Los 50 mensajes MÁS DISRUPTIVOS PARA AGENDAR REUNIONES POR LINKEDIN

CHRIS PAYNE
Experto en ventas B2B

Syngulariti

Los 50 mensajes MÁS DISRUPTIVOS PARA AGENDAR REUNIONES POR LINKEDIN

En el vertiginoso mundo de los negocios y las ventas, una plataforma se ha destacado como el epicentro de conexiones y oportunidades...y eso es (drum roll please)...!LinkedIn!

Esta red profesional no solo brinda acceso a una vasta red de profesionales, sino que también ofrece un espacio fértil para abrir relaciones que pueden generar negocios. Lo que acabo de decir es importante. El enfoque de LinkedIn esta en ABRIR RELACIONES...Y NO CERRAR NEGOCIOS. Vamos a cerrar los negocios fuera de está red, a través de llamadas, correos electrónicos y reuniones presenciales y virtuales.

Entonces ¿cuál es la importancia de LinkedIn en este proceso? La respuesta es sencilla.

Establecer relaciones y AGENDAR REUNIONES.

Bienvenido a "Los 50 Mensajes Más Disruptivos para Agendar Reuniones en LinkedIn", un eBook diseñado para potenciar tus habilidades de comunicación y llevarte un paso más cerca de tus objetivos de ventas. En este eBook, exploraremos estrategias y ejemplos concretos que te ayudarán a conquistar el arte de agendar reuniones efectivas con clientes potenciales, tanto de tus primeras conexiones como de tus segundos grados.

Un Enfoque Integral para Agendar Reuniones Exitosas:

En el camino hacia el éxito en las ventas, la habilidad de enviar mensajes efectivos en LinkedIn es una herramienta esencial en tu caja de herramientas. Exploraremos cada fase del proceso de comunicación, desde el primer contacto hasta el seguimiento posterior a la solicitud de una reunión, pasando por la generación de conversaciones significativas que conduzcan a las relaciones duraderas.

No hay un mensaje o un momento perfecto. Es por eso que este ebook ha sido organizado en los siguientes temáticas.

Mensajes personalizados y automatizados de solicitud a conectar: Aprenderás cómo crear solicitudes de conexión que sean a la vez auténticas y efectivas, aumentando la probabilidad de aceptación y sentando las bases para futuras interacciones.

Mensajes para iniciar conversaciones significativas: Te proporcionaremos ejemplos de mensajes que generan diálogos valiosos, estableciendo conexiones auténticas y generando confianza.

Mensajes para solicitar una reunión de manera impactante: Descubrirás cómo captar la atención de tus conexiones y generar suficiente interés para que digan “vale, me parece bien”.

Mensajes de seguimiento con estilo: Sabemos que muchas veces pedimos reuniones pero aún no recibamos un “si”. Exploraremos estrategias para mantener viva la conversación después de haber pedido una reunión, manteniendo el interés y demostrando tu compromiso genuino.

Prepárate para sumergirte **en una guía completa que transformará la manera en que te comunicas en LinkedIn y, en última instancia, cómo construyes relaciones fructíferas con clientes potenciales.** Cada mensaje es una oportunidad para brillar, y con "Los 50 Mensajes Más Disruptivos para Agendar Reuniones en LinkedIn", estarás armado con las herramientas necesarias para destacarte en el competitivo mundo de las ventas B2B. ¡Comencemos!

La primera impresión cuenta

IMPORTANTE: Un perfil de LinkedIn 100% optimizado es más importante que tu primer mensaje. No importa la calidad del mensaje, si un perfil, mínimo, no tiene una foto de perfil, NO voy a aceptarlo. No vamos a hablar de cómo optimizar tu perfil en LinkedIn en este libro incluso puede ser un tema 100% dedicado a otro ebook. Si necesitas optimzar tu perfil de LinkedIn te invito al curso online **"Cómo pasar de vendedor a un experto y autoridad en tu industria"** donde hay un modulo 100% enfocado en optimización del perfil para generar mayor confianza.

Mensajes personalizados y automatizados de solicitud a conectar

La primera impresión puede marcar la diferencia entre una conexión exitosa y una oportunidad perdida. El proceso de establecer conexiones en LinkedIn comienza con la solicitud para conectar, y en esta sección, exploraremos cómo crear mensajes personalizados y, cuando sea apropiado, utilizar enfoques automatizados para optimizar tu estrategia de solicitud a conectar.

La Magia de la Personalización:

Imagina recibir una solicitud de conexión que parece hecha a medida para ti, en lugar de un mensaje genérico y frío. La personalización es la clave para captar la atención y generar interés genuino. Antes de enviar una solicitud, tómate el tiempo para investigar a la persona con la que deseas conectar. Examina su perfil, sus intereses, publicaciones y experiencia laboral. Encuentra puntos en común que puedan servir como base para tu mensaje personalizado.

