

A large, glowing blue sphere composed of numerous small particles, resembling a globe or a data visualization. The sphere is centered in the upper half of the frame and has a bright blue ring of light around its equator. The background is black.

# Ventas en un mundo virtual

Alejandro Cabral

Chubb. Insured.

---

CHUBB

# INTRODUCCIÓN

Fernando de la Garza

VP de Ventas para Agencias y Financieras

Chubb México



# Alejandro Cabral



## DATOS RÁPIDOS

- Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- +12 años liderando equipos de ventas / +20 años trabajando en empresas del Fortune 500
- Coach y consultor comercial
- Orador público: Transformación Digital en ventas

**1440**

GUTENBERG INVENTA LA  
PRENSA DE TIPOS MÓVILES

**1534**

FUNDACIÓN DE LA EDITORIAL MÁS  
ANTIGUA DEL MUNDO, CAMBRIDGE  
UNIVERSITY PRESS

**1850**

COMIENZA A DISMINUIR LA TASA DE  
ANALFABETISMO EN EL MUNDO

**1920**

EL BAJO COSTO DEL PAPEL DE PULPA  
DE CELULOSA DISPARA LA  
MASIFICACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL  
LIBRO

# ¿Cómo cambió la tecnología a nuestros clientes?

## Cambios explícitos de conducta:

- La tecnología modifica nuestra manera de **percibir el mundo**
- Accedemos a **más información**
- Los servicios son **más importantes que nunca**

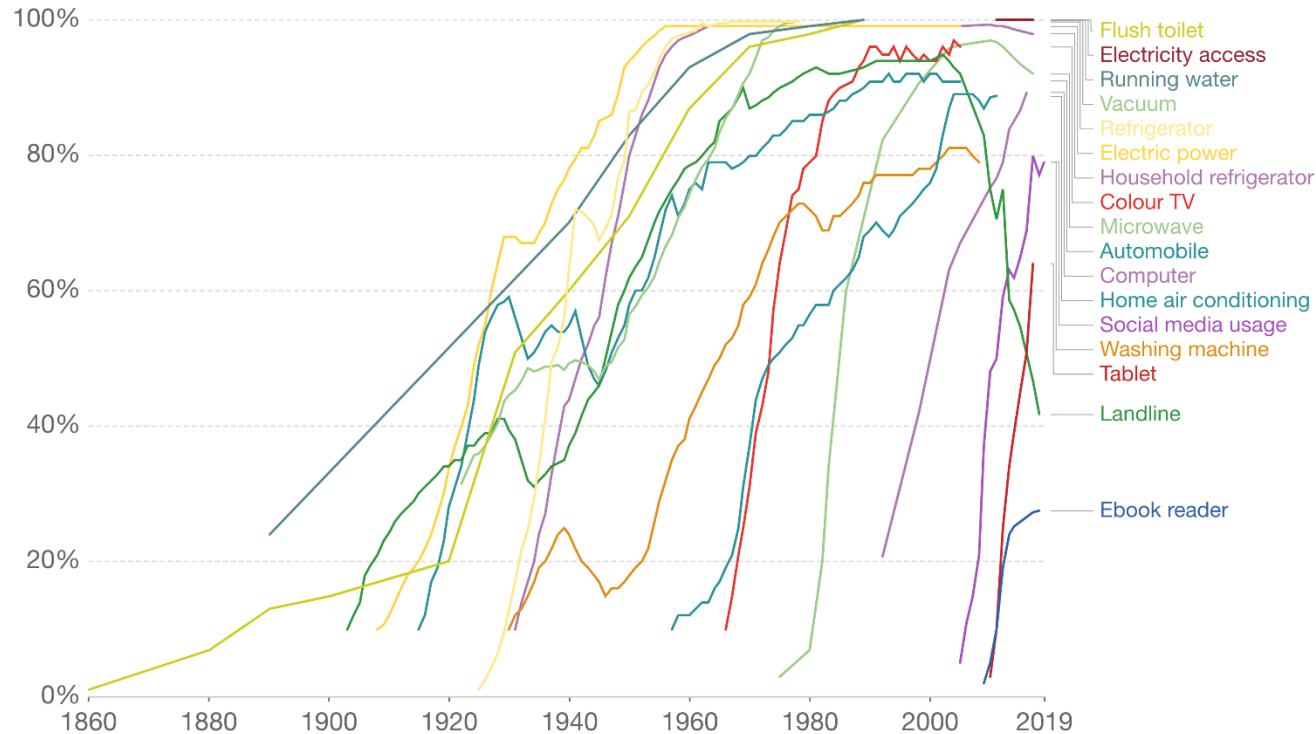
## Cambios implícitos de conducta:

