



CÓMO UTILIZAR TUS REDES SOCIALES PARA VENDER MÁS

¿LA CANTIDAD DE OPCIONES PARA LAS VENTAS REMOTAS TE RESULTA ABRUMADORA?

Esta guía es la solución. Se enfoca en utilizar las redes sociales con propósito de venta.

Resumimos para ti los principales recursos que darán soporte a tu perfil digital:

- Las redes sociales esenciales y cómo usarlas en beneficio de tu negocio.
- LinkedIn para posicionarte como consultor con un perfil de impacto.
- Las plataformas de comunicación más populares.

Que la distancia no detenga tu negocio, aquí tienes todo cubierto para seguir vendiendo con nosotros.

PRESENTACIÓN

En 2019 se reportaron **425 millones de usuarios de Internet en Latinoamérica**, representando un 65% de la población¹.

Estas cifras explican por qué la comunicación digital se consolida cada vez más como el medio preferido para que las marcas y los consumidores se relacionen.

¿Sabías que los usuarios de nuestra región son los que pasan más tiempo en Internet?



Dispositivos de escritorio



Dispositivos móviles

* Más que en Norteamérica

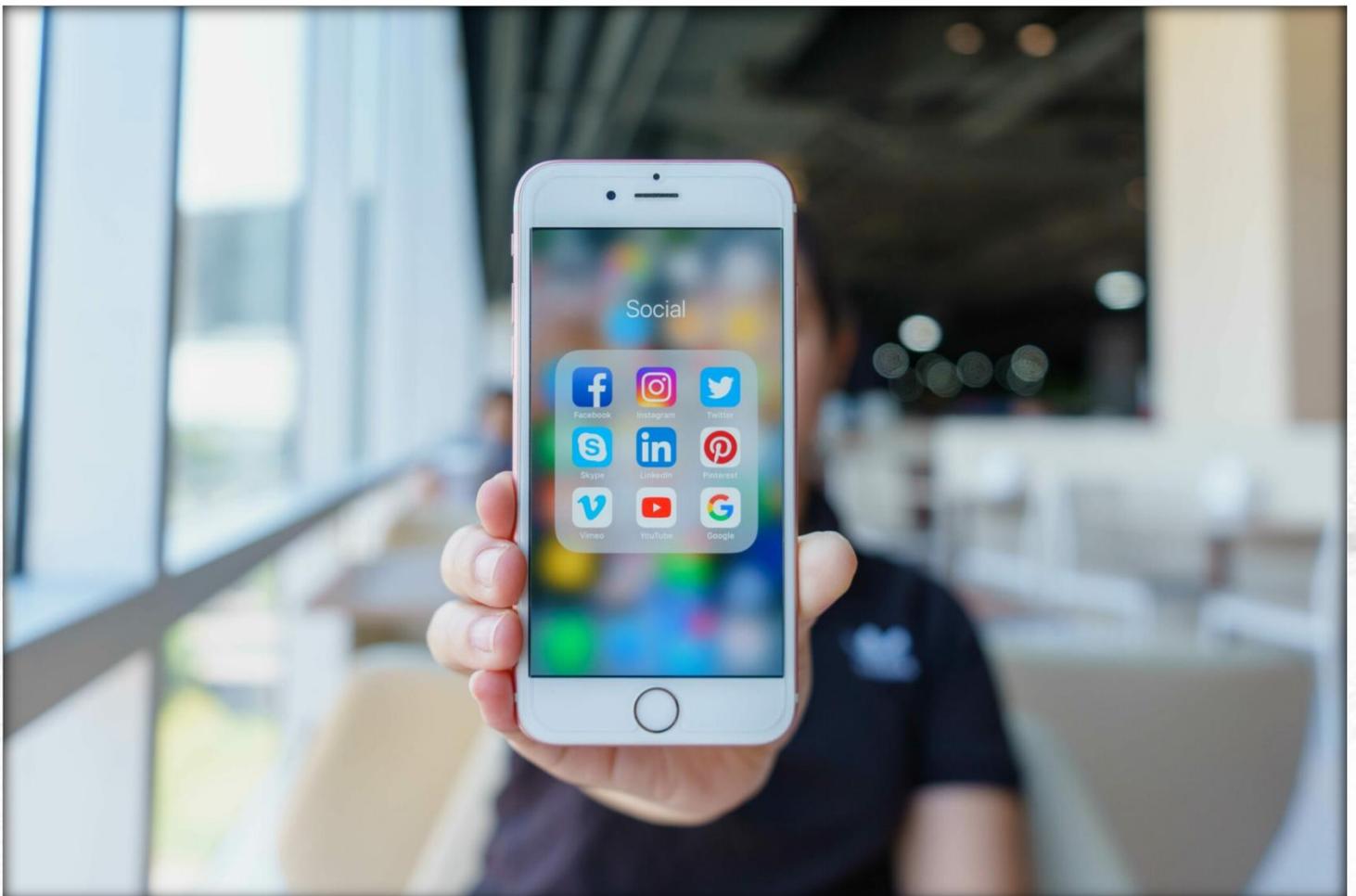
Ante la nueva realidad que vivimos en 2020 es previsible que estos números estén en constante aumento. Por ello es importante que adaptes tus estrategias de venta y de comunicación al entorno digital.

