VENDE PLATICANDO · GUÍA RÁPIDA

Vende Platicando en una página

El método completo para tenerlo a la mano. Imprímelo, pégalo junto a tu computadora y compártelo con tu equipo.

Los 7 pasos

1 Conecta
De desconocido a confiable. Personaliza, revisa históricos, humaniza y cuenta historias.

2 Descubre
Explora, no interrogues. Cada pregunta te da una coordenada más clara del cliente.

3 Muestra
No muestres todo, muestra lo que importa: solo lo que necesita para decidir.

4 Da seguimiento
Acompaña, no persigas. Mínimo 7 seguimientos, cada uno con algo nuevo.

5 Cierra
El cierre es consecuencia de una buena conversación. Usa claridad, no presión.

6 Fideliza
La venta no termina en el pago: ahí comienza la relación.

7 Convierte en defensor
Identifícalos, agradéceles y multiplícalos. Venden más que cualquier anuncio.

Los 6 status y qué hacer en cada uno

STATUS	OBJETIVO	PREGUNTAS	EJEMPLO	ELEMENTO DE APOYO
1. Prospecto	Conectar y abrir conversación.	Abiertas	*"¿Qué es lo que más te llamó la atención de nuestro servicio?"*	Imagen atractiva o muestra para probar.
2. Prospecto de Marketing	Perfilar: motivaciones, dolor y urgencia.	Abiertas estratégicas	*"¿Cuál es el principal cambio que te gustaría lograr?"*	Antes y después real, audio de 20 seg.
3. Prospecto de Venta	Aclarar y guiar la decisión.	Cerradas	*"¿Prefieres iniciar esta semana o la próxima?"*	Video del proceso, comparativa de opciones.
4. Oportunidad	Asegurar el pago.	Cerradas y directas	*"¿Te envío el enlace de pago o prefieres transferencia?"*	Imagen con datos de pago y qué sigue.
5. Cierre	Confirmar y cuidar la experiencia.	Afirmaciones positivas	*"¡Qué emoción! Tomaste una excelente decisión."*	Guía de uso, audio de agradecimiento.
6. Defensor de Marca	Activar la recomendación.	Abiertas	*"¿Qué fue lo que más te gustó de tu experiencia?"*	Invitación a etiquetarnos, stickers de marca.

Reglas de oro

- Antes de responder, revisa siempre el historial.
- Termina cada mensaje con una pregunta.
- No muestres todo, muestra lo que importa.
- Mínimo 7 seguimientos.
- Si no está en el CRM, no se vendió.
- Tu marca también es una persona: humanízala.

Tipos de cierre

Directo · Alternativo · De prueba · Por urgencia real · Resumen de beneficios · Emocional · Silencioso

Objeciones comunes

Precio · Tiempo · Confianza / Riesgo · Falta de información

✨ **"Lo que se ve y se escucha, se siente... y lo que se siente, se compra."**