



IX EXPO & FORO INTERNACIONAL
DE FRANQUICIAS



FORO INTERNACIONAL

"Transformación de los modelos de franquicias frente a los
actuales escenarios globales"



CON EL APOYO DE:



PONENCIA: "ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN DIGITAL EN LAS FRANQUICIAS"



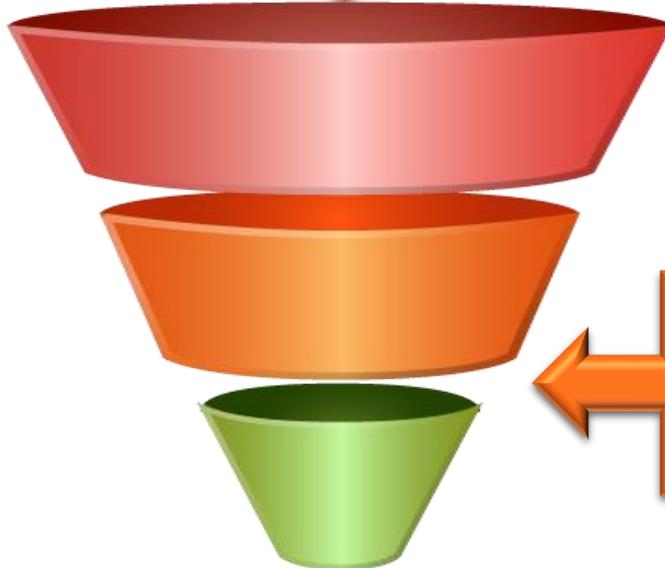
EDUARDO CHIANEA
CEO de Franchise Master Group

Venta de franquicias

Plan de Venta

Plan de Venta

100 contactos



Proceso de ventas



1 a 3 franquiciados

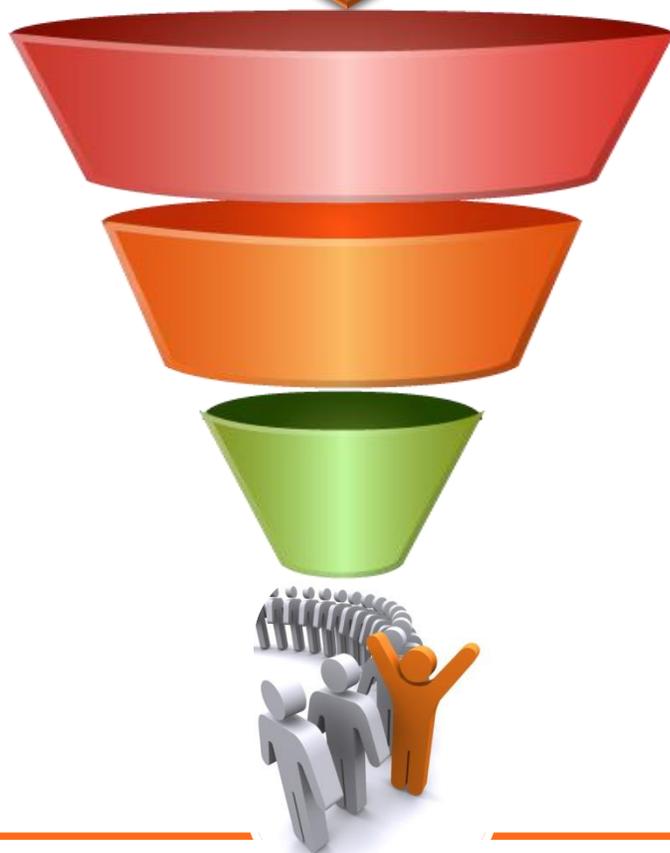


Derecho inicial



Venta de franquicias

Plan de Venta



- *Cientes de la empresa*
- *Adwords + Redes sociales*
- *Página web + Landing page*
- *Avisos (diarios, revistas)*
- *Expo franquicias*
- *Notas de Prensa*
- *Base de datos de interesados*
- *Contactos personales*
- *En algunos casos: conversión*
- *Head hunting*

Estrategias de Optimización digital en las franquicias

Proceso de venta de franquicias



Estrategias de Optimización digital en las franquicias

ADQUISICIÓN

- Plataforma Google**
 - ADS
 - YOUTUBE
 - DISPLAY
- Plataforma LinkedIn**
 - ANUNCIOS
- Plataforma Facebook**
 - FACEBOOK
 - INSTAGRAM
- Plataforma Digitales**
 - BANNERS EN DIARIOS DIGITALES
 - AMAZON
 - MERCADO LIBRE
- Otros**
 - IMPRESOS
 - HEADHUNTING
 - EXPO