En esta guía te proponemos recursos para que gestiones tu presencia en las principales redes sociales y te comuniques de manera efectiva desde distintas plataformas en línea.



CONTENIDO

- Introducción
- Nuestra marca en los canales digitales
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Zoom y conferencias por video
- WhatsApp
- Netiqueta
- Materiales de marketing y directrices de marca
- Recursos



Cómo promovemos Seguros Bolívar en los canales digitales



Sitios web

Nuestras páginas de aterrizaje propias como www.segurosbolivar.com con sus variantes por mercado, contienen información sobre nuestros productos y servicios.

Anuncios banner

Son formatos visuales que aparecen en otras páginas, redes sociales, webs de noticias, de ocio, etc. Nos enfocamos en un perfil específico de posibles compradores.



Búsqueda en Google

Nuestras páginas aparecen cuando un usuario busca un término como “seguro de viaje médico” o “seguro médico internacional” en Google.

Estos palabras y frases claves funcionan muy bien porque responden a búsquedas reales de los usuarios.

Publicaciones orgánicas en redes sociales

Son publicaciones no pagadas de Seguros Bolívar en sus canales de Facebook, Instagram o LinkedIn. Por lo general, son contenidos sobre nuestra gama de productos, y otros temas para dar a conocer a la marca.



WhatsApp Corporativo

El nuevo canal de atención a nuestros clientes para brindarles tranquilidad a distancia.



Publicaciones pagadas en redes sociales (anuncios)

Son inversiones en Instagram y Facebook para promover contenido de Seguros Bolívar a una determinada audiencia.

La mayoría del contenido pago es 100% comercial, y habla sobre nuestros productos y sus beneficios. Configuramos los anuncios para impactar solo a las personas con más probabilidades de comprar.



Emailing

Son correos electrónicos que enviamos a clientes y prospectos con contenido comercial, información general o ayuda.



Síguenos en nuestras **redes sociales**





facebook



2.225M

USUARIOS EN EL MUNDO



415M

USUARIOS EN LATINOAMÉRICA
Y EL CARIBE

LA RED SOCIAL MÁS GRANDE DEL MUNDO

Si tienes un perfil en Facebook, conoce el perfil [@segurosbolivar](#) para compartir nuestro contenido y contactar con usuarios que estén interesados en adquirir un seguro.

Si prefieres separar tu cuenta personal, puedes crear un nuevo perfil dedicado solo a tu actividad como consultor de ventas.

Asegúrate de que su contenido sea profesional para causar una buena primera impresión y posicionarte.

- Edita la sección de información para revelar tu teléfono y correo electrónico; de esta manera, los posibles clientes te podrán contactar en forma más directa si lo desean.
- Permite que los usuarios puedan buscarte en Facebook con esos datos. Todo esto lo configuras con facilidad en las preferencias de privacidad.

Comparte el contenido de Seguros Bolívar

Solo ve a la publicación de nuestras cuentas de Facebook que quieres que tus contactos vean y haz clic en **"Compartir"**.



Publica contenido y etiquétanos

Si deseas publicar contenido en tus propias redes sociales, tendrás que utilizar las imágenes y los textos que han sido aprobados internamente por la compañía.



