

**EMPRENDE**

GUÍA PARA TU CRECIMIENTO

*ya*



TOLUCA  
CAPITAL

# VENDER EN TIEMPOS DE CRISIS

# EMPLEOS DIGITALES

## QUE TENDRÁN MAYOR DEMANDA EN 2021

De acuerdo con el portal especializado en empleo Jobatus, el futuro laboral va a cambiar debido al crecimiento de la actividad económica basada en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), modificando el perfil de los puestos más demandados.

“De hecho, a medida que pasa el tiempo, van surgiendo nuevas oportunidades laborales y se acumula la necesidad de estos trabajadores en las empresas”, explica Esther Román, portavoz de Jobatus.

Según el estudio de este portal, los trabajos más demandados son aquellos relacionados con los negocios digitales, la ciberseguridad, la inteligencia artificial y el Big Data, y los

profesionales digitales más solicitados en 2021 por las empresas del sector tecnológico-digital y aquellas que están en plena conversión o desarrollo, serán los siguientes:

### Director Digital (Chief Digital Officer o CDO)

“Este profesional estudia a las empresas para transformarlas en negocios digitales competentes. Es especialista en modelos digitales y posee estudios del ámbito tecnológico”

### Especialista en Inteligencia Artificial

“Es el encargado de diseñar piezas u objetos artificiales (consistentes en programas informáticos), que solucionen de forma independiente situaciones problemáticas del entorno”.

### Científico de datos (Data Scientist)

“Es el encargado de organizar y transformar todos los datos que posee una empresa en conocimiento”.

### Director Informático (IT Director)

“Su función principal es controlar que el departamento de informática de una empresa funcione correctamente y sin incidencias”.

### Gerente de éxito con el cliente

(Customer Success Manager)

“Su tarea principal es mantener una relación atenta y continuada con sus clientes y solventar las incidencias que hayan tenido con su producto o servicio”.

### Jefe de Ciberseguridad (IT Director)

“Se encarga de proteger toda la información que posea una organización de posibles ataques informáticos”.

### Responsable de comercio electrónico (Chief Information Security Officer)

“Este profesional gestiona, supervisa y coordina todos los aspectos relacionados con la plataforma de comercio electrónico de una empresa”.

# USO CORRECTO DEL CUBREBOCAS



Para una mejor protección,  
tu cubrebocas debe  
abarcas desde el puente  
de la nariz hasta la barbilla.



No uses el  
cubrebocas  
debajo de la nariz.



No dejes  
expuesta  
la barbilla.



No dejes el  
cubrebocas  
sobre tu cuello.



No uses el  
cubrebocas  
solo tapando la  
punta de la nariz.

En Toluca es **obligatorio** usar el  
cubrebocas en espacios públicos

# CONSUMIDORES QUE SURGIERON EN LA ERA POST-COVID

La incertidumbre de la situación actual y el constante cambio en las economías a nivel mundial han modificado la perspectiva del consumidor ante una nueva y emergente realidad.

Es indudable que la pandemia por el virus SARS-CoV-2 ha traído consigo muchos cambios a los que gradualmente nos tendremos que adaptar. Alfonso Bastida y Christian Helmut, expertos en cierre de ventas y directores de la primera escuela especializada en formar a especialistas en este tema, han identificado cuatro tipos de consumidores que han surgido en el camino a la era post-COVID.

“Conocer estos cambios de conducta y cómo actuar frente a ellos tiene que ser una prioridad para las marcas”, afirman Bastida y Helmut. “Entender esta transformación les permitirá anticiparse e identificar nuevas oportunidades de negocio que serán vitales en el proceso de recuperación económica y cierre de ventas al que se enfrentan muchas empresas”.

De acuerdo con su perfil, los expertos perciben que cada uno de los consumidores presenta necesidades diferentes que requieren de estrategias personalizadas, según sea el caso, para cerrar exitosamente una venta.

## 1. El que necesita tener todo bajo control

Se trata de personas de edades mayores que han visto un mayor impacto en su situación económica, principalmente porque muchos han perdido sus empleos.

Son muy cuidadosos a la hora de comprar y se enfocan en adquirir, en la medida de lo posible, únicamente artículos de primera necesidad.

Su principal motivación es el temor al impacto que puede tener la pandemia por COVID-19 en sus economías.

El consumidor previsor es aquel que sabe que el proceso de reactivación de la economía es largo y, del mismo modo, anticipa que hay probabilidad de nuevos rebotes, por lo que siente la necesidad de prever una nueva crisis.

## 3. El consumidor previsor

“Consume local” es el lema que describe a este tipo de consumidor. Si bien se trata de una persona que ayuda a la economía con su consumo, su prioridad es apoyar en la subsistencia de comercios y producciones locales. Por lo tanto, va a preferir los productos nacionales sobre los extranjeros.

## 2. El consumidor emocional

## 4. El consumidor vividor

Este perfil está integrado, en su mayoría, por el sector más joven de consumidores en el país.

Es aquel que anhela regresar a su vida “pre-COVID”. Lo cual hará que vaya adquiriendo poco a poco bienes no precisamente prioritarios.

La solución que propone Bastida es lograr presentar estos bienes como “recompensas” para el consumidor pero, al mismo tiempo, tienen que ser vendidos como artículos de primera necesidad.

# TIPS PARA CERRAR UNA VENTA EN TIEMPOS DE CRISIS



Estos son los consejos que comparten Bastida y Helmut para vender en tiempos de desescalada:

**UNO** Crear un vínculo emocional con tu cliente: La empatía es una herramienta sumamente útil para conectar con el cliente. Vístete para la ocasión, trabaja en tu lenguaje corporal y, sobre todo, no solo hables tú. Permítele hablar y escúchalo con atención; todos tenemos cosas que decir.