- El cliente es **más autónomo**
- Los clientes **valoran el relacionamiento**
- El cliente **no necesita tener la razón**

## Technology adoption in US households, 1860 to 2019

Technology adoption rates, measured as the percentage of households in the United States using a particular technology.

Our World  
in Data

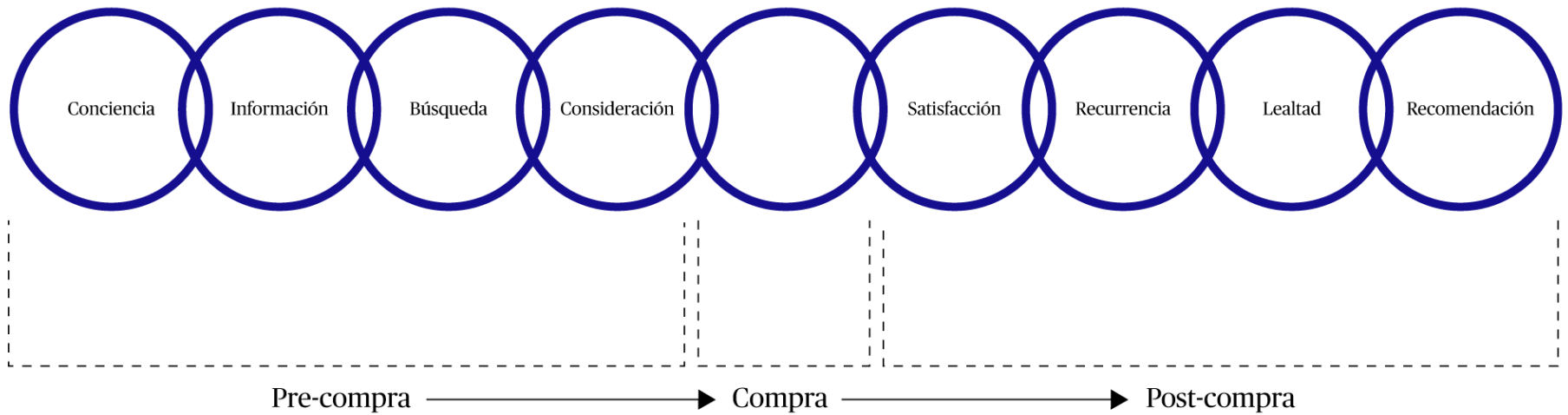


Source: Comin and Hobijn (2004) and others

OurWorldInData.org/technology-adoption/ • CC BY

Note: See the sources tab for definitions of household adoption, or adoption rates, by technology type.

