica. Te enseñará cómo llevar a cabo un webinar donde logres la participación y el compromiso de los asistentes.

No pierdas la oportunidad de aprender las claves para el éxito de una sesión de ventas remota en un solo documento.

Webinars para intermediarios

Manual para eventos de venta virtuales

V 1.0

TABLA DE CONTENIDO

Presentación 3

Herramientas 3

¿Qué es un webinar? 4

Riesgo y Cumplimiento 6

¿Qué encontrarás? 7

Preparación 7

Desarrollo del webinar 14

El cierre 17

Seguimiento 18

Claves para Vendiendo a la manera Bupa 19

Recomendaciones para marcar la diferencia 20

Recursos para mejorar tu desempeño 21



PRESENTACIÓN

Este manual contiene recomendaciones prácticas para realizar webinars que generan resultados positivos en las ventas.

Utilízalo como una guía para preparar y llevar a cabo conversaciones de venta virtuales efectivas que te ayuden a cerrar más negocios.

HERRAMIENTAS



CORREO
ELECTRÓNICO

zoom

GoToMeeting

SEGUROS
BOLÍVAR



Bupa





¿QUÉ ES UN WEBINAR?

Un webinar es una conferencia, seminario o taller en formato de video sobre un tema especializado que se realiza en internet en vivo.

Sus elementos básicos son:

- Comunicación visual y de audio entre el orador y los asistentes.
- Facilidades para compartir diapositivas y video.
- Participación interactiva a través de chats, encuestas, y sesiones de preguntas y respuestas (Q&A).

El elemento distintivo que le aporta valor añadido a un webinar es

**la interacción entre
el presentador y los participantes.**

Las empresas utilizan los webinars para capacitaciones, ventas y reuniones de trabajo.

En las circunstancias globales actuales, el uso de webinars para actividades de venta, reuniones y capacitaciones se ha vuelto común. Debido a esto, **es muy probable que las habilidades para organizar y conducir estos eventos en forma efectiva se consideren esenciales de ahora en adelante.**

Para crear una experiencia de compra atractiva en un entorno virtual, necesitamos un cambio significativo en nuestras habilidades de venta tradicionales.

Tomar conciencia sobre la necesidad de este cambio y llevarlo a cabo en el corto plazo nos permitirá mantener ciclos de negocio productivos.



Dentro de su estrategia de mercadeo y ventas B2B ('business to business'), los utilizan con diferentes propósitos:

- Comunicar los beneficios de sus productos y servicios
- Explicar las actualizaciones de sus productos y servicios
- Presentar su modelo de negocio y sus propuestas
- Capacitar sobre el uso de sus productos y servicios

En 2018, 86% de las personas encargadas de realizar webinars de venta llegaron a realizar hasta 150 sesiones. El mismo año, el 80% de las empresas que realizaron webinars de capacitación llegaron a realizar hasta 100 eventos!

Características de un webinar

Es un evento en vivo con una fecha, hora y duración predeterminadas. Luego de la sesión puede publicarse la grabación, pero esto debería ocurrir en un momento específico, por un tiempo determinado y a solicitud de algún interesado.

- Debe ser interactivo y participativo. Un webinar debe ofrecer la oportunidad de compartir con la audiencia a través de chats, encuestas, y sesiones de preguntas y respuestas.
- Cuenta con un orador con autoridad sobre el tema.
- Dispone de audio y video, y permite la proyección de diapositivas.
- Se presenta mediante una plataforma especializada para eventos en línea.

¿Cuánto debería durar un webinar?

La duración óptima depende del tema, contenido, audiencia y objetivos. La mayoría dura alrededor de una hora, pero pueden superar fácilmente ese tiempo si atienden temas complejos.

Los webinars deben tener una duración estimada preestablecida y el presentador, como líder de la sesión, debe encargarse de hacerla cumplir. Es vital que en la estimación se tome en cuenta el tiempo para preguntas y respuestas.