Usa en tus publicaciones los hashtag autorizados

#AsesorSegurosBolívar
#SeguroDe(Nombre del Seguro)
#AsesorExpertoEnSeguros
#IntermediarioDeSeguros



Facebook Messenger

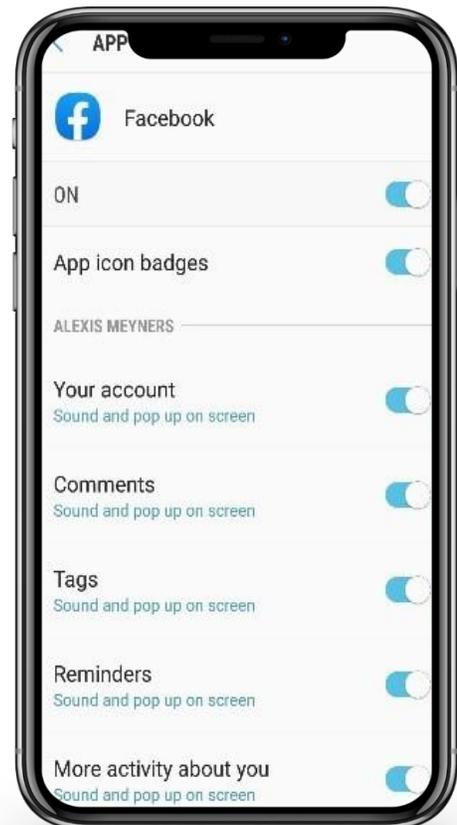
ES LA HERRAMIENTA DE CHAT PREFERIDA POR MUCHOS USUARIOS

Como vendedor puedes intervenir cuando identificas comentarios en una publicación de Seguros Bolívar, cuando tus contactos preguntan por nuestros productos.

Activa las notificaciones en Facebook

Si quieres saber cuándo te ha llegado un mensaje en Messenger o si han comentado alguna de tus publicaciones.

Así podrás verlas en tu computador y en tu dispositivo móvil, y responder lo más pronto que puedas.



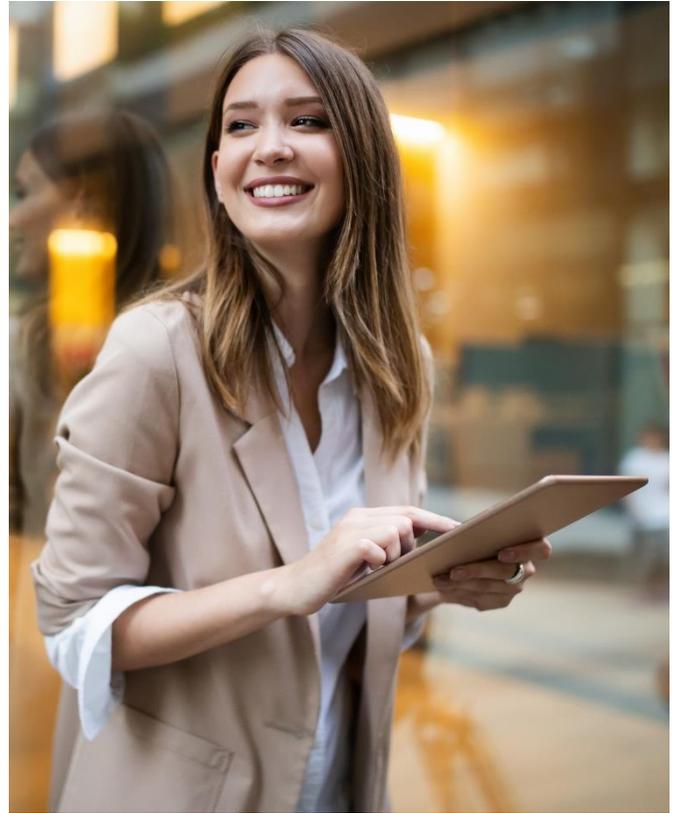


Es una red social con un perfil de usuario un poco más joven que el de Facebook

Nuestras publicaciones en Instagram son más aspiracionales que las de otras redes: estilo de vida, bienestar, pasatiempos, recetas, deporte, mascotas y viajes. Todo es muy visual.

Esta aplicación es para ser usada desde dispositivos móviles. Aunque se puede ver el contenido en una computadora, no es posible publicar desde allí.

Es recomendable no tratar esta red de manera demasiado comercial. Es un canal de branding para las empresas, y de ocio y entretenimiento para los usuarios.



Si tienes un perfil en Instagram:

- Entra en nuestra cuenta para **contactar** con usuarios interesados en adquirir un seguro o **compartir** todo el material de comunicación que encuentras en esta red social.

