

6 CLAVES PARA LA VENTA EN B2B QUE NOS HAN LLEVADO AL ÉXITO

 PRODUCCIÓN **APARTE**





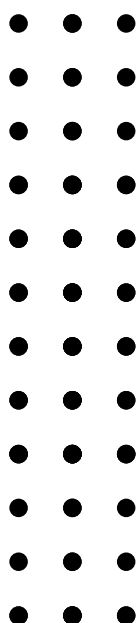
Quizás la labor más importante —y a la vez más compleja— en cualquier empresa, sin importar el sector, desde el retail hasta el software más sofisticado, es vender. Vender y generar confianza en tu lead de que eres la opción adecuada. Como bien lo saben quienes trabajan en este rubro —desde marketing y ventas hasta asesores comerciales—, hay muchas maneras de lograrlo: desde una buena oferta en precio, hasta una presencia impecable y profesional.

No nos mintamos: **esto no es fácil**. Requiere toda una maquinaria detrás: desde educación y entrenamiento hasta una trayectoria sólida que te permita quedarte con los mejores clientes y consolidarte como referente nacional, regional o incluso internacional.

Así nace esta pequeña guía, especialmente pensada para ventas **B2B**, aunque útil para cualquiera que quiera aprender técnicas de venta comprobadas. Son **estrategias validadas por más de 10 años de experiencia** que nos han permitido llegar a grandes empresas del país y consolidar clientes internacionales.

Sin más preámbulos, te presentamos las **6 claves para vender en B2B** de manera exitosa, **usando el vídeo de forma inteligente y estratégica**:

1. EN TUS VÍDEOS (Y EN TU CONVERSACIÓN CON EL CLIENTE), HABLA DE PROBLEMAS, NO DE PRODUCTOS



Usa **ganchos de dolor**. Los hooks (ganchos) son conocidos por retener la atención en redes sociales, pero también funcionan en la vida real. Cuando alguien busca un producto o servicio, en el fondo está buscando **resolver una necesidad**. Y si lo pensamos bien, las necesidades son más importantes que lo que tú vendes.

Tu producto debe ser **flexible y adaptable** a esas necesidades. Ahora bien, si el lead es frío, crear la necesidad se vuelve aún más importante. Para ello, apóyate en datos reales y relevantes que demuestren la efectividad de tu oferta.



Mira este ejemplo en
Real Estate



2. LA CONFIANZA ES MÁS PODEROSA QUE EL DISEÑO

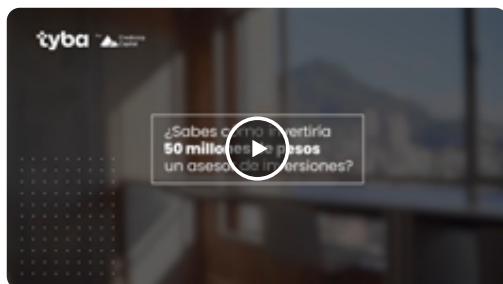
Este punto es clave, especialmente en **ventas de alto valor (más de 1.000 USD)**, como suele ser en B2B. Lo más importante **no es lo que muestras, sino lo que generas**: confianza.

Incluso en retail, las personas confían en las **marcas**, no tanto en quién les vende. Piensa en los celulares: puedes comprarlos en muchas tiendas, pero la decisión ya estaba tomada desde que confiaste en Apple, Samsung, etc. En B2B sucede algo similar: como no hay un intermediario físico, la confianza es todo.

Y no basta con tener un portafolio bonito o un equipo robusto. Debes:

- Entender la industria de tu cliente.
- Mostrar casos de éxito reales.
- Brindar tranquilidad de que eres confiable como profesional y empresa.
- Demostrar experiencia y resultados comprobables.

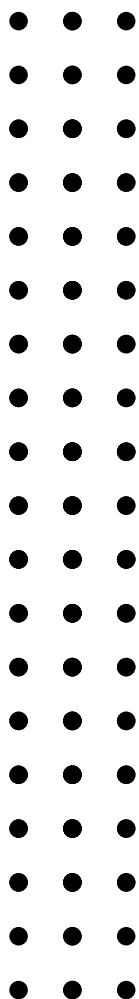
Por eso, **no basta con verte bien o sonar seguro**. Todo debe estar respaldado: equipo, experiencia, testimonios, casos comparables, y claro... **vídeos bien producidos** que respalden lo que dices.



Edúcate financieramente con

Tyba

3. EDUCAR ANTES DE VENDER



Hay algo que debes tener claro: si ya eres reconocido en el mercado y tus precios son más altos que los de la competencia, **tienes que educar a tu audiencia** para que comprendan **por qué tú eres la mejor opción**. Eso se logra transmitiendo el mensaje correcto, con la duración adecuada y dejando una enseñanza clara a tu potencial cliente.

Educar no solo posiciona tu valor diferencial. También te permite prestar un servicio más claro y honesto, alineado con las capacidades reales de tu producto, tu presupuesto y lo que el cliente necesita. Implica, además, **saber decir que no**: descartar clientes que no encajan con tus filtros, ajustar expectativas y explicar por qué ciertas cosas no son posibles.