Ejemplos de mensajes personalizados:

"Hola (nombre),

He estado siguiendo tu contenido y estoy muy impresionado con todo lo que has logrado. Leí tu última publicación (sobre tema) y me encantaría conectarme para mantenerme al día con más de tu contenido.

Saludos (tu nombre)"

"Hola (nombre),

Me topé con tu (artículo/publicación/video de LinkedIn) sobre (tema), y no podría estar más de acuerdo con tu punto sobre (tema). Me encantaría conectarme y mantenerme al día con su contenido inspirador".

Un saludo

(Tu nombre)"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?

Me encantó el post que escribiste sobre (tema del post), porque trabajo (sector, empresa)
Sería magnífico estar en contacto contigo para no perderme ninguno de tus post.

Un abrazo

(Tu nombre)"

"Hola (nombre),

Vi tu perfil después de una conexión mutua (nombre de la conexión) que tenemos y me encanta lo que estás haciendo en (nombre de su empresa)! Me encantaría agregarte a mi red.

(Tu nombre)"

"Hola (nombre),

Tu perfil estuvo entre los primeros resultados de búsqueda para profesionales en el campo de (su industria). ¡Me encantaría conectarme contigo y aprender más sobre lo que haces en (nombre de su empresa)!

Saludos

(tu nombre)"

"Hola (nombre),

¿Cómo te va? Te he estado siguiendo durante un tiempo y quería comunicarme contigo para decirte que me encanta tu trabajo. Encuentro todas tus publicaciones interesantes, especialmente la que trata sobre (tema). Estoy trabajando para implementar tus consejos en mi día a día porque, al igual que tú, trabajo en (la industria). Me encantaría tenerte en mi red de contactos. Saludos, (tu nombre)"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Me habló de ti (contacto en común) y me dijo que (dato en común).
Por eso, me gustaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Me habló de ti (contacto en común) y me dijo que (dato en común)
Además, veo que los dos nos dedicamos al (sector o función).
Por eso, me gustaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Vi que comentaste en el post de (nombre) sobre (tema), me encantó. Además, creo que (aportación). ¿Tú qué opinas?
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Me encantó el vídeo que subiste a Youtube porque (nombre) argumentos.
Sería magnífico estar en contacto contigo para no perderme ninguno de tus post
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Gracias por darle like a mi artículo/post. Espero que lo disfrutaras.
Me encantaría saber lo que piensas sobre (tema).
Un abrazo,
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Veo que eres (puesto) de (empresa). Tengo un (podcast) en el que entrevisto a (puestos similares) de tu industria. Ya he entrevistado a (listado de tres de sus competidores)
Por eso, me gustaría estar en contacto contigo e invitarte a mi podcast.
Un abrazo
(tu nombre)."

Táctica ninja. Si tienes LinkedIn Sales Navigator puedes ver cuando la gente está revisando tu perfil de LinkedIn. Si es alguien que pertenece a tu perfil ideal de un cliente puedes enviar una solicitud con un toque diferente.

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Gracias por visitar mi perfil de LinkedIn hoy.
(insertar mensaje probado de arriba)"

O Una opción si quieres enviar un mensaje de voz o un video.

"(nombre), muchas gracias por visitar mi perfil. ¿Había algo en particular que estabas buscando, o fue con un post mío te llamó la atención y requieres más información? La mayoría de las personas vistan mi perfil buscan (valor que brindas). Me avisas si hay algo especifico en que te puedo ayudar.
Saludos
(tu nombre)

Conecta mientras duermes con automatización estratégica:

Si bien la personalización es crucial, también puedes aprovechar herramientas de automatización de manera estratégica. Sin embargo, ten cuidado de no caer en el exceso de automatización que puede dar lugar a mensajes genéricos y poco auténticos. Si optas por la automatización, asegúrate de que los mensajes aún conserven un toque personal.

Ejemplos de Mensajes Automatizados:

"Hola (nombre)
LinkedIn me recomendó tu perfil varias veces, así que tenía curiosidad y lo revisé. Vi que tenemos varios contactos en común, así que pensé que sería bueno conectarnos. Un saludo.
(Tu nombre)"