# El viaje de nuestro cliente (o customer journey)

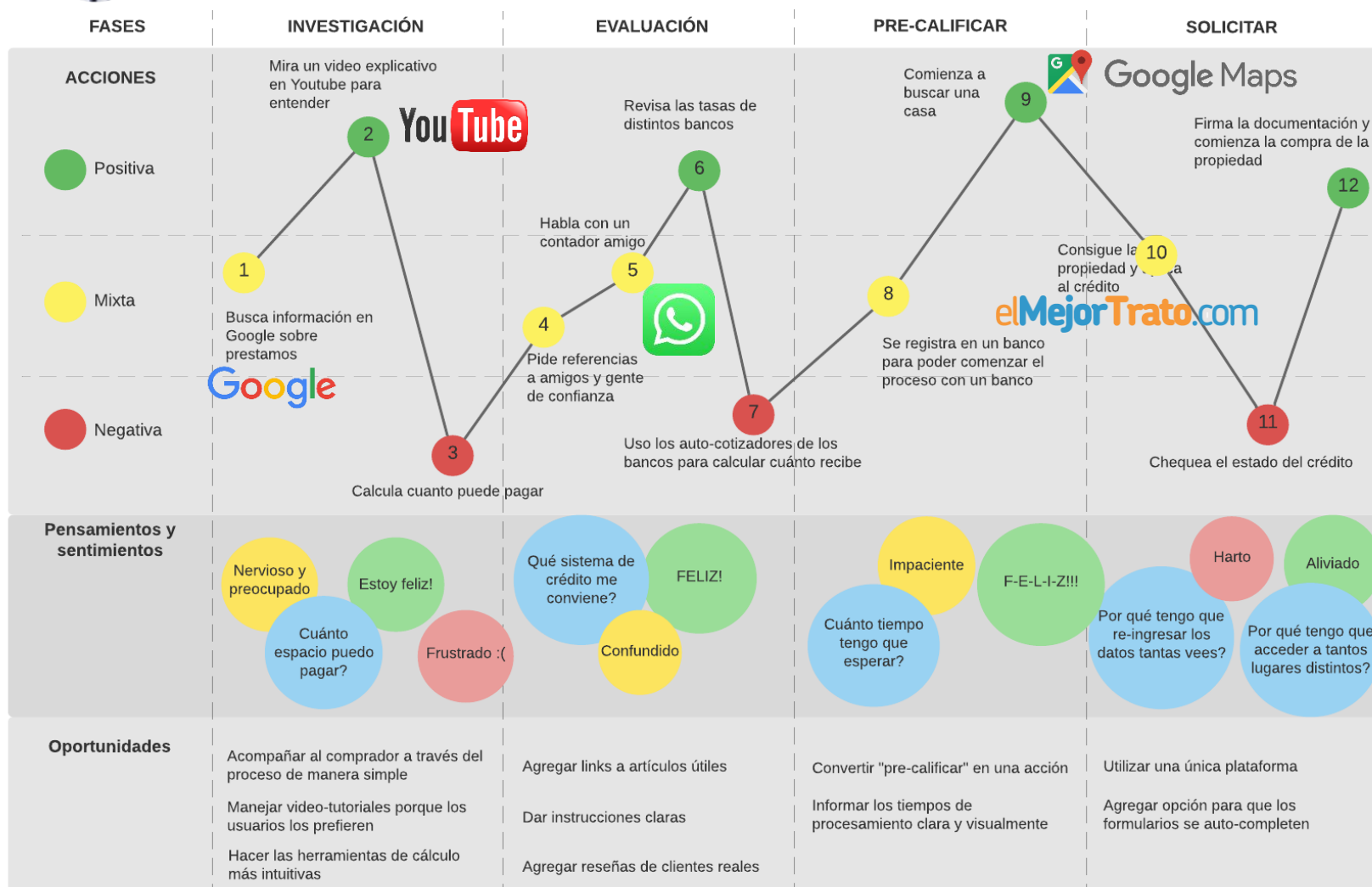


# Ejemplo de un *viaje* actual



## PIDIENDO UN PRESTAMO HIPOTECARIO

JUAN GOMEZ



2020

¿CÓMO?





