

loading
CORP

ENTIENDE

EL JOURNEY DE DEMANDA B2B



En el dinámico y competitivo mundo B2B, comprender el viaje de la demanda desde las perspectivas del comprador y del vendedor es esencial para diseñar estrategias efectivas. Este ebook explora a fondo las etapas del journey de demanda, ofreciendo ejemplos prácticos y estrategias que las empresas pueden aplicar para mejorar la generación de demanda y fortalecer sus procesos de marketing y ventas. Además, se incluyen ejemplos específicos adaptados a sectores clave como manufactura, tecnología, logística y energía, entre otros.

La Perspectiva del comprador etapas clave

CONCIENCIA

- Los compradores buscan mantenerse actualizados sobre las mejores prácticas y tendencias del sector.
- Descubren contenido de calidad de una marca y comienzan a seguirla activamente.
- Este contenido atractivo suele compartirse dentro de su red profesional.

Ejemplo: Publicar libros blancos sobre los últimos avances en tecnologías de automatización que resulten útiles para gerentes de producción.

RECONOCIMIENTO DEL PROBLEMA

- Los compradores buscan mantenerse actualizados sobre las mejores prácticas y tendencias del sector.
- Descubren contenido de calidad de una marca y comienzan a seguirla activamente.
- Este contenido atractivo suele compartirse dentro de su red profesional.

Ejemplo en industriSaaS: Presentar casos de éxito que demuestren ahorros significativos al integrar soluciones en la nube.

EXPLORACIÓN DE SOLUCIONES:

- Los compradores investigan opciones, identificando categorías que se adapten mejor a sus necesidades.
- Evalúan si cuentan con los recursos para implementar la solución de manera efectiva.

Ejemplo en Logística: Ofrecer calculadoras en línea para estimar los ahorros al optimizar las operaciones de la cadena de suministro.

SELECCIÓN DE PROVEEDORES:

- Los compradores elaboran una lista corta de proveedores y los evalúan cuidadosamente.
- Buscan generar consenso entre las partes interesadas clave dentro de la organización.

Ejemplo en Energía: Realizar demostraciones interactivas que muestren cómo las soluciones de redes inteligentes pueden ser implementadas eficazmente.

PREPARACIÓN PARA LA COMPRA:

- Los compradores adquieren una comprensión clara de los costos totales y el retorno esperado de la inversión.
- Diseñan un plan estructurado para garantizar una implementación fluida.

Ejemplo en Salud: Presentaciones detalladas centradas en el ROI que demuestren cómo las actualizaciones de equipos reducen significativamente los tiempos de espera de los pacientes.

Generación de demanda desde la perspectiva del comprador

Quiero aprender

- Quiero actualizarme, aprender las mejores prácticas y tendencias del sector
- Descubro buenos contenidos de una marca y empiezo a seguirla
- A veces comparto buenos contenidos con mis conocidos

Quiero una solución

- El problema que ayudas a resolver es una amenaza para un objetivo empresarial de alta prioridad
- El coste de no hacer nada es lo suficientemente grande como para preocuparse
- No podemos ignorarlo o posponerlo
- No podemos resolverlo internamente

Quiero una solución como la tuya

- Hemos investigado lo suficiente para comprender las diferentes opciones
- Creemos que "tu categoría" es la mejor opción para nuestro problema
- Creemos que tenemos lo necesario para aplicarla y obtener los resultados deseados

Quiero tu solución

- Hemos identificado, evaluado y examinado a los proveedores adecuados
- Creemos que son una de las mejores opciones
- Contamos con el consenso de las principales partes interesadas

Estoy dispuesto a comprar

- Entendemos el coste total (no sólo el precio del producto), y creemos que esta inversión producirá un retorno significativo
- Esperamos un impacto Y en un plazo de tiempo Z
- Tenemos un plan claro, el personal y la infraestructura adecuados para implantar la solución
- Entendemos la gestión del cambio necesaria y confiamos en que seremos capaces de llevarla a cabo.

La Perspectiva del vendedor acciones estratégicas

CONCIENCIA

- Alinear el contenido con los desafíos y objetivos de los compradores.
- Desarrollar recursos adaptados a los canales más frecuentados por la audiencia objetivo.
- Colaborar con figuras influyentes del sector para aumentar la credibilidad.

Ejemplo en Automoción: Asociarse con expertos de la industria para destacar el impacto de los vehículos eléctricos en la reducción de emisiones.

COMPROMISO

- Crear mensajes claros y diferenciados que justifiquen el valor de la marca.
- Ofrecer guías de soluciones y casos prácticos que respondan a las inquietudes de los compradores.

Ejemplo en Tecnología: Organizar seminarios web que demuestren cómo la IA puede fortalecer las medidas de ciberseguridad.



CONSIDERACIÓN:

- Implementar estrategias de retargeting y anuncios dirigidos a audiencias específicas.
- Utilizar campañas de nurturing que brinden información más profunda sobre los productos o servicios.

Ejemplo en Servicios Financieros: Emails personalizados que compartan análisis exclusivos de tendencias del mercado dirigidos a directores financieros.

DECISIÓN:

- Colaborar en la creación de casos de negocio con los principales clientes.
- Proporcionar comunicaciones personalizadas dentro de los equipos de decisión del cliente.

Ejemplo en Retail: Informes interactivos que expliquen estrategias omnicanal para aumentar las ventas tanto en tienda física como en línea.

IMPLEMENTACIÓN:

- Asociarse con los equipos de compras y stakeholders internos para optimizar procesos.
- Definir métricas claras para medir el éxito durante la implementación inicial.

Ejemplo en Construcción: Programas de formación postventa para garantizar una adopción eficaz de nuevas herramientas de gestión de proyectos.

Generación de demanda desde la perspectiva del comprador



Para potenciar el journey estrategias optimizadas

Personalización con IA: Usar herramientas como ChatGPT o Jasper para adaptar mensajes en tiempo real según el comportamiento del usuario.

Iniciativas Sostenibles: Incorporar mensajes centrados en ESG (Environmental, Social, Governance) como parte del núcleo de la marca.

Estudios de Caso Colaborativos: Trabajar en conjunto con clientes satisfechos para crear narrativas de éxito impactantes.

Comprender y alinear las perspectivas del comprador y del vendedor permite a las empresas diseñar estrategias que conecten profundamente con su audiencia objetivo. Al centrarse en la personalización, la colaboración y la comunicación clara del valor, las compañías pueden destacarse en el competitivo entorno B2B.



a better way to reach your market



contact us

info@loadingcorp.com

www.loadingcorp.com