"Hola (nombre)
Me gustaría conectar contigo en LinkedIn porque vi tu perfil y me parece interesante.
(tu nombre)"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Me encantaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Veo que tenemos varios contactos en común.
Por eso, me gustaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
He visto tu perfil y me ha encantado. Además, veo que tenemos varios contactos en común, entre ellos (nombre de contacto) que, además de mi cliente, es una persona excepcional.
Por eso, me gustaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Me encantó el post que escribiste sobre (tema del post), porque trabajo (sector, empresa)
Sería magnífico estar en contacto contigo para no perderme ninguno de tus posts.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
He visto en tu perfil que eres (puesto) de (empresa). Por eso, me gustaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
He visto en tu perfil que trabajas en (Industria). Por eso, me gustaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Veo que eres (puesto) de (empresa). Tengo un (podcast) en el que entrevisto a (puestos similares) de tu industria. Ya he entrevistado a (listado de tres de sus competidores)
Por eso, me gustaría estar en contacto contigo e invitarte a mi podcast.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
He visto que, recientemente, has sido ascendido a (puesto) de (empresa). Felicidades por ello.
Me gustaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Estaba viendo tu perfil y me he dado cuenta de que te ha contratado (empresa) como (puesto). Felicidades!
Por eso, me gustaría estar en contacto contigo"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
He visto que estudiaste en (Universidad), como yo. Por eso, me gustaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
He visto que tú también perteneces al grupo (Grupo), como yo. Por eso, me gustaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Te he visto en la lista de asistentes al evento (Evento). Yo también me dedico a (servicio principal). Por eso, me gustaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Gracias por haberte inscrito en mi evento (Evento). Estaría genial poder estar en contacto contigo y así saber más sobre (empresa).
Un abrazo
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
He echado un vistazo a la web de (empresa) y me ha parecido muy interesante.
Por eso, me gustaría estar en contacto contigo
Saludos
(tu nombre)."

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Soy contacto de (su jefe). He visto tu perfil y me ha parecido muy interesante.
Por eso, me gustaría estar en contacto contigo.
Un abrazo
(tu nombre)."

"(Nombre), me acabo de dar cuenta que no estamos conectados por LinkedIn y estaría genial para ver más de lo que publicas.
(tu nombre)."

Recuerda, cada solicitud a conectar es una oportunidad para iniciar una conversación valiosa. Ya sea que optes por una aproximación completamente personalizada o una estrategia automatizada cuidadosamente diseñada, demuestra tu interés genuino y establece una base sólida para futuras interacciones.

En la siguiente sección, nos sumergiremos en la creación de mensajes que solicitan reuniones de manera impactante, llevando tu estrategia de ventas a un nivel superior en LinkedIn.

Mensajes de agradecimiento por aceptar la solicitud

Después de recibir confirmación de aceptación de tu solicitud de conectar ya es el momento perfecto para enviar un mensaje de agradecimiento...OJO, no vas a pedir una reunión.

Aquí hay un ejemplo de texto:

Gracias (nombre)! Un gusto tenerte en mi red. Suelo público (explica el tipo de contenido que publicas). Espero que esté de ayuda para ti. Excelente semana!

Puedes usar voz o video para darle un toque más personal

En el mundo digital actual, la comunicación se ha vuelto más rica y personal con la introducción de los mensajes de voz y video. Estos formatos permiten establecer conexiones más auténticas y atractivas, capturando la atención de manera única.

Los mensajes de voz agregan una dimensión adicional de autenticidad a tus interacciones. Tu tono de voz puede transmitir emociones y energía que un mensaje escrito a veces no puede. Al utilizar mensajes de voz, puedes generar interés real y establecer una conexión más personal desde el principio.

Ejemplo de Mensaje de Voz para agradecer:

"Hola (Nombre), muchas gracias por conectarte conmigo, ¡es un placer tenerte en mi red! Un saludo (tu nombre)"

Ejemplo de Mensaje de Video para agradecer:

(En un video, apareces frente a la cámara)

Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Muchas gracias por haber aceptado mi invitación a conectar, me ha parecido muy interesante lo que estáis haciendo en (empresa), espero que me cuentes más.
También espero que te guste mi contenido, suelo hablar sobre (temática). Yo voy a estar muy atento a tu contenido. Espero que nos veamos pronto, aunque sea para tomarnos un café virtual. Un abrazo

El Poder de la Conexión Personal:

Los mensajes de voz y video permiten que tu personalidad brille a través de tu comunicación, creando una conexión más fuerte desde el principio. Ya sea que elijas enviar un mensaje de voz que capture la emoción en tu voz o un video que presente tu entusiasmo y compromiso visualmente, estos formatos pueden ser poderosas herramientas para generar interés genuino y agendar reuniones efectivas.

En la próxima sección, exploraremos cómo llevar adelante estas conversaciones para lograr un cierre exitoso y cómo prepararte para la reunión de ventas con confianza y estrategia.

Si no hay interés, no tendrás una reunión

Una vez que has establecido una conexión en LinkedIn, el siguiente paso es cultivar una relación sólida y descubrir si tu potencial cliente tiene una necesidad que tu producto o servicio puede satisfacer. En esta sección, exploraremos estrategias y ejemplos de mensajes diseñados para averiguar el interés de tus conexiones, sin parecer demasiado agresivo ni intrusivo.

El poder de la pregunta estratégica:

Una pregunta bien formulada puede desencadenar una conversación significativa. Cuando te comunicas con un potencial cliente, en lugar de presentar una solución de inmediato, comienza por hacer preguntas que aborden los desafíos o las metas que podrían estar enfrentando. Esto no solo demuestra tu interés genuino, sino que también te proporciona información valiosa para adaptar tu enfoque.