Cómo funciona un webinar

Cada participante pasará por los siguientes pasos, gestionados por correo electrónico:

1. Registro del webinar. Recibirá un enlace a la página del evento para dejar sus datos y registrarse.
2. Mensaje de confirmación. Después del registro, recibirá la confirmación de que se ha inscrito como participante en el webinar. Este correo también puede ofrecer la posibilidad de agregar el evento a su calendario.
3. Requisitos técnicos. Recibirá un recordatorio del evento con un enlace al webinar; estos por lo general se envían el día anterior. Este correo debe incluir cualquier requisito técnico necesario para participar en la sesión, así como enlaces a cualquier software que deba descargar.
4. Recordatorio de inicio. Recibirá un recordatorio con el enlace al webinar; por lo general, se envía el día del evento.
5. Unirse al webinar. En la fecha y hora predeterminadas, el participante se une a la sesión usando el enlace recibido.

Qué se necesita para un webinar

Para presentar un webinar es crucial contar con una conexión a internet estable, una cámara web, micrófono, auriculares y una plataforma de webinars confiable.

Los participantes deben contar con la página de registro para inscribirse antes del evento, el correo electrónico con el enlace para ingresar, una conexión a internet estable, altavoces o auriculares, y el software requerido instalado en su computador de ser necesario.

Ventajas de los webinars

Algunas de las ventajas de realizar este tipo de eventos son:

- Los participantes pueden acceder desde cualquier lugar y desde distintos dispositivos.
- Son gratuitos para los participantes cuando son usados con propósito de ventas. Esto elimina una barrera de entrada importante.
- Permiten a las empresas probar tácticas de mercadeo a un bajo costo.
- Permiten eliminar los gastos logísticos de las sesiones presenciales.
- Facilitan la ejecución de una mayor cantidad de sesiones de venta o capacitación al eliminar la necesidad de que el presentador se transporte de un sitio a otro.
- Aunque sus ventajas se aprovechan al máximo cuando son en vivo, también se colocan a disposición de los interesados grabados en video.

Riesgo y Cumplimiento

Consulta con tu departamento de Riesgo y Cumplimiento para conocer los parámetros de las ventas telefónicas y en línea en tu país.

¿QUÉ ENCONTRARÁS?

En este manual conocerás los cuatro pasos para realizar webinars efectivos que te lleven a cerrar más negocios.



Preparación



Desarrollo



Cierre



Seguimiento

Para cada paso encontrarás recomendaciones basadas en las mejores prácticas de eventos virtuales de venta, aplicables a nuestro método Vendiendo a la manera Bupa.



Preparación

Preparar el contenido de un webinar de ventas es como preparar una presentación de ventas presencial. Debes cumplir todas las fases de nuestro proceso de ventas Vendiendo a la manera Bupa, aunque el medio sea virtual.

Consulta el documento "Conviértete en un imán para captar agentes" del canal de Venta Indirecta para documentarte sobre las fases de la venta consultiva, definir los objetivos de tu webinar, y preparar el contenido.

ACCIÓN



Preparación

Conoce a tu cliente

Conexión

Conecta con el cliente

Comprensión

Entiende las necesidades

Recomendación

Ofrece el producto

Compromiso

Solicita el negocio



LA MARCA SEGUROS BOLÍVAR

Mantén la coherencia de nuestra marca en todo lo que compartas en el webinar, y alinea todos los elementos con el tono visual de Seguros Bolívar.

Personaliza la sesión con el logo y asegúrate de usar las fuentes, colores y elementos visuales permitidos en las directrices de marca de la compañía.

Es esencial mantener la imagen de Seguros Bolívar para ofrecer una experiencia visual coherente a los asistentes.

El tono de voz

Utiliza siempre el tono de voz que caracteriza a Seguros Bolívar, tanto en el contenido de tu presentación como en tu comunicación verbal. Apóyate en el documento guía de nuestra marca para ver ejemplos y ahondar en estas directrices:

Demuestra que dominas el tema

- Evita información superflua
- Apóyate en evidencias para justificar tus afirmaciones
- Utiliza ejemplos relevantes

Facilita las cosas

- Evita utilizar lenguaje especializado
- Usa un lenguaje sencillo y claro
- Estructura tus mensajes con un orden lógico
- Indica siempre cuáles son los pasos a seguir

Demuestra que te importa

- Añade un toque de optimismo
- Muéstrate integrador
- Empatiza, pero sin endulzar el discurso



Retos de un webinar

Encontrarás los siguientes desafíos para lograr la participación y el compromiso de los participantes:

- El nivel de distracción en un entorno virtual es más alto en que en reuniones presenciales. Los participantes tienden a realizar otras tareas durante el webinar, como revisar y responder correos electrónicos y mensajes.
- Las reuniones virtuales a menudo comienzan con lentitud debido a problemas de tecnología, como dificultades para acceder a la sesión, fallas de conectividad, o mala calidad del audio o video.
- Es común que los participantes ingresen tarde, ya que no tienen la preocupación de generar una interrupción como cuando llegan retrasados a una sala de reuniones. Por la misma razón, es más fácil que abandonen la sesión sin avisar.