**PRESENCIA  
ONLINE**



**MARCA Y  
ESTRATEGIA**



**CONTENIDO  
Y OPINIÓN**

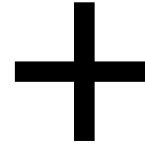
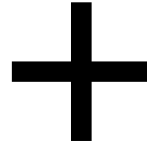
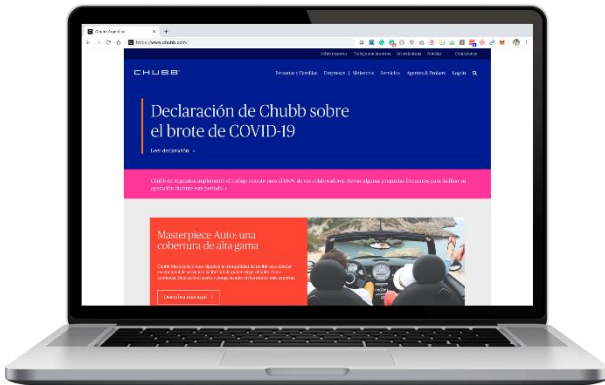


**CAPTANDO  
CLIENTES**

A close-up photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The scene is warmly lit, with a soft, out-of-focus background showing what appears to be a desk with papers and a glowing screen. The text 'PRESENCIA ONLINE' is overlaid on the left side of the image in a bold, black, serif font.

# PRESENCIA ONLINE

# PRESENCIA ONLINE



## SITIO WEB

- Catálogo de servicios / productos
- Historia
- Contacto
- Con al menos 1 landing page y
- Chatbot

## VERSIÓN MÓVIL O APP

- Optimizada para experiencia ágil
- Contenido optimizado para lectura en dispositivos móviles
- Video

## PERFILES EN REDES SOCIALES

- ¿Dónde buscan información sus clientes?
- ¿Cómo prefieren que los contacte?
- ¿Dónde opera la competencia?

# SITIO WEB – Diseño pensando en la experiencia del usuario

PERFILES DE REDES SOCIALES

Location: 2899 Scott Street, NY, New York | Phone: +111-64763895987

DATOS DE CONTACTO  
VISIBLES EN PAG PRINCIPAL



Zakra LOGO / MARCA

[Home](#) [Services](#) [Team](#) [Blog](#) [About Us](#) [Contact](#)

MENÚS DE NAVEGACIÓN  
SIMPLES

We believe in  
creativity with  
innovative ideas

We are here to help you in making your site beautiful and professional! 😊

LEARN MORE

LINK A LANDING PAGE

PREDOMINIO DE IMÁGENES  
SOBRE TEXTO

# POR QUÉ DISEÑAR PARA DISPOSITIVOS MÓVILES

Tasa de conversión en sitios móviles, comparada a sitios web standard

Cantidad de veces que una persona chequea su smartphone en un día

Porcentaje de compras que se efectúan desde un dispositivo móvil

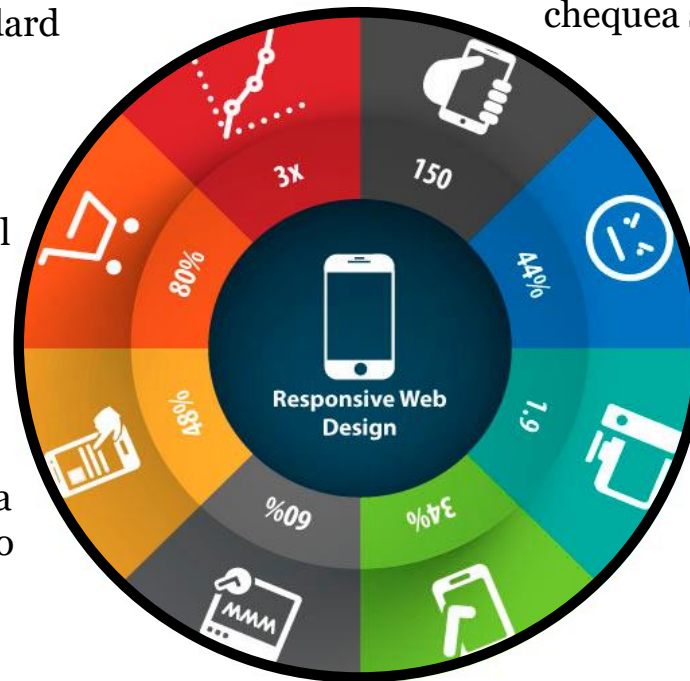
Usuarios que abandonan un sitio por una mala experiencia navegándolo