Ejemplos de mensajes para averiguar interés con preguntas:

Hola (nombre),

Sé que tu empresa está fuerte en (su industria). Recientemente ayudé a (su competidor) lograr (resultado) y tengo un par de ideas en cómo puedes hacer lo mismo.

¿Te interesa?

Saludos

(tu nombre)"

"Hola (nombre),

Tu perfil me llamó la atención porque sé que (rol del contacto) están experimentando (problema típico del ICP) en este momento.

Si te interesa lograr (resultado) podemos conversar.

Me avisas?

Saludos

(tu nombre)"

Ofrecer valor antes que vender:

En lugar de lanzarte a la venta de inmediato, considera brindar valor en tu primer mensaje. Esto podría ser en forma de un recurso útil, un consejo relevante o una tendencia interesante en su industria. Al ofrecer algo valioso sin pedir nada a cambio, estás construyendo una relación basada en confianza.

"¡Hola (Nombre)!

Vi que estás involucrado en (Área de Interés), y pensé que podría interesarte este artículo reciente sobre (Tema Relevante). Puede arrojar luz sobre (Aspecto Relacionado). Si tienes algún comentario después de leerlo, me encantaría escuchar tus ideas. ¡Espero que te sea útil!

Atentamente,
(Tu Nombre)"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?

Hace unos días escribí un post sobre (tema) y me gustaría conocer tu opinión.
Te dejo aquí el enlace.
(enlace)
Quedo a la espera de tus comentarios.
Un abrazo

(tu nombre)"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?

En una semana nos vemos en la Masterclass sobre (tema). Estoy preparando algo muy práctico, con ejemplos para que sea muy fácil de entender e implementar. Así que nos vemos el próximo jueves. Un abrazo
(enlace)
Quedo a la espera de tus comentarios.
Un abrazo
(tu nombre)"

El Enfoque Sutil de Introducción:

Otra estrategia es introducir tu producto o servicio de manera sutil, enfocándote en sus beneficios generales en lugar de vender directamente. Esto puede despertar la curiosidad y llevar a una conversación más profunda.

Ejemplo de Mensaje Sutil de Introducción:

"¡Hola (Nombre)!

He notado que compartimos un interés en (Área de Interés). Quería mencionarte que, en mi rol en (Tu Empresa), hemos estado trabajando en soluciones que han ayudado a las empresas a (Logro Específico). Si en algún momento estás interesado en explorar cómo podríamos colaborar en esto, estaré encantado de hablar más al respecto.

Saludos,
(Tu Nombre)"

Cuando no conoces el responsable:

Hola (nombre),

¿Cómo vas? Agradezco que estemos conectados en LinkedIn y quería pedirte un favor. Estoy buscando la persona responsable por (tu solución o el dolor que resuelves). Si la respuesta es si, me ayudarías con el nombre y contacto de la persona correcta? ¡Gracias de antemano!, Saludos (tu nombre)"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Me gustaría hablar con alguien de (empresa) que sea responsable de (job to be done).
¿Con quién me tendría que comunicar?"
Gracias de antemano.
(tu nombre)

Construyendo Puentes para el Futuro:

Recuerda que el objetivo de estos mensajes es **establecer una relación y descubrir si hay un terreno común para una colaboración futura.** No te apresures en el proceso de venta; en su lugar, busca establecer una base sólida de interacción y confianza que pueda convertirse en oportunidades valiosas más adelante.

En la próxima sección, exploraremos cómo dar el siguiente paso: **solicitar una reunión de manera impactante y efectiva, allanando el camino para una conversación cara a cara que pueda cambiar el curso de tu estrategia de ventas.**

Ya tienes su interés, a hora es el momento de agendar una reunión

Has captado la atención y generado interés en tu potencial cliente, y ahora es el momento de llevar la conversación un paso más allá. En esta sección, exploraremos cómo redactar mensajes efectivos para solicitar una reunión, resaltando los beneficios y la importancia de una conversación cara a cara.

Destacando la Propuesta de Valor:

Antes de pedir una reunión, es crucial recordarle a tu potencial cliente por qué es valioso invertir tiempo en una conversación contigo. Resalta cómo tu experiencia, conocimiento y soluciones pueden ayudar a abordar sus desafíos específicos o lograr sus metas.

Ejemplo de Mensaje Destacando la Propuesta de Valor:

"¡Hola (Nombre)!

Basado en nuestras interacciones anteriores, creo que podríamos tener una conversación sumamente beneficiosa. Me gustaría discutir en detalle cómo (Tu Producto/-Servicio) puede brindar soluciones concretas a los desafíos que enfrentas en (Área Específica). ¿Te gustaría programar una reunión para explorar esto más a fondo? Tu tiempo es valioso, y estoy seguro de que esta conversación podría ser un paso significativo hacia tus objetivos.

