



Agencia especializada en
Marketing Industrial y B2B.





Oportunidades para empresas de subcontratación industrial.





¿Cómo son vuestros procesos de venta?

1

Duración de los procesos de venta

Los procesos de venta son largos, entre 6 meses y 2 años.

2

Número personas involucradas

Varias las personas implicadas en la decisión de compra; 5 de media... (tras COVID, ampliándose).

3

Se vende servicio, se entrega producto

Los clientes precisan conocer en profundidad el producto y el proceso. Son compras reflexivas y más racionales.

4

Importancia del precio

El precio es un factor decisivo para el cliente, además del servicio y calidad.

5

Relaciones comerciales largas

Suelen ser relaciones contractuales a medio y largo plazo.

6

Mercado nicho

Mercado usualmente nicho, pocos clientes, pero volumen de compra grande.

7

Importancia de las personas

Tan importante es el producto, como las personas que lo venden, la confianza y el asesoramiento que proporcionan.

8

Importancia de la marca

La marca/branding da seguridad y tangibiliza la propuesta de valor del producto.



Venta "tradicional"

- 1 **Visitas comerciales**
- 2 **Ferias**
- 3 **Prescripción de clientes**
- 4 **Agentes internacionales**



Pero... ¿y los canales digitales?

57%

del buying journey
antes de contactar a
con la empresa

Source: CEB

59%

de los compradores
prefiere hacer un
research online

Source: Forrester

x2

interacciones digitales
en procesos B2B

Source: McKinsey

77%

Prefiere vídeo al
teléfono en
reuniones con
proveedores

Source: McKinsey



Venta "tradicional"

- 1 Visitas comerciales
- 2 Ferias
- 3 Prescripción de clientes
- 4 Agentes internacionales



Venta "digital"

- 1 Web
- 2 LinkedIn y otras RRSS
- 3 Directorios online
- 4 Medios profesionales digitales



¿Cómo aprovechar los canales digitales para la internacionalización?





El fin último del Marketing Industrial & B2B:

Crear procesos de venta
que generen negocio
utilizando los canales digitales



Cómo lo hacemos.

Estrategia digital internacional B2B





Los objetivos.

Aprovechar al máximo el entorno digital para ir por delante.

Comunicar mejor la propuesta de valor a tu cliente potencial.

Mejorar tu presencia online y facilita herramientas al equipo comercial.

Generar oportunidades de venta nacionales e internacionales.

Consultoría, formación y plan de acción.

Branding y mensajes clave.

Web y Activos Digitales.

Campañas de Promoción digital.





Cómo conseguirlo.

FASE 1: ESTRATEGIA DIGITAL B2B

Análisis / Auditoría
Plan de acción

Saber dónde estás y cómo llegar
donde quieres.

FASE 2: EJECUCIÓN Y MEDICIÓN

Web / Activos digitales
Acciones de promoción

Realizar las acciones de promoción
adecuadas para generar leads.

FASE 3: ESCALAR

Despliegue global
Marketing automation

Lograr eficiencia en los procesos
comerciales a nivel global.



FASE 1: ESTRATEGIA DIGITAL B2B

FASE 2: EJECUCIÓN Y MEDICIÓN

FASE 3: ESCALAR

Análisis

- Análisis de procesos comerciales actuales.
- Definición de los Buyer Persona.
- Customer Journey.
- Estudio de keywords y alcances en redes.
- Estudio competencia online.

Auditoría

- Auditoría de branding.
- Revisión de mensajes clave comerciales.
- Análisis de los activos digitales actuales.

Plan de acción

- Plan de Acción.
- Estrategia por país.
- Formación específica al equipo.

Activos digitales

- Branding.
- Web.
- Landing page.
- Contenidos.
- E-commerce

Acciones Promoción

- SEO.
- Display.
- Medios profesionales.
- Google Search.
- LinkedIn Ads.
- E-mail Marketing.
- Redes sociales.
- Ferias
- Medición y optimización.

Despliegue Global

- CRM o Marketing automation.
- Despliegue internacional.

¡Gracias!

Marketing Industrial y B2B

+34 96 344 77 05

hola@sakudarte.com

www.sakudarte.com



Somos agentes digitalizadores.



red.es  **KIT**
DIGITAL 