TIPS para usar tu perfil de **Instagram**:

- Abre una cuenta para tu empresa si quieres mantener tu presencia profesional alejada de lo personal. Aquí tienes una [guía básica para configurar un perfil de negocios](#).
- Usa etiquetas en tus publicaciones como:
 - #AsesorSegurosBolívar
 - #SeguroDe(Nombre del Seguro)
 - #AsesorExpertoEnSeguros
 - #IntermediarioDeSeguros
- Las etiquetas no son un requisito, pero ayudan a que los usuarios encuentren tu contenido con más facilidad.
- Tomar en cuenta la visibilidad si vas a utilizar Instagram como complemento a tu vida profesional. Como en la mayoría de las redes, otros usuarios pueden ver las cuentas que sigues y los “me gusta” que has dado.
- Incluye tu información de contacto y sitio web en la biografía de tu perfil para que posibles clientes se comuniquen contigo con facilidad o conozcan sobre tu actividad comercial.
- Instala una aplicación como [Repost](#) si quieres republicar contenido de terceros, ya que hacerlo no es tan fácil como en Facebook o en Twitter
- Utilizar imágenes cuadradas. Solo en las historias son 100% verticales. Las historias son las publicaciones en la parte superior de la pantalla que desaparecen en 24 horas.



Si quieres saber más sobre el uso de Instagram...

HAZ CLIC AQUÍ



Es una red 100% orientada a la vida profesional, diseñada para conectar con colegas y prospectos, compartir información y estar al tanto sobre otros profesionales y empresas de tu interés.

Es una buena solución si no quieres mezclar tus cuentas personales de Facebook o Instagram con tu actividad profesional.

- Optimiza tu perfil en este canal para que aparezca en Google si alguien busca tu nombre junto a tu profesión.
- Busca y añade un par de contactos con frecuencia, así conseguirás expandir tu red y aumentar tus posibilidades de venta.
- Cuida las relaciones y las normas sociales como lo haces en la vida real. Presta atención a quién contactas y quién te responde, para no insistir demasiado y generar un efecto contrario al deseado.
- En LinkedIn hay varias opciones de cuentas. Si quieres enviar mensajes directos a usuarios que están fuera de tu red de contactos (InMails), debes adquirir un plan Business o Sales Navigator; este último es el producto de LinkedIn más orientado a la captación de nuevos clientes.
- Como consultor de ventas lo que más utilizarás son las búsquedas de Personas y de Empresas. Saca provecho de la [búsqueda avanzada](#), puedes filtrar
 - por muchos criterios como ubicación, antigüedad, título, empresa, contactos en común, etc.

Si deseas más información sobre LinkedIn, consulta su [Centro de Ayuda](#), o pregunta al equipo de Digital Sales & Marketing en Miami.



InMail de LinkedIn

Los InMail son mensajes que puedes mandar a usuarios de LinkedIn con quienes no estás conectado, para ello necesitas una cuenta de pago. [Aquí](#) puedes ver cómo enviar uno.

Si contactas “en frío” vía InMail, recuerda:

- Tu mensaje debe ser cortés, breve, relevante y personalizado al receptor.
- Puedes incluir un enlace o un documento que sea de interés para el receptor.
- El 50% de los InMails y mensajes de LinkedIn se leen en el celular. Tienes pocas líneas para captar la atención de tu lector.
- Utiliza el InMail para generar *leads*, no para comunicar de manera masiva. Si no le das un buen uso, podrías obtener calificaciones negativas que perjudicarían tu cuenta y tu perfil profesional.
- Utiliza un título llamativo que despierte interés. El texto del InMail debería dejar claro enseguida qué ofreces y qué buscas, y proponer un próximo paso.
- Si no te contestan, haz seguimiento sin agobiar a las personas con muchos mensajes. Si no te responden es porque no están interesados.
- Lo primero que hará un usuario antes de contestarte es ver tu perfil, de allí la importancia de mantenerlo optimizado.

MENÚ PRINCIPAL DE LINKEDIN



1

BUSCAR

Puedes encontrar a otros usuarios, grupos, empresas, trabajos, artículos, publicaciones o centros educativos.

3

MI RED

La zona de tus conexiones: las personas y las empresas que sigues. También verás recomendaciones de LinkedIn de gente que quizás conozcas o con quien te podría interesar establecer conexión.

2

INICIO

Lo que ves por defecto cuando entras en LinkedIn. Verás publicaciones de las personas y las empresas que sigues.