Atentamente,
(Tu Nombre)"

Mensaje después de interactuar en comentarios de un post

"Hola (nombre),

Disfruté nuestra conversación en los comentarios sobre (tema de la publicación).

Espero que mis ideas hayan sido de valor.

¿Tiene sentido hacer una llamada rápida esta semana para ver si hay algo más en lo que pueda ayudar?

Sin vender. Solo una llamada de consulta gratuita, ya que agradezco que seas parte de mi red.

Saludos

(tu nombre)"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Vi en tu página qué (situación) y, como sabes, en (empresa) hemos ayudado a empresas como X, Y y Z a (job to be done) y me gustaría reunirme contigo para ver si podemos ayudar de alguna manera a (empresa)
¿Cuándo te viene bien que nos veamos la próxima semana?"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
La próxima semana iré a (ciudad) y me encantaría tomarme un café contigo.
¿Cuándo te viene bien que nos veamos la próxima semana?
Un abrazo"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Seguro que estás cansado de leer mensajes de ventas. Así que, voy a ser directo, me encantaría trabajar contigo, sinceramente creo que podríamos (resultado esperado).
¿Cuándo te viene bien que hagamos una videollamada la próxima semana?"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Me gustaría reunirme contigo para ver cómo (empresa) hace (job to be done) y ver si podemos (resultado deseado) tal y como hicimos con (competencia).
¿Cuándo te viene bien que hagamos una videollamada la próxima semana?"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Me ha parecido ver que en (empresa) utilizan (tecnología) y me gustaría saber cómo les va con eso.
Te lo comento, porque (argumento).

Si quiere (lograr resutado) podemos agendar una reunión para la próxima semana.
¿Te parece?

Saludos

(tu nombre)

El Paso Siguiente Hacia el Éxito:

Solicitar una reunión es un paso crucial en el proceso de ventas. **Utiliza estos mensajes como oportunidades para demostrar tu dedicación, flexibilidad y el valor genuino que puedes aportar.** En la siguiente sección, exploraremos cómo seguir la conversación después de haber solicitado una reunión, manteniendo la emoción y el interés en el proceso.

Sigue intentando con seguimiento efectivo

En el mundo de las ventas y las relaciones comerciales, la persistencia inteligente puede marcar la diferencia entre una oportunidad perdida y un nuevo cliente potencial. A veces, no recibir una respuesta inmediata a tu solicitud de reunión no significa un rechazo definitivo. En esta sección, exploraremos cómo redactar mensajes de seguimiento efectivos después de haber pedido una reunión y no haber obtenido respuesta, manteniendo el respeto y la consideración por el tiempo del prospecto.

Manteniendo la Positividad y la Perspectiva:

Es fácil sentirse desanimado cuando no se recibe una respuesta inicial, pero es importante no saltar a conclusiones negativas. Mantén una actitud positiva y considera que las personas pueden estar ocupadas o haber pasado por alto tu mensaje inicial.

Ejemplo de Mensaje de Seguimiento Positivo:

"¡Hola (Nombre)!

Espero que estés teniendo una semana productiva. Quería hacer un seguimiento rápido de mi mensaje anterior sobre la posibilidad de reunirnos para discutir (Tema Específico). Entiendo que el tiempo puede ser un recurso limitado, pero estoy seguro de que una conversación enriquecedora podría valer la pena. Si todavía estás interesado en explorar cómo (Tu Solución) podría beneficiarte, estaré encantado de coordinar una reunión en un momento conveniente para ti.

Gracias por tu consideración,
(Tu Nombre)"

"¿Cómo estás (nombre)? Sé que es una época muy ocupada del año, pero me encantaría tener una conversación contigo sobre (tema del último mensaje). Recientemente, aprendí (inserta un dato interesante o una estadística sobre el tema). Avísame si hay un mejor momento para contactarte. Saludos, (Tu nombre)"

Resaltando la Relevancia y el Valor:

En tu mensaje de seguimiento, recuerda enfocarte en cómo la reunión podría ser valiosa para el prospecto. Destaca cómo tu conocimiento y soluciones podrían abordar sus necesidades o desafíos específicos.

Ejemplo de Mensaje Resaltando el Valor:

"¡Hola (Nombre)!

Al reflexionar sobre nuestra posible conversación sobre (Área de Interés), estoy aún más convencido de que podríamos tener ideas valiosas para compartir. La oportunidad de discutir tus metas y desafíos específicos, y cómo (Tu Producto/Servicio) podría contribuir a esos objetivos, me emociona mucho. Si te gustaría explorar esto más a fondo, estaré aquí para coordinar una reunión cuando mejor te convenga.

Saludos cordiales,
(Tu Nombre)"

"Hola (nombre), pensé en volver a consultar para ver si estabas interesado en participar en una llamada rápida.