El principal reto para lograr ventas a través de un webinar es poder **construir confianza de forma rápida en un ambiente remoto**

Swift trust: confianza rápida

Ganarte la confianza de tus prospectos es imprescindible para cerrar una venta. Esto no cambia en los ambientes virtuales.

La creación de confianza siempre se ha considerado como un esfuerzo de largo plazo que exige una comunicación repetida y personal.

Sin embargo, la globalización y la tecnología han creado la necesidad de generar confianza con mayor celeridad para poder cumplir con objetivos a corto plazo.

Al hacer webinars tendrás muchas ocasiones de reunirte con personas a quienes no has conocido antes. Para ganarte su confianza con rapidez, sigue estas sugerencias basadas en el swift trust o "teoría de la confianza rápida":

- Si estás a cargo de un equipo, respalda a sus miembros durante el webinar resaltando experiencias relevantes o importantes de cada uno. Así demostrarás que eres generoso y leal.
- No dejes que tus prospectos duden si eres una persona confiable o no. Comunica tu propia confiabilidad con mensajes directos, claros y consistentes. El uso de referencias o testimonios de clientes o colegas es muy útil para lograrlo.
- Sé empático ante las inseguridades de tus clientes; después de todo, ellos también enfrenta las mismas limitaciones impuestas por la distancia para que nazca la confianza. Presta mucha atención a sus opiniones y perspectivas, y trata siempre de ofrecer calma y alternativas a sus preocupaciones.
- Para algunas personas los roles son un elemento importante cuando deciden ofrecer su confianza. En ambientes virtuales, tu rol dentro de la empresa puede servir como sustituto de la experiencia de conocerse en persona. Identifica si esto es importante para alguno de tus prospectos y comunica con claridad tu posición dentro de la compañía, tu experiencia y tus logros.



Organización

El tiempo disponible y el tamaño del grupo determinarán muchos aspectos de tu webinar, como la forma de gestionar la participación, el diseño de tu presentación y tu eficiencia coordinando las actividades.

Toma esto en cuenta cuando organices los grupos y estimes la duración de las actividades. Recuerda siempre tus objetivos y respeta el tiempo de tu audiencia.

- Toma en cuenta que martes, miércoles y jueves son los mejores días para realizar webinars, y también para anunciarlos y enviar las invitaciones, ya que los asistentes están más disponibles a mitad de la semana.
- Limita el tamaño del grupo a un máximo de 10 a 15 personas para poder mantener una conversación focalizada.
- Recuerda siempre los objetivos y el alcance del webinar para determinar quiénes deben asistir.
- Solicita con anticipación un listado de los participantes y sus correos electrónicos.
- Estima como máximo una hora de presentación y media hora para preguntas y respuestas.
- Planifica un 20% más de tiempo del estimado para cada tema. Conseguir que tu audiencia participe y haga preguntas lleva tiempo. No te presiones para cumplir con una agenda por razones de tiempo, **lo más importante es la claridad del mensaje y la participación.**

Además de preparar el contenido y ser el presentador del webinar, **ten en cuenta que deberás realizar estas tareas:**

- Atender el chat
- Gestionar accesos
- Colgar posibles ofertas
- Realizar encuestas
- Revisar y responder las preguntas
- Estar atento al desempeño del software y los elementos tecnológicos

Dependiendo de la cantidad de asistentes, es recomendable que cuentes con alguien que te ayude en la administración del webinar.

La presentación

Utiliza las presentaciones de venta de Salud Internacional disponibles y adáptalas a los objetivos de tu sesión de ser necesario. Toma en cuenta la duración programada del evento cuando hagas las modificaciones que requieras.

Determina cuál es la mejor manera de presentar la información para ofrecer puntos de conversación y asegurar la fluidez de la reunión.