Es un trabajo arduo, sí, pero necesario. Y **el vídeo** es una herramienta poderosa en este proceso. Te permite sintetizar información de forma eficaz, explicar productos técnicos sin perder atención, y hacerlo de manera visual, clara y, si es posible, entretenida.

Educar filtra, mejora la relación con el cliente y previene frustraciones. A largo plazo, te ahorra dolores de cabeza y genera más valor.



Aprende de moneda extranjera con el
Banco Agrario



4. MULTIPLICA TU CONTENIDO

Este punto es clave si ya estás haciendo vídeos: **¿quieres ahorrar costos y ser eficiente?** Entonces entiende cómo funciona la industria audiovisual.

Te lo decimos con claridad: **la mayoría de productoras no cobran proporcionalmente por cada vídeo grabado**, sino por jornada de rodaje. Es decir, si solo grabas un vídeo de 30 segundos para TikTok, igual te cobrarán media jornada por el equipo técnico, el personal y la producción.

¿Qué significa esto? Que podrías grabar 5, 10 o más piezas en ese mismo tiempo **por el mismo costo base**. Lo único que cambia es el valor de la **posproducción** (la edición y finalización de cada vídeo).

Por eso nuestro consejo es claro: **aprovecha al máximo cada jornada de grabación**. Diseña planes mensuales o bimensuales que te permitan generar contenido suficiente para semanas o incluso meses. Así tendrás una estrategia continua, planificada y más rentable.

Y si estás produciendo un comercial robusto para televisión o una pieza de alta factura, considera sacar **versiones más cortas o adaptadas** para redes sociales y mailing. Estos clips adicionales **suelen tener un valor extra muy razonable** y generan una enorme plusvalía sobre tu inversión inicial.



Infinix

y contenidos para todas sus redes de un solo hero

5. MIDE LO QUE IMPORTA

Para hablar de este punto, pensemos en un ejemplo: **¿recuerdas ese trend de “escucho pero no despido”?** Fue viral, generó millones de interacciones y probablemente te reíste con más de un vídeo. Pero... **¿puedes nombrar al menos una de las marcas que lo usaron?** Exacto.

No te dejes nublar por los números. La viralidad puede ser un medio, pero rara vez es un fin. A menos que tu estrategia sea 100% enfocada en awareness, los likes, comentarios y vistas no siempre son los KPI más importantes. En **B2B** especialmente, lo que cuenta no es cuánta gente te vio, sino **si te vio la persona correcta**.

- **¿Publicaste contenido educativo?**

Mide cuántos seguidores nuevos conseguiste de forma orgánica.

- **¿Hiciste pauta?**

Mide cuántas reuniones te generó, cuál fue tu CPC, cuántos leads entraron al CRM.

- **¿Creaste un vídeo institucional?**

Mide el tiempo promedio de reproducción, y si lo usaste en ventas, cuántos cierres ayudó a concretar.

Define tus KPIs según tus verdaderos objetivos.

¿Quieres likes? ¿Reuniones? ¿Seguidores?

La respuesta siempre debe llevar a lo que realmente importa: ventas sostenibles y relaciones de valor.



Mide lo que de verdad necesita

¡no modas!

6. INTEGRA TU VÍDEO EN TU EMBUDO

Este punto es simple, pero muchas empresas lo ignoran: **no hagas vídeos por hacerlos**. Si de verdad quieres resultados, cada contenido debe tener una función clara dentro de tu embudo de ventas.

Cuando haces vídeos aislados sin una estrategia detrás, estás dejando valor sobre la mesa. La clave está en **la recurrencia, la coherencia y la intención**.

- El vídeo de atracción no debe tener el mismo enfoque que el de conversión.
- El correo que acompaña tu propuesta debe tener un vídeo diferente al que usaste en tu campaña.
- La postventa también puede incluir un mensaje audiovisual de agradecimiento y fidelización.

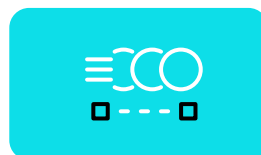
El objetivo final es que todo esté conectado: pauta, correo, vídeo, llamada, seguimiento. Si logras que cada paso impulse el siguiente, pronto tendrás un embudo automatizado y eficaz. Haz que tu cliente reciba:



**VIDEOS
QUE ENSEÑEN**



**CORREOS
QUE NUTRAN**



**GRÁFICAS QUE
COMUNIQUEN
CON INTENCIÓN**



**NEWSLETTERS
QUE GENEREN
CONFIANZA**



Vídeos

en cada parte del embudo



Esta es solo una pequeña guía que esperamos sirva a muchos equipos a orientar mejor su estrategia de marketing, contenido y vídeo en B2B, con una sola meta: crecer de forma sostenible, cerrando ventas reales con los clientes correctos.

Si necesitas apoyo para implementar alguno de estos puntos, o para producir contenido estratégico que convierta, **en Producción Aparte estamos listos para ayudarte.**

Agenda una llamada sin compromiso.
Lleva tu marketing y ventas al nivel que realmente merecen.

Atentamente,

Equipo de Producción Aparte

AGENDA UNA LLAMADA