Mi empresa ayuda (tipo de cliente) solucionar (problema) a través de (solución).

Me encantaría compartir algunos de los consejos y trucos que hemos usado para ayudar a nuestros clientes (lograr resultado).

¿Estaría abierto a tener una conversación?

Saludos

(Tu nombre)"

Ofreciendo Opciones y Flexibilidad:

En tu mensaje de seguimiento, muestra que respetas su tiempo y su agenda. Ofrece opciones de fechas y horarios para la reunión, demostrando tu flexibilidad y disposición para adaptarte a su disponibilidad.

Ejemplo de Mensaje Ofreciendo Opciones:

"¡Hola (Nombre)!

Entiendo que tu agenda podría estar ocupada, pero quería recordarte que estoy aquí para adaptarme a tu tiempo. Si estás dispuesto a explorar más a fondo cómo (Tu Solución) puede marcar una diferencia en (Área de Interés), aquí tienes algunas opciones de horarios para la reunión:

(Fecha y Hora)
(Fecha y Hora)
(Fecha y Hora)
Si ninguna de estas opciones funciona para ti, házmelo saber y ajustaremos algo que se ajuste a tu agenda.

Gracias por tu consideración,
(Tu Nombre)"

El Arte de la Persistencia Respetuosa:

La persistencia respetuosa es clave en el mundo de las ventas. Mientras mantengas una actitud positiva y sigas enfocándote en el valor que puedes brindar, los mensajes de seguimiento pueden convertirse en oportunidades para construir relaciones sólidas y valiosas. En la próxima sección, exploraremos cómo generar conversaciones significativas que fortalezcan aún más la conexión con tu potencial cliente.

Mensaje para generar una conversación

En el mundo de las ventas y las relaciones profesionales, las conversaciones significativas son la clave para construir conexiones auténticas y duraderas. En esta sección, exploraremos cómo crear mensajes diseñados para generar conversaciones valiosas, fortaleciendo la relación con tus conexiones y allanando el camino para identificar oportunidades y agendar reuniones exitosas.

Comenzando con un Punto en Común:

Cuando deseas generar una conversación genuina, busca puntos en común que puedan ser la base para un diálogo interesante. Pueden ser intereses compartidos, experiencias laborales similares o incluso una conexión mutua en la industria.

Ejemplo de Mensaje Comenzando con un Punto en Común:

"¡Hola (Nombre)!

Noté que compartimos un interés en (Tema de Interés). He estado siguiendo tus publicaciones sobre (Tema Específico) y me pareció fascinante. ¿Cuál es tu opinión sobre (Pregunta Relacionada)?

Saludos,
(Tu Nombre)"

Hola (nombre),

Vi tu (tipo de contenido) sobre (tema) y me llamó mucho la atención por (algo interesante del contenido). De hecho, estaba leyendo (otro contenido relevante para ellos) y pensé que podría estar interesado.

Aquí está el enlace: (enlace). Me encantaría conocer tu opinión sobre (tema especifica en el contenido nuevo).

Saludos,

(tu nombre)

Preguntas Abiertas para Fomentar la Respuesta:

Las preguntas abiertas son una herramienta poderosa para estimular la conversación. En lugar de preguntas que pueden responderse con un simple "sí" o "no", formula preguntas que requieran una respuesta más detallada, lo que abre el camino para una discusión más profunda.

Ejemplo de Mensaje con Pregunta Abierta:

"¡Hola (Nombre)!

He estado explorando tu experiencia en (Área Específica), y me gustaría saber más sobre tu enfoque en (Aspecto Específico). ¿Cuáles son algunos de los desafíos más intrigantes que has enfrentado en esta área? Creo que podríamos intercambiar ideas y perspectivas valiosas. ¡Espero con interés tu respuesta!

Atentamente,
(Tu Nombre)"

"Hola (nombre). Acabo de terminar de leer tu publicación sobre (tema) y tengo una pregunta para ti... ¿Crees que (pregunta sobre la publicación)? Me interesa saber tu opinión sobre esto. Un saludo, (Tu nombre)"

Invitación a Compartir Experiencias:

Una forma efectiva de generar conversaciones es invitando a tu conexión a compartir sus propias experiencias y perspectivas. Esto no solo muestra tu interés en sus opiniones, sino que también te brinda información valiosa para comprender mejor sus necesidades y desafíos.

Hola (nombre),
"Hace poco leí tu publicación sobre (tema) y, como alguien que también trabaja en (industria), quería compartir algunas ideas sobre las últimas tendencias en (area específica).

En (tu empresa), recientemente completamos un estudio sobre (tendencia de la industria) y encontramos algunos datos interesantes que podrían ser relevantes para tu función en (Empresa del cliente potencial).