Trata siempre de usar la mínima cantidad de diapositivas posibles, enfócate en el valor de la información.

Diseña diapositivas con más elementos visuales y menos texto. Las imágenes que utilices deben estar relacionadas con el mensaje que quieres transmitir. Evita los lugares comunes y busca la originalidad para comunicar tus ideas.

El texto en una diapositiva debe ser puntual, con frases cortas y directas que te permitan presentar una idea o concepto que se lea rápido. Recuerda, lo que quieres es que los participantes te escuchen y no que estén ocupados leyendo.

Practica

Una buena preparación calma los nervios. Mientras más practiques, más seguro te sentirás y proyectarás una imagen más confiable.

Ensaya la presentación para encontrar la entonación correcta de cada diapositiva y verificar la fluidez de la información.

Escribe un guion que te sirva como mapa de ruta para mantenerte enfocado en el orden y la lógica de la presentación.



Antes del webinar

- Envía un correo electrónico con la agenda a los invitados para que revisen los temas con tiempo. Si están preparados, es más probable que participen en la sesión. **Recuerda que sin participación no hay conexión.**
- Brinda a los participantes la oportunidad de practicar el uso de la plataforma. Configura un lobby de prueba para que puedan familiarizarse con funciones como "levantar la mano" o el uso del chat. Incluye en el correo de invitación que esta ayuda estará disponible el día del evento y a partir de qué hora. Los participantes que la necesiten lo agradecerán y **comenzarás a crear conexión.**
- Prepara con anticipación una lista de posibles preguntas. Prepara frases para casos donde no puedas responder, como "Buena pregunta, debo confirmar con mi equipo y me pondré en contacto con Ud. a la brevedad para darle una respuesta completa".
- **Reserva un tiempo para organizar tus pensamientos y enfocarte en el evento.**
- Si es necesario, calienta tus cuerdas vocales. Habla con alguien en persona o por teléfono unos minutos antes de la sesión.
- Ingresa a la sesión diez minutos antes y mantente disponible para chatear o conversar.

La tecnología

Prueba la plataforma de webinar para evitar que seas tú quien ocasione retrasos.

Si hubo un cambio reciente de plataforma, haz un breve repaso. Los fundamentos de cada plataforma son similares, pero las pequeñas diferencias pueden determinar que un webinar sea efectivo o no.

Revisa funciones como alternar entre las diapositivas y video, silenciar o activar el sonido de los participantes, acceder a preguntas o comentarios, y cómo realizar encuestas instantáneas.



Familiarízate con los principales servicios de webinars, así podrás manejarte con fluidez en las distintas plataformas

Por supuesto, el ambiente, el computador y los dispositivos que utilices también puede marcar la diferencia en tu sesión, así que:

- Ten la última actualización de tu navegador, limpia el caché y cierra todas las demás ventanas.
- Verifica que tu computador se haya actualizado antes de la sesión para evitar interrupciones o atrasos.
- Cierra todos los programas de transferencia de datos, como Dropbox, One Drive o Google Drive.
- Comprueba el micrófono, los altavoces y la cámara.
- Utiliza auriculares para escuchar mejor a los participantes.
- Retira o silencia los teléfonos fijos que puedas tener cerca.
- Coloca tu celular en silencio.
- Revisa la habitación para detectar posibles fuentes de ruido y minimizarlas al máximo.

Si tienes un copresentador, conéctense al menos 15 minutos antes y verifiquen todos los elementos juntos.

SEGUROS
BOLÍVAR



Bupa 



La cámara y la ambientación

Usa la cámara. Para conectar con tu público necesitarás más que tu voz sobre unas diapositivas.

Los participantes estarán más dispuestos a comprometerse en la sesión si ven a una persona real hablar con ellos.

Tu video hará que las personas se sientan más comprometidas; podrán ver las emociones y reacciones de los demás, lo que humanizará de inmediato tu webinar.

Sin video, nunca sabrás si el silencio absoluto es porque no están prestando atención o porque están asintiendo con la cabeza. Las expresiones faciales son importantes.

Debes tener en cuenta la estética visual.