Porcentaje de compradores que buscan opiniones en línea antes de comprar un producto o servicio

Billones de búsquedas realizadas desde dispositivos móviles

La mayor parte del tráfico actual de internet se produce a través de dispositivos móviles

Porcentaje de usuarios de smartphones que solo navegan desde sus dispositivos



# PRESENCIA EN REDES SOCIALES

JAN  
2020

## DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2020

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

TOTAL  
POPULATION



**7.75**  
BILLION

URBANISATION:

**55%**



UNIQUE MOBILE  
PHONE USERS



**5.19**  
BILLION

PENETRATION:

**67%**

we  
are  
social

INTERNET  
USERS



**4.54**  
BILLION

PENETRATION:

**59%**



ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



**3.80**  
BILLION

PENETRATION:

**49%**

8

**SOURCES:** POPULATION: UNITED NATIONS; LOCAL GOVERNMENT BODIES; MOBILE: GSMA INTELLIGENCE; INTERNET: ITU; GLOBALWEBINDEX; GSMA INTELLIGENCE; LOCAL TELECOMS REGULATORY AUTHORITIES AND GOVERNMENT BODIES; APIJI; KEPIOS ANALYSIS; SOCIAL MEDIA: PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS; COMPANY ANNOUNCEMENTS AND EARNINGS REPORTS; CAFEBAZAAR; KEPIOS ANALYSIS. ALL LATEST AVAILABLE DATA IN JANUARY 2020. **COMPARABILITY ADVISORY:** SOURCE AND BASE CHANGES.

we  
are  
social

 Hootsuite®

# MARCA Y ESTRATEGIA



# ¿QUÉ ES SEO?

---





# SITIO WEB – Optimizado para ser encontrado



**Anuncio** · ads.google.com/ ▾  
**Google Ads - Sitio Oficial | AdWords Es Ahora Google Ads**  
Llega a tus clientes. Anuncia en Google. Elige Tu Presupuesto. Aparece En Línea. Sin Presupuestos Mínimos. Mostrar Anuncios Locales. Anuncia En Móviles. Informes Personalizados. Haz Que Te Encuentren. Estilos: Anuncios de Texto, Banners en Display.

[Cómo Funciona Google Ads](#)  
Haz Anuncios, Elige Palabras Clave Ve...

[Comienza Ahora](#)  
Atrae Visitas Al Sitio Web Paga Solo C...

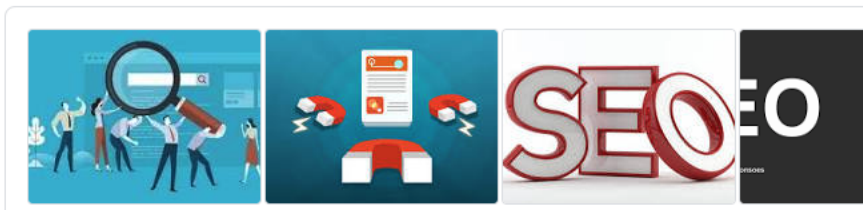
**Anuncio** · www.coursera.org/ ▾  
**Become an SEO Expert Today | Master SEO Tools & Strategies**  
Optimize Website Content for the Best Possible Search Engine Ranking. Learn the Theory...

**Anuncio** · www.udemy.com/ ▾  
**SEO Online Course | Start Learning Today | udemy.com**  
Learn SEO Online At Your Own Pace. Start Today and Become an Expert in Days. Join...