Si te interesa dejame saber y te enviaré el enlace.
Saludos
(Tu nombre)"

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
Dice LinkedIn que hoy es tu aniversario en (empresa). No sé si es verdad, pero si lo es, ¡felicidades!
Cualquier excusa es buena para celebrar... y para escribirte."

Invitación a un evento

"Hola (nombre),

Quería invitarte personalmente a nuestro próximo seminario web sobre (tema) el (fecha y hora).

Pensé que aprender más sobre (tema) sería interesante para ti, especialmente porque la mayoría de los (cargos similares) con los que he hablado me dijeron que luchan con (punto de dolor que cubre el tema).

Puedes registrarte para el evento aquí: (enlace al registro)

¡Espero que puedas unirte!

(tu nombre)

Por último, queríamos mencionar un mensaje muy simple que creó Joe Girard, quien fue considerado como el mejor vendedor minorista del mundo (auditado por Deloitte) tras vender 13001 coches en 15 años. No te dejes llevar por su aparente simpleza, el mensaje funciona muy bien, sobre todo si lo utilizas con clientes activos o clientes inactivos:

“Hola, (nombre), ¿cómo estás? Sólo te escribo para saludarte y desearte una feliz semana. Un abrazo”

Mostrando Interés Genuino:

La clave para generar conversaciones valiosas radica en demostrar un interés genuino en tu conexión. Sea cual sea el enfoque que elijas, asegúrate de que tu mensaje refleje curiosidad, respeto y un deseo sincero de aprender y compartir.

En la próxima sección, exploraremos cómo incorporar mensajes de voz y de video para generar una conexión aún más personal y profunda, allanando el camino para una relación más fuerte y, potencialmente, una reunión de ventas exitosa.

Mensaje de seguimiento

En el momento en el que envían una propuesta a un cliente potencial, la mayoría de los vendedores limitan su comunicación a temas relativos a la oportunidad de ventas. A nosotros nos gusta mostrarle a nuestros potenciales clientes que de verdad nos importan, por eso utilizamos Sales Navigator y Google News para estar atento de las noticias donde se mencione a la empresa o a los tomadores de decisiones.

"Hola, (nombre). ¿Cómo estás?
Sólo te escribo para felicitarte por la gran iniciativa de (noticia). ¡Felicidades!"

Adicionalmente, cuando un potencial cliente "desaparece" tras enviarle la propuesta comercial, utilizamos el Mensaje de Momsen para identificar si aún tiene la necesidad específica que fue el motor de nuestra negociación.

"Hola, (nombre), ¿cómo estás?
¿Todavía te interesa (job to be done)?"

Fíjate que no preguntamos si le interesa el producto o servicio, sino si le interesa cubrir la necesidad central de nuestra negociación.

A lo largo de estas páginas, hemos desglosado cada fase crucial del proceso de comunicación en LinkedIn, desde las personalizadas y efectivas solicitudes para conectar hasta la creación de conversaciones valiosas que fortalecen relaciones genuinas. Hemos compartido mensajes para generar interés, para solicitar reuniones, para dar seguimiento cuando el silencio amenaza, y hemos explorado cómo el poder de la voz y el video pueden elevar tu estrategia a nuevos niveles de autenticidad.

Recuerda que cada mensaje es una oportunidad para brillar, para conectar y para convertirte en un líder en el competitivo mundo de las ventas en línea. Las conexiones que forjas y las relaciones que cultivas a través de estos mensajes disruptivos pueden abrir puertas y generar oportunidades invaluables.

Ahora es el momento de aplicar lo que has aprendido y aventurarte en el emocionante terreno de las ventas en línea. Toma cada mensaje como una pincelada en el lienzo de tu éxito, y recuerda que el arte de agendar reuniones en LinkedIn es un viaje en constante evolución. A medida que te sumerges en el mundo de las comunicaciones digitales, te animamos a experimentar, a adaptar y a perfeccionar tu enfoque.

Agradecemos sinceramente que hayas decidido acompañarnos en este viaje y confiamos en que los mensajes disruptivos que has explorado aquí te guiarán hacia el éxito en tus esfuerzos de venta en línea. ¡Que cada conexión sea un paso adelante en tu camino hacia el logro de tus objetivos comerciales!

Recuerda, estás armado con las herramientas necesarias para destacarte en un mundo interconectado y dinámico. ¡Comencemos a agendar reuniones y a transformar conexiones en valiosas relaciones comerciales!

Sobre los autores

Chris Payne

Chris es un autodefinido colombo-australiano y proclamado por sus compañeros como el experto en ventas B2B. Su filosofía en ventas está basada en el **VALOR en lugar del PRECIO.** Se centra en las habilidades "duras" y las estrategias y herramientas prácticas para ayudar a sus clientes obtener una ventaja competitiva en el mundo de las ventas B2B.

