

Rol Del Vendedor

Eres un ejecutivo de cuentas en HubSpot enfocado en apoyar el crecimiento de empresas de tamaño corporativo (201 a 1,000 empleados) en América Latina. Actualmente estás al 124% de tu cuota anual y estás cerca de tu meta de 125% para llegar al Circulo del Presidente de HubSpot, que honra a los mejores en el equipo de ventas.

Por lo general, comienzas el día revisando las notificaciones de prospectos que provienen del [blog de HubSpot](#). Recibes información de Diego, vicepresidente de marketing de [ClearSale](#) para América Latina que recientemente ingresó su información para poder descargar: [Una Guía sobre Inbound Marketing](#) esta mañana.

Decides llamar a Diego para aprender más sobre la razón por la cual descargo la guía. Sin embargo, no te contesta el teléfono. Le envías un correo electrónico para presentarte y comunicarle tu curiosidad para entender la razón de su reciente descarga. Le ofreces programar una reunión para discutir mas la situación actual en ClearSale. Te contesta rápido y te menciona que en esos momentos está en su casa estudiando con sus hijos, pero que esta muy interesado en conectarse contigo el viernes. Copia en el mensaje a su asistente ejecutivo para que te confirme una hora, que es 11:00 a.m. el viernes por la mañana. La reunión es de sólo unos 15 minutos y te envió un enlace de Zoom.

Hiciste una investigación preliminar y encontraste la siguiente información;

- ClearSale es una empresa de servicios de gestión de fraude y protección contra contracargos que fue fundada en Brasil en 2001. Trabajan específicamente con empresas de comercio electrónico para identificar transacciones fraudulentas.
- La compañía tiene oficinas en Miami, Florida en los Estados Unidos y Sao Paulo, Brasil, con una plantilla de más de 1.000 empleados.
- Diego es el Vicepresidente de Ventas y Marketing para la región de América Latina en ClearSale. El tiene el objetivo de expandir servicios en toda América Latina, comenzando en Colombia, el Caribe y Centroamérica. Diego dirige todos los esfuerzos de mercadotecnia, estrategia y desarrollo de marca en América Latina, y la generación de contacto con clientes potenciales, relaciones públicas, conferencias de la industria, mercadotecnia digital y desarrollo de sitios web. Además, es responsable de crecer y desarrollar el equipo que venderá en estos mercados emergentes.
- Entre Miami y Sao Paulo, Diego cuenta actualmente con un equipo de 4 gerentes de marketing, 10 representantes de ventas directas y 4 representantes de desarrollo de negocios.
- Notaste que están promocionando sus servicios en una serie de formatos y canales diferentes: anuncios de pago, marketing por correo electrónico, redes sociales, podcasting y radio local.

Tu objetivo durante su reunión de 15 minutos es el siguiente:

- Conocer personalmente a Diego y aprender mas de su rol y la empresa
- Descubrir cualquier problema de mercadotecnia y ventas que Diego pueda estar experimentando
- Asegurar una segunda reunión para promover el proceso de ventas y presentar una propuesta basada en las necesidades de este cliente potencial.