- Verifica cómo te verán los participantes. Ajusta la cámara y la altura de tu computador de ser necesario para que tu audiencia tenga una vista directa de tu cara.
- La iluminación cenital directa que es común en hogares y oficinas pone sombras pesadas debajo de los ojos. Soluciona esto colocando dos luces suaves detrás de la cámara para equilibrar la iluminación.
- Haz una sesión de práctica y verifica cómo aparece el fondo que has preparado.
- Asegúrate que se vea profesional, como una estantería con libros, una pared con diplomas u obras de arte.
- Evita fondos con diseños muy elaborados que causen distracción.





DESARROLLO DEL WEBINAR

Genera una conexión con la audiencia. Esfuérzate en proyectar una imagen natural, muestra siempre una sonrisa y transmite un tono amigable.

La mayoría está aprendiendo cómo trabajar desde casa. Dedicar los primeros seis a siete minutos de la reunión a preguntar cómo están todos, no vayas directamente a los puntos de la agenda.

Con respecto a la pandemia global actual, pregunta a la audiencia cómo está la situación en su país y en su familia. Mantén un tono sencillo y sincero y la conversación se desarrollará en forma natural.

Recuerda que eres el líder de la sesión, haz cumplir la agenda y trata siempre de generar una amplia participación.



Las reglas

- Comienza con puntualidad. Si haces perder el tiempo a tu audiencia será más difícil ganar su confianza.
- Recuerda modular la voz, hablar demasiado rápido puede afectar tu imagen.
- Haz una apertura formal con un tono positivo. Establece el contexto informando los objetivos del webinar y presentando la agenda.
- Invita a los asistentes a participar. Sin participación no hay conexión.
- Limita al máximo el mute. El silencio promueve la desconexión y la indiferencia de los participantes.

Como cualquier otro lugar de reunión, los webinars necesitan reglas básicas.

Comunica a tu audiencia con mucho tacto las normas que te gustaría que siguieran para el beneficio de todos.

Podrías decir: "Estas sesiones siempre son muy agradables y productivas. Para sacar el máximo provecho, por lo general evitamos realizar otras tareas, como desviar la atención a los teléfonos o revisar el correo electrónico".

Decide y comunica si para participar prefieres que hablen, "levanten la mano" a través de la aplicación, escriban en el chat o usen la función de preguntas y respuestas. Elige la opción más natural para los participantes.

Toma nota de cómo puedes mejorar estas interacciones e incorpora los cambios necesarios en tu próximo webinar.

El diálogo

Déjale saber al grupo cómo piensas conducir la sesión y sé empático con los participantes.

Comunícales que, aun cuando tienes un plan para la reunión, estás abierto a sus consejos e ideas.

Hazle saber a tu audiencia que deseas que participen. **La participación es la mejor oportunidad para crear conexión.**

Promueve el diálogo, incentiva a la audiencia a utilizar el chat o a intervenir por audio. Recibe sus comentarios e incorpóralos a la discusión en la medida que te sea posible.

Dirígete a los asistentes por su nombre e invítalos a tomar la palabra si se sienten cómodos al hacerlo.

Recuerda que en las reuniones virtuales no percibes las señales no verbales que las personas realizan cuando quieren preguntar algo o entrar en la conversación.

Toma el tiempo para hacer preguntas de seguimiento y responder comentarios.

Haz preguntas sobre sus experiencias anteriores con aseguradoras, ej.: trámites de reclamos, beneficios utilizados, atención, etc.

Verifica con frecuencia el chat. Toma en cuenta que puedes recibir muchas preguntas y comentarios al mismo tiempo, ya que los participantes no perciben que se están "interrumpiendo" unos con otros.

Agrupar las inquietudes por tema y dale respuesta a todas. Cuando respondas, menciona por su nombre a los interesados.

Verifica que han comprendido un tema antes de continuar, así evitarás que más adelante quieran volver sobre un punto anterior. Lo más importante es que nadie quede confundido.

Permite que tu entusiasmo y personalidad se muestren en este ambiente virtual. Mantén siempre un tono profesional, pero agrega un poco de tu propia "voz" para darle a tu audiencia una idea de quién eres, tal como lo harías en una reunión cara a cara.

Interés y participación

Para reuniones efectivas, virtuales o no, necesitas la participación voluntaria y activa de los asistentes. Sin participación no es posible crear conexión.

Para poder conectar con ellos, deben intervenir en las interacciones. Esfuérate en crear este compromiso en los asistentes.

Genera oportunidades para que participen plenamente.