Chris es conferencista internacional y autor de libro **#1 best seller en Amazon "La venta disruptiva".** Tiene un MBA en marketing y negocios internacionales, ha trabajado con multinacionales grandes en 4 continentes, y actualmente es fundador de masventasb2b.com (una plataforma que lleva la formación de ventas B2B en LATAM) y anfitrión del bien conocido "Vender Diferente" Podcast.

Una vez Albert Einstein dijo "la locura es seguir haciendo lo mismo y esperar resultados diferentes". El enfoque de Chris es brindar resultados EXTRAORDINARIOS a través de técnicas diferentes. Es decir...**ES TIEMPO PARA VENDER DIFERENTE.**

CHRIS PAYNE
Experto en ventas B2B

Blas Martínez

Es CEO y fundador de Syngulariti, una Consultora Estratégica enfocada en **desbloquear el potencial de crecimiento de empresas B2B de habla hispana** que cuenta actualmente con clientes activos en 8 países. Además es co-fundador de Linkin, una agencia de LinkedIn Marketing enfocada en resultados. Blas es experto en Innovación de Negocio y Transformación Digital certificado por MIT, Columbia Business School, ESADE Business School, IDEO University, Startegyzer, AJ&Smart, Growth Institute, Hyper Island, IBM y Lean Six Sigma Institute, entre otros.

En 2023 LinkedIn lo reconoció como Marketer Insider de LinkedIn y, actualmente, forma parte del Programa de Expertos de LinkedIn.

También es co-director de TopSeller, el programa ejecutivo de prospección Inbound y Outbound de Linkin. Además, Blas es creador del Growth Map, una metodología de Lean Marketing enfocada en innovación continua que tiene como objetivo que las empresas puedan diseñar, medir, ajustar y documentar sus estrategias de exploración (innovación).

Blas también es el creador y conductor de "Syngulariti Podcast", un podcast dirigido a todos aquellos responsables de Marketing, Ventas e Innovación estratégica de sus compañías, donde traslada una visión Estratégica y a la vez práctica, a través de entrevistas, ejemplos y experiencias.

Syngulariti

El curso complementario a este libro...

¡Llena tu pipeline con clientes perfectos y agenda más reuniones con ellos!

Eres un vendedor B2B o líder comercial y no quieres perder más tiempo conversando con prospectos no calificados...también conocidos como "time wasters".

Tal vez la labor de prospección es muy compleja y te sientes que no tienes tiempo o el ritmo correcto para llenar tu pipeline.

Si te identificas con esta situación y deseas que tu pipeline esté constantemente abastecido con prospectos calificados sin agotarte en el proceso...ieste taller virtual es para ti!

El objetivo del curso es sencillo:

Construir una lista de prospectos calificados (y tomadores de decisiones) que puedes alimentar cada día.

Programar reuniones con ellos a través de mensajes impactantes y cadencias disruptivas.

Dile adiós a la tediosa prospección y dale la bienvenida a un flujo constante de prospectos calificados con el menor esfuerzo posible.

¡Te esperamos en el curso "Llena Tu Pipeline con Clientes Perfectos B2B"

En el curso online aprenderás...

- ✔ Los 50 mensajes **MÁS disruptivos para agendar reuniones por LinkedIn.**
- ✔ Cómo identificar tus mejores clientes y **multiplicarlos por 10.**
- ✔ Un truco sencillo para **identificar los clientes más rentables** dentro de tu lista de los mejores clientes.
- ✔ **Cómo identificar donde tus clientes actuales existen online...** y te cuento algo, no están donde pensabas.
- ✔ **Cómo construir una lista de más de 200 prospectos** calificados en menos de 10 minutos. O sea...más de 1000 en solo una hora ;-)
- ✔ **4 herramientas totalmente GRATIS** que puedes usar para construir una lista de prospectos (no necesitas pagar $90 por mes para usar Sales Navigator...pero si lo estás haciendo vale la pena).
- ✔ **Descubre los 2 mensajes con mayor tasa de aceptación** cuando envies una solicitud a conectar.
- ✔ **Una lista de 30 "conversation starters"** que puedes usar para generar interés con tus prospectos.
- ✔ **Construir "tu propio clone vendedor"** que puede hacer seguimiento con tus clientes mientras estas durmiendo.
- ✔ Cómo **ahorrar más de 8 horas de trabajo** por semana (es prospectar sin esforzar)
- ✔ **El secreto #1 para acelerar el proceso de la venta** que my pocos vendedores usan...y por eso sus negocios se alargan.

Duración: 4 horas

INSCRÍBETE AHORA

www.masventasb2b.com/pipeline

Los 50 mensajes

MÁS DISRUPTIVOS PARA AGENDAR REUNIONES POR LINKEDIN

CHRIS PAYNE
Experto en ventas B2B

Chris Payne
chris@masventasb2b.com
+507 6283 3959
www.masventasb2b.com

Syngulariti

Blas Martínez
blas@syngulariti.com
+53 331 708 4839
www.syngulariti.com