4

MENSAJES

Donde puedes enviar y recibir mensajes a tus contactos, o a gente con la cual no tienes una conexión si tienes una cuenta Premium (InMail).

5

YO

Accede a tu propio perfil.

Optimiza tu perfil en LinkedIn

- **Foto de perfil** con apariencia profesional, en un ambiente que refleje tu trabajo y donde aparezcas solo. ¡No te olvides de sonreír! Puedes añadir tu propio fondo, uno corporativo o uno de los que ofrece LinkedIn.
- Es muy importante incluir tu **información de contacto** si quieres que los usuarios te puedan escribir por correo electrónico o llamar por teléfono.
- Agrega un **título** debajo de tu nombre con tu cargo o descripción breve de lo que haces, utiliza palabras clave de tu sector que posibles clientes podrían usar para buscarte.
- Escribe un **"Acerca de"** que ofrezca más detalles sobre tus habilidades y experiencia. Esfuérzate en explicar en este espacio tu valor diferencial, qué ofreces a los clientes y cómo los puedes ayudar.
- **Experiencia profesional:** incluye los proyectos y clientes con los que has trabajado. Utiliza los principales términos clave que describen las actividades que has realizado. Así los usuarios podrán encontrarte con más facilidad en LinkedIn o en buscadores como Google o Bing.
- **Aptitudes:** añade tus áreas de competencia para que otros usuarios las validen.
- **Recomendaciones:** consigue referencias para tus habilidades principales. Solicítalas solo a personas que te conocen bien como profesional. ¡Las buenas recomendaciones dan mucha confianza a los prospectos!
- **Logros:** este apartado te permite destacar los idiomas que hablas, premios, certificaciones, cursos, artículos, etc. Los logros sirven para reforzar tu imagen profesional.

Publica contenido propio

- Nutre tu perfil de LinkedIn con contenido propio. Puedes publicar textos cortos con fotos, videos o enlaces como lo harías en otra red social, pero en este caso con un propósito profesional.
- Escribir artículos es una excelente estrategia, ya que los usuarios pueden compartirlos, y también aparecen en las búsquedas que realizan. ¡Son otra forma expandir tus contactos!

Únete a Grupos

Te ayudan a desarrollarte como profesional y a conocer prospectos. Hay grupos sobre una gran variedad de temas, puedes buscarlos en la casilla de búsqueda en el menú principal.



zoom *y conferencias de video*



Zoom es una plataforma de videoconferencias que puedes utilizar desde tu computadora o dispositivo móvil.

En zoom.us puedes crear y configurar tu cuenta para comenzar a realizar reuniones virtuales con o sin video, o solo compartiendo tu pantalla.

Es posible personalizar el fondo de tu videoconferencia con imágenes corporativas de Seguros Bolívar.

Para habilitar un fondo, entra en Zoom, ve a "Configuración" y activa la opción "Fondo virtual".

Este mecanismo de branding aportará profesionalismo a tu reunión. Además, evita que se vean personas u objetos en tu casa que la cámara podría captar.

Encuentra los fondos virtuales [AQUÍ](#)



Sigue estas normas básicas para asegurar una videoconferencia profesional:

- Si vas a compartir la pantalla, cierra las pestañas de tu navegador que no estén relacionadas a la reunión.
- Entra a la sesión diez minutos antes de que comience para verificar que todo funciona y ajustarlo si fueranecesario.
- Intenta resumir tu propuesta en un máximo de 15 minutos para que no pierdas el interés de los asistentes.
- De ser posible, utiliza auriculares con micrófono y ubícate en un sitio sin mucho ruido odistracciones.
- Si estás sentado en un lugar que resulte demasiado “casero”, emplea un fondo virtual.
- Algunos clientes no querrán compartir su video, pero en general, es buena idea que tú te dejes ver. Así te pueden poner cara.
- Vístete como si fueras a una visita comercial habitual.
- Arma una agenda sea breve.
- Respeta el tiempo de cada persona.
- Cuelga después de que el cliente lo haga.





WhatsApp

2.000 M
de usuarios en el
mundo

Usada por
60%
de la población en
América Latina

Conoce nuestra guía de WhatsApp

Haciendo clic AQUÍ

Es la aplicación de mensajería instantánea más popular en Latinoamérica.

Permite a los usuarios participar en chats y realizar llamadas sin costo a cualquier lugar del mundo.

Se usa principalmente en dispositivos móviles, aunque también tiene una [versión de escritorio](#).