HERRAMIENTAS DE VENTAS

- EASER** TEASER
- BROCHURE
- LANDING PAGE
- VIDEOS
- DISCOVERY DAY
- SEGUIMIENTO (EMAIL - WHATSAPP)
- EMBUDO DE VENTA DIGITAL

APPS Y SOFTWARE

- ZOOM
- CALENDLY
- CALENDAR
- CRM
- ALY AI
- SENDINBLUE
- WHAT BOT
- MAP INFO
- SALES NAVIGATOR

CONTRATOS VARIOS

- CARTA DE INTENCION
- VERAZ - EQUIFAX - INFORMCONF
- CONTRATO DE FRANQUICIA
- NDA - CONFIDENCIALIDAD
- CONTRATO DE ALQUILER



Embudo de ventas

Estados del cliente potencial

TOP OF FUNNEL (TOF)

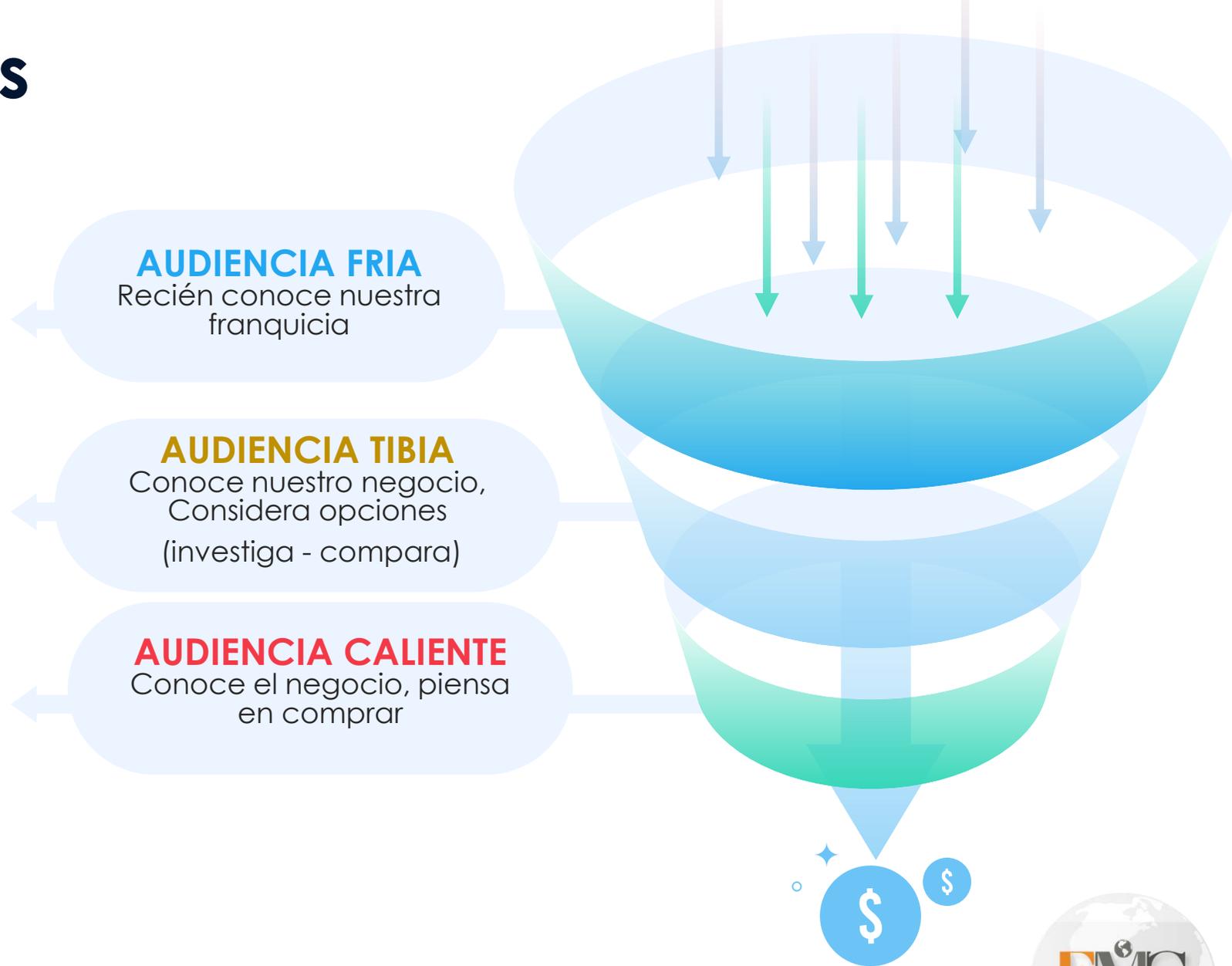
Prospectos no calificados: atraer visitantes, generar tráfico, ofrecer imanes a clientes potenciales valiosos, llamar a la acción que lleve a páginas de destino para aumentar las conversaciones.

