FASE DE DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA COMERCIAL

Manual de Descubrimiento de Mensaje de Venta

CLR

> *Para construir la biblia de ventas perfecta para cualquier modelo de negocio, primero debemos absorber su esencia exacta. Este documento sirve como una guía activa para extraer la información estructurada que definirá los protocolos de telemarketing y canales digitales.*

Los 4 Bloques Clave de Información

Complete este manual respondiendo de la manera más detallada posible a los siguientes pilares del ecosistema comercial:

📦 Bloque 1: El Producto o Servicio (¿Qué es el negocio?)

- ✓ **¿Qué es exactamente?:** Define si se trata de un software SaaS, una academia de formación, una comunidad cerrada, una agencia de servicios, un e-commerce, etc.
- ✓ **¿Qué problema específico resuelve?:** Describe la transformación principal del cliente (ej. ahorro de tiempo técnico, incremento de ingresos predecibles, optimización de procesos).
- ✓ **¿Cuál es su estructura de precios?:** Detalla si se manejan planes, si los cobros son únicos, mensuales o anuales, y los montos correspondientes. Esto es vital para perfilar el nivel de argumentación y anticipar las objeciones de presupuesto.

👥 Bloque 2: El Cliente Ideal (Avatar)

- ✓ **¿A quién se le vende de forma prioritaria?:** Especifica los nichos clave o sectores comerciales a los que va dirigido el producto o servicio.
- ✓ **¿Quién toma la decisión final de compra?:** Identifica el rol del interlocutor (ej. el fundador del negocio, el director de un departamento, un consumidor independiente).
- ✓ **¿Cuál es su mayor dolor o frustración actual?:** Qué le quita el sueño al cliente potencial respecto al problema que resuelves (ej. falta de predictibilidad, procesos manuales lentos, frustración tecnológica).

🚦 Bloque 3: El Origen de los Leads (¿Cómo llegan?)

✓ **¿De dónde provienen los contactos que el equipo va a gestionar?:**

→ **Opción A (Leads en Frío):** Prospección directa en frío mediante bases de datos extraídas de plataformas públicas, directorios, perfiles seleccionados en redes profesionales o listas comerciales.

→ **Opción B (Leads Tibios/Calientes):** Tráfico entrante que reaccionó a campañas de anuncios publicitarios, descargó un recurso gratuito, interactuó en redes sociales o asistió a un evento digital.

🎯 Bloque 4: El Proceso de Venta Actual

✓ **¿Cuál es la meta exacta del primer contacto (llamada o mensaje)?:** Clarifica si el objetivo inmediato es provocar una compra directa en el sitio web, agendar una sesión estratégica de asesoría por videoconferencia (Zoom/Meet), o recolectar datos específicos para enviar una propuesta comercial formal y personalizada.

Una vez completada esta fase, se procederá al desarrollo de los guiones de venta, manejo de objeciones y cierres a medida.