Qué es y Técnicas de Prospección de Clientes

por Eduardo Laseca



¿Qué es la Prospección de Clientes Realmente?

Hay cierta confusión en el mundo comercial sobre qué es y qué no es prospectar. En el mundo de la geología, la prospección es la búsqueda de potenciales yacimientos de mineral, ya sea petróleo u otros. En el mundo de las Ventas son todas las actividades **proactivas** que haces para explorar potenciales clientes, también llamados **prospectos**. La auténtica prospección implica un primer contacto teniendo en cuenta que:

a) No conoces al prospecto

b) No te conoce a ti

c) No te espera

Eso es la prospección. No es en absoluto la única forma de generar leads pero tienes que tener claro qué es prospectar y qué no lo es.

¿Qué Técnicas de Prospeccion de Clientes Existen?

Básicamente tienes 3 técnicas para contactar proactivamente con potenciales clientes que no conoces, no te conocen a ti y además no te esperan.

1. La Prospección Presencial o Puerta Fría
2. La Prospección Telefónica
3. La Prospección por Email

Hay sectores de *venta transaccional*, típicamente aquellos que venden productos (más que servicios) de un valor moderado a comercios o PYMES, donde simplemente visitas sin haber concertado cita previa y es natural la **puerta fría**, que a no pocos les provoca sudores también fríos.

En *ventas complejas*, es decir, productos o servicios de valor elevado o ventas a grandes empresas, es impensable presentarse sin concertar una visita. Tienes que realizar un trabajo previo de identificación de interlocutores, generar interés o