MIDDLE OF FUNNEL (MOF)

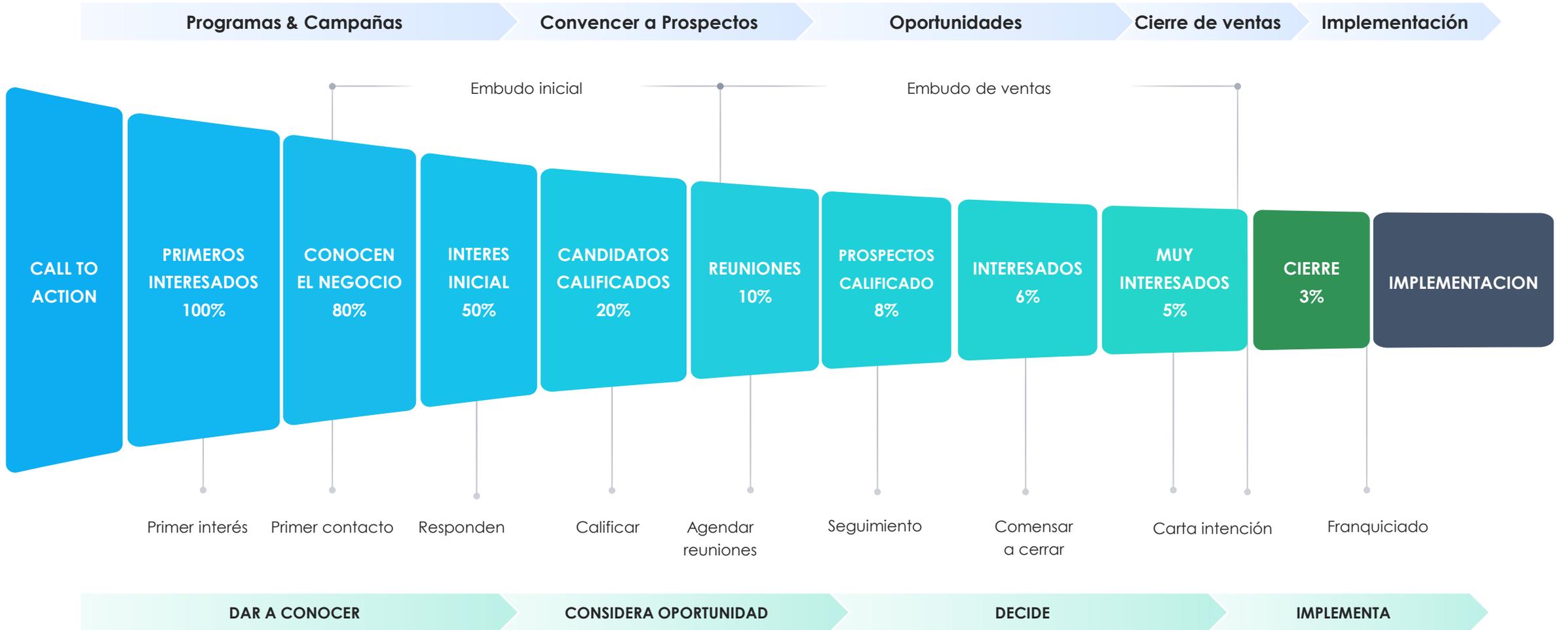
Cientes potenciales calificados: generar confianza en usted y su franquicia.

BOTTOM OF FUNNEL (BOF)

Cientes potenciales calificados: comenzar a fomentar la compra, contacto directo, consultas gratuitas,



Embudo de ventas



Estadísticas de ventas



Promedios de tiempo:

- × Entre el primer llamado o mail y la primera reunión personal: de 10 a 30 días
- × Entre la primera reunión personal y el cierre: de 30 a 60 días

Indices de efectividad:

- × % de reuniones personales: de 15% a 20 %
- × Reuniones personales en cierres de venta: de 10% a 20 %
- × % de cierres de venta de 1% a 3 %



Conclusión

- Conocer el **COSTO** de **ADQUISICION** de datos por cada fuente de generación de datos
- Conocer el **COSTO** de **VENTA** de franquicias
- Conocer índices de **EFFECTIVIDAD** en todo el proceso de venta de franquicias
- Calificar interesados cuidadosamente
- Otorgar franquicias con inteligencia
- Perfeccionar constantemente el Plan de marketing



¿Preguntas?



Eduardo.Chianea@franchisefmg.com

Whatsapp +54911 5699-5457



Fabiola.Felgado@franchisefmg.com

Whatsapp +51 968-251-119