**DOS** La venta no es mala, la venta es ayuda, pero una cosa es saberlo y otra cosa muy diferente es saber aplicarlo, indican los expertos. “Cuando uno entiende esto, se da cuenta de que su labor en realidad es la de ayudar a la persona a tomar la mejor decisión.

Debes darle a entender al consumidor que tu prioridad no es vender, sino ayudarlo a cubrir una necesidad con tu producto o servicio.

**TRES** Análisis y foco: En el momento de hacer una negociación tienes que tomar en cuenta que tu objetivo principal es cerrar la venta. Por ello, asegúrate de que la persona con la que estás hablando sea capaz de tomar la decisión por sí sola respecto a la compra de un producto o servicio.



“La mejor forma de atraer y conseguir venderle a tus mejores clientes es siendo realmente auténtico, y expresarte con naturalidad. Es tan importante el qué dices, como el cómo lo dices”

# CÓMO POSICIONARTE PARA QUE LA GENTE TE VEA COMO UN EXPERTO

**D**esarrollar una reputación como experto en tu línea de trabajo es una forma segura de atraer más negocios. Pero, ¿cómo haces para que la gente te vea como una autoridad en tu campo?

Aquí hay varias estrategias que pueden ayudarte a construir tu presencia como profesional con experiencia.

## 1. Responde preguntas

Sitios web como Quora tienen millones de preguntas de personas que buscan respuestas de expertos. Cuando los clientes potenciales comienzan el proceso de compra, a menudo una de las primeras cosas que hacen es conectarse a internet para buscar información o encontrar una respuesta a su problema.

Pasa unos minutos de forma regular dando respuestas útiles en sitios como este. Serás visto como confiable y accesible.

## 2. Crea contenido para tu negocio y luego crea más contenido

Cuanto más publiques, mejor será tu reputación. Es mucho más fácil publicar información en línea que en una revista especializada. A medida que los espectadores leen, comparten y vinculan tu contenido, también obtienes la ventaja de que Google te considera un experto, lo que, a su vez, impulsará más tráfico a tu negocio.

## 3. Sumérgete en temas elegidos

Si tienes opiniones firmes que puedan ser

respaldadas con datos, compartirlas con tus lectores generará confianza más rápido que tratar de complacer a todos con un punto de vista intermedio.

## 4. Crea un curso necesario para que las personas lo vean en línea

Comienza investigando lo que tus prospectos quieren saber. El objetivo es crear un curso que los ayude a obtener el conocimiento que desean. Para cuando hayan completado el curso y hayan aprendido a qué vinieron, habrán establecido una impresión de ti como el experto.

## 5. Escribe un libro

Ser autor de un libro te da credibilidad, incluso si no se vende particularmente bien. También puedes usarlo como un imán principal para tus prospectos con más entradas.

## 6. Gana pruebas sociales

Reúne reseñas, testimonios de clientes y calificaciones en sitios de la industria. Pide recomendaciones. Idealmente, puedes obtener el permiso de los clientes satisfechos para adjuntar su foto a su cotización para mayor credibilidad.

Piensa en todos los artículos idénticos en Amazon. ¿Cuál compras? El que tiene el mayor número de críticas positivas. ¿Qué reseñas cuentan más? Aquellas en las que el crítico adjuntó una imagen.

## 7. Sé caro

Si eres un experto, cobra como un experto. El hijo de Gary Halbert (uno de los mejores redactores de todos los tiempos) describe a su padre así en The Boron Letters:

“Si él [Gary Halbert] descubría que alguien estaba cobrando más por un anuncio, él aumentaba su precio. Él era el mejor y lo estaba publicando. Compórtate con confianza (no arrogancia) en todo lo que haces y la gente responderá de una buena manera”.

Teniendo en cuenta la oferta y la demanda, debes hacer lo mismo. La mayoría de las personas han sido condicionadas a asumir que caro es igual a calidad. En la mente de los compradores, cuando cobras más que otros, les dices que tienes habilidades superiores.



**“Si dedicas tiempo para ofrecer información de calidad, puedes cobrar más por ella”**

Artículo completo: <https://www.entrepreneur.com/article/353728>



## Actividades al **30%** de su capacidad



Restaurantes



Hoteles



Estéticas, Peluquerías  
y Salones de Belleza



Industria  
manufacturera



Actividades deportivas  
individuales al aire libre



Centros  
Religiosos



Tiendas  
Departamentales

La situación todavía  
es de **ALTO RIESGO**

**RECUERDA**

Usa el cubrebocas.

Haz del lavado de tus manos una costumbre.

Mantén la distancia de las demás personas.

# Por favor, separa los residuos de tipo sanitario del resto de la basura

Con motivo de la contingencia por COVID-19, te solicitamos que pongas en una bolsa aparte, de preferencia transparente, los siguientes residuos:

Pañales



Chicles



Cepillos de dientes



Toallas sanitarias



Cubrebocas



Pañuelos desechables



Guantes desechables



Bastoncitos de algodón



Colillas de cigarro



Toallitas húmedas



Jeringas con capuchón y material de curación de uso casero: gasas, algodón, abatelenguas, goteros, etc.



También te recomendamos que el papel sanitario y los pañuelos desechables de papel se desechen en el excusado.



Esta sencilla acción permitirá mejorar la protección tanto de los servidores públicos que recogen la basura como de las familias toluqueñas, en general.