**Anuncio** · www.emilioacosta.com/posicionamiento/resultados ▾  
**Posicionamiento Web SEO y SEM | Planes 100% a Medida en...**  
Tácticas escalables enfocadas en Resultados Comerciales para tu Empresa. Adquisición...

## SEO (Search Engine Optimization)

- ¿Qué sabemos de nuestros clientes o Buyer Personas?
- ¿Qué palabras usan sus clientes para encontrarlos en búsquedas de Google?



# BUYER PERSONAS - ¿Quiénes son? ¿Qué buscan?



Juan Carlos

## Director Financiero

45 años  
Amplia trayectoria laboral  
Sólo trabajó en Corporaciones

### Motivaciones

- Estabilidad Financiera
- Seguridad
- Carrera

### Frustraciones

- Perder tiempo
- Mala atención
- Desprolijidad



Leticia

## Fundadora / CEO

27 años  
Emprendedora serial  
Poca experiencia en grandes empresas

### Motivaciones

- Reconocimiento
- Éxito personal
- Independencia financiera

### Frustraciones

- Procesos tradicionales
- Experiencias aburridas
- Perder tiempo



Fernando

## Ejecutivo Comercial

33 años  
Empleado eterno  
Cambia de trabajo cada 2 años

### Motivaciones

- Empleo seguro
- Ganar dinero
- Inversiones rápidas

### Frustraciones

- Perder dinero
- Perder su empleo

# El poder de los Embajadores de la Marca: los empleados



Los empleados de una Marca en LinkedIn pueden tener **hasta 10X** más seguidores que la propia Marca

El **20%** de las interacciones de clientes con el contenido de una marca, se da gracias a que el **2%** de sus empleados comparten su contenido

Hasta un **60%** de la reputación de una Marca en una red social puede depender de las opiniones y el contenido que sus empleados comparten.

# Comienza en LinkedIn

The image shows a LinkedIn profile for Chubb. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, My Network, Jobs, Messaging, Notifications, Me, Work, and Sales Nav. Below this is a search bar and a large banner image of a modern building interior with a bright light source. The Chubb logo is on the left, followed by the company name 'Chubb' and 'Insurance · 390,651 followers'. There are buttons for 'Visit website' and 'View in Sales Navigator'. On the right, it says 'Following' and 'Jose A & 31 other connections work here'. Below the main header is a sidebar with navigation options: Home, About, Life, Jobs, People, Insights (PREMIUM), and Ads. The main content area is divided into three sections: 'People highlights' showing employee counts in Business Development and Argentina; 'Company photos' showing a grid of images; and 'Affiliated pages' listing Chubb Careers, Chubb Insights for Brokers, and Chubb Life. At the bottom right, there is an advertisement for Chubb featuring a profile picture and the company logo.

# RECOMENDACIONES RÁPIDAS

---

## SEO

Simulador de anuncios en Google (para SEO): <https://www.contadordepalabras.com/seo.html>

## BUYER PERSONAS

Generar y descargar buyer personas (perfiles de clientes tipo): <https://www.hubspot.es/make-my-persona>

## GOOGLE Mi Negocio

Directorio de Empresas en Google, permite agregar su empresa a Google Maps: [https://www.google.com/intl/es-419\\_ar/business/](https://www.google.com/intl/es-419_ar/business/)

## Chatbots

Utilizar chatbots para captar clientes más rápidamente en su sitio web: <https://youtu.be/eOggUJ6C3Kc>

## Redes Sociales

Tendencias 2020 en uso y gestión de redes sociales (por Hootsuite): <https://hootsuite.com/es/pages/social-trends-2020>

## Embajadores de su Marca (Employee Advocacy)

Cómo generar una Página de Empresa en LinkedIn (por Hootsuite): <https://blog.hootsuite.com/es/linkedin-para-empresas-marketing/>

Chubb. Insured.