Al utilizar WhatsApp:

- Incluye una foto profesional en tu perfil.
- Añade una frase a tu perfil. Aprovecha este espacio breve para dejar claro qué haces o cómo ayudas a las personas.
- Para mantener una imagen profesional, evita acortar las palabras, verifica siempre la ortografía y usa los emojis con discreción cuando te comuniques con tus clientes.
- Si te es más cómodo, utiliza la [versión de escritorio](#) cuando trabajes en la computadora. Es conveniente para escribir textos largos o compartir información de Bupa que no tienes almacenada en tu dispositivo móvil.
- Incluye tu teléfono de WhatsApp en tu firma profesional para que los clientes te contacten de inmediato por esta vía.



Netiqueta

En general la netiqueta se refiere al **buen comportamiento en línea**. Sus principios son bastante lógicos, ya que son los mismos que aplican en la vida real.

- Mantén la **conversación en un nivel profesional**. No intentes entrar en temas ajenos o demasiado personales.
- Sé cortés siempre. Incluso si tienes una interacción conflictiva, mantén la calma; así evitas que hagan pantallazos de conversaciones fuera de tono.
- Escribe solo **a gente que sea relevante para tu propósito de venta**. Es más productivo enviar mensajes en LinkedIn a personas con alta probabilidad de responderte. Empieza con tu red de contactos.
- **Sé breve en las primeras comunicaciones** para respetar el tiempo del otro. Explica lo que quieres, cómo puedes ayudar y cuál es el siguiente paso.
- **Sé rápido**. Procura responder con prontitud a los usuarios; de esa manera, el lead no se enfriará.
- **No envíes demasiados mensajes**. Evita ser insistente.
- **No mandes mensajes automáticos**. Toda comunicación que envíes debe ser personalizada y relevante para el destinatario.
- Lleva la comunicación a un espacio más directo cuando sea posible. Una vez que tengas un nuevo contacto, intenta realizar una videoconferencia, un chat o una llamada. **La conexión humana en directo** sigue siendo la mejor manera de resolver dudas y cerrar ventas.
- Recuerda que lo que escribes y lo que publicas es tu imagen. **Utiliza gramática, ortografía e imágenes correctas**.
- **No abuses de los emojis**. Mantén un contexto profesional y formal.
- Ten consciencia de que **los demás pueden ver tu actividad en las redes sociales**: pestañas abiertas en el navegador cuando compartes pantalla, publicaciones a las que has dado “Me gusta”, etc. Por ello, recomendamos mantener redes separadas para lo profesional y lo personal.

Tu firma digital

Maximiza el impacto de tu firma digital en los correos electrónicos. Incluye tu nombre completo, tu puesto, la compañía y tu información de contacto.

Si activas la opción de firma automática, esta aparecerá en todos los correos electrónicos que envíes. Es muy cómodo para las personas que deseen contactarte por otros medios.

Activa también la firma digital en la aplicación de correo electrónico de tu celular.

Materiales de marketing y directrices de marca

Como empresa tenemos una política de protección de marca que preserva nuestra identidad corporativa y visual. Para el uso correcto y autorizado de la marca Seguros Bolívar es importante entender y respetar las siguientes normas:

Lo que puedes hacer:

- Compartir todo el material de comunicación que encuentras en nuestras redes sociales.
- Utilizar las piezas de comunicación oficiales que estén previamente autorizadas por el área de Marca de la compañía.
- Utilizar los hashtags autorizados por la compañía.
- Mencionar a Seguros Bolívar en tercera persona.

Lo que **NO** puedes hacer:

- Nombrar tus redes sociales utilizando el nombre de Seguros Bolívar ni puedes usar el logo como foto de perfil.
- Utilizar el logo de Seguros Bolívar en piezas de comunicación que no estén previamente autorizadas por el área de Marca de la compañía.
- Utilizar nuestro slogan "TRANQUILO, NOSOTROS RESPONDEMOS"
- Hablar de Seguros Bolívar en primera persona, todas las comunicaciones que hagas hablando de la marca deben ser en tercera persona.

Los intermediarios de seguros, no tienen autorización de usar el logo, ni hablar en nombre de Seguros Bolívar con fines comerciales de manera independiente. Para hacerlo deben tener la aprobación de la Gerencia de Relacionamiento y Comunicaciones de la compañía. El uso inadecuado de la marca, puede ocasionar revisiones legales en segunda instancia.