- En los primeros 60 segundos de la presentación ofrece un dato impactante, una anécdota o una breve historia que despierte el interés del grupo. Así podrás involucrarlos pronto en la sesión.
- No les des la oportunidad de adoptar una actitud pasiva. Haz preguntas o solicita opiniones a cada uno cada cierto tiempo llamándolos por su nombre.
- No pases más de cinco minutos sin tener una interacción con el grupo. Recuerda que los participantes están rodeados de muchas distracciones; si no solicitas constantemente su interacción, asumirán el papel de observadores.
- Mezcla historias con los datos que presentas, haz uso de testimonios de asegurados que demuestren el lado humano de las cifras.
- Utiliza la menor cantidad de diapositivas posible y esfuérate en promover el diálogo.
- Usa las facilidades de la plataforma de webinar para maximizar la participación, el compromiso y la interactividad. Es vital que recibas feedback constante durante la sesión, en especial porque las señales visuales son difíciles de leer en un entorno virtual. Usa el chat y las encuestas.

Trabajando desde casa no es extraño que un bebé llore, un perro ladre o un timbre suene. No hagas ningún tipo de comentario al respecto.

Incluso si alguien hace un comentario gracioso, es algo que puede servir para distender el ambiente.



EL CIERRE

Concluye tu webinar de forma planificada e intencionada.

Al finalizar la sesión de forma estratégica, garantizarás la alineación del grupo y la claridad en los próximos pasos, y además reforzarás el valor de la información compartida.

Un cierre efectivo consiste en resumir, **obtener el compromiso de tus prospectos** y dejar impresiones positivas y duraderas.

Termina cada webinar utilizando estos cuatro elementos de cierre:

- Verifica que ya puedes concluir la sesión. ¿Alguien tiene algo que decir o preguntar que aún no haya tenido la oportunidad de expresar?
- Comprueba que el grupo esté alineado. ¿Están todos de acuerdo con dónde terminó esta presentación? Resuelve con rapidez cualquier pregunta o inquietud.
- Verifica quién tiene que hacer qué y cuándo. **Obtener compromisos claros y específicos es lo que te asegurará el cierre de la negociación.**
- Comprueba que reconocen el valor de tu propuesta. ¿Qué información de valor se están llevando de esta sesión? **Siempre recapitula las ventajas competitivas de tu propuesta.**

Recuerda: el cierre es una oportunidad para que enfatices el valor de Bupa y solicites el compromiso de tus clientes.





SEGUIMIENTO

Evaluación

Toma un tiempo para reflexionar sobre el desarrollo de la sesión. Pregúntate a ti mismo y si es posible a otros cómo estuvo tu presentación.

Evalúa qué salió bien y qué puedes mejorar. Piensa cómo deberías cambiar la dinámica del webinar para ser más efectivo.

Estas evaluaciones te ayudarán a ser cada vez un mejor presentador.

Los compromisos de la sesión

Resuelve las inquietudes que quedaron pendientes en un plazo no mayor a dos o tres días hábiles.

Responde los correos electrónicos con prontitud. Muchas veces la efectividad de los webinars se pierde por una comunicación posterior inconsistente.

El silencio puede destruir la confianza con rapidez. Si necesitas más tiempo, contesta al cliente informándole cuándo le darás una respuesta.

Envía los materiales prometidos tan pronto acabe la sesión o máximo al siguiente día: brochures digitales, las dispositivas de la presentación, cotizadores, enlaces a herramientas o plataformas digitales como Online Services o Bupa Es Más.

Contactos

Revisa la lista de asistentes y solicítale su información de contacto a cada uno.

Envía a todos los participantes tu información de contacto: teléfonos, WhatsApp, correo electrónico.



TIPS PARA TUS ENCUENTROS COMERCIALES



Preparación

- Consulta la guía del canal de Venta Indirecta para preparar el contenido
- Ten presente las distracciones propias de un entorno virtual
- Toma en cuenta el tamaño del grupo según tus objetivos
- Estima el tiempo de preguntas y respuestas
- Decide cómo gestionar las participaciones
- Haz un guion y practica tu presentación
- Prueba la plataforma de webinars y los dispositivos
- Prepara el ambiente con antelación. Cuida la iluminación y el ruido del entorno
- Reserva un tiempo para organizar tus pensamientos y enfocarte en la sesión



Conexión

- Envía un correo electrónico a los participantes con la agenda
- Comienza a tiempo
- Proyecta una imagen natural, sonríe y transmite un tono amigable
- Sé empático. Dedicar los primeros minutos a preguntar cómo están todos
- Brinda la oportunidad de practicar el uso de la plataforma
- Invítalos a participar. Sin participación no hay conexión
- Llama a los clientes por su nombre
- Mezcla historias y datos. Usa testimonios que humanicen las cifras



Comprensión

- Aplica las recomendaciones del swift trust o "teoría de la confianza rápida"
- Crea oportunidades para el diálogo, incentiva el uso del chat y las intervenciones por audio
- Utiliza la función de encuestas
- Haz preguntas sobre las experiencias de sus clientes
- Verifica con frecuencia los comentarios o preguntas del chat, dale respuesta a todo y haz preguntas de seguimiento



Recomendación



Resolución de objeciones

- Verifica que han comprendido un tema antes de continuar con el siguiente
- Es vital que recibas feedback de la propuesta y de tus respuestas a sus inquietudes. Haz uso del chat y las encuestas
- Presta atención a tu lenguaje corporal y tu voz para transmitir seguridad y generar confianza
- Mira a la cámara para que las personas perciban que las ves a los ojos y construir credibilidad
- Recapitula las ventajas competitivas de tu propuesta



Compromiso



Acción

- Solicita el compromiso del prospecto
- Define los siguientes pasos: quién tiene que hacer qué y cuándo
- Responde los correos electrónicos con prontitud
- Envía a todos los participantes tu información de contacto
- Envía los materiales prometidos
- Resuelve las inquietudes que quedaron pendientes
- Haz un plan de seguimiento a los resultados del webinar

RECOMENDACIONES PARA MARCAR LA DIFERENCIA

Evaluación

Tu atuendo debe reflejar lo que tu audiencia se pondría. Si todos están trabajando desde casa, un traje podría ser exagerado.

No es una buena idea vestir de blanco porque creas un punto brillante en la pantalla.

Tampoco es recomendable que uses prendas con patrones complicados, ya que causan distracción en el video.

El lenguaje corporal

El cuerpo actúa como una herramienta de comunicación que ayuda a que los otros te entiendan mejor, pero a veces también puede impedir que tu mensaje llegue con claridad. Toma en cuenta estas pautas:

- Evita cruzar los brazos, colocar tus manos en las caderas o mostrar un puño. Estos gestos pueden interpretarse como disgusto, cansancio, impaciencia o nerviosismo. Sobre todo, proyectan que no estás dispuesto a una comunicación fluida.
- Mira directo a la cámara. Cuando lo haces, los espectadores sienten que los estás mirando a los ojos. Cuando miras a alguien a los ojos, estableces confianza y veracidad.

Las expresiones faciales también son una forma de lenguaje corporal y pueden ayudar a las personas a determinar si deben creerte y confiar en ti.

Estudios indican que la expresión facial más confiable implica un ligero aumento de las cejas y una leve sonrisa, este gesto transmite amabilidad y confianza. Así que sonríe siempre para conectar con tu audiencia. Conviértelo en un hábito que forme parte de tus técnicas de venta.

Las muletillas

Esfuézate en eliminar las muletillas en tu discurso. Cuando las utilizas es menos probable que las personas se interesen en tus palabras, son distracciones innecesarias que impiden comunicar el valor de tu mensaje.

Revisa las grabaciones de tus webinars o graba un video de ensayo, e identifica las que más repites. Una vez que seas consciente de ellas, comenzarás a notarlas en tu comunicación diaria y empezarás a eliminarlas.

La preparación es muy importante para superar este hábito. Los nervios son una de las principales razones por las que las personas usan en exceso los rellenos vocales. Cuanto más preparado estés, menos nervioso estarás.

RECURSOS PARA MEJORAR TU DESEMPEÑO

Aprovecha la cuenta corporativa de Bupa en LinkedIn para aprender cómo mejorar tu desempeño en los eventos de venta virtuales. Presiona sobre las imágenes para ver estos cursos.



Presentaciones orales online efectivas



Lenguaje no verbal para líderes



Fundamentos de la narrativa o storytelling



Comunicación con confianza



Cómo dar y recibir feedback o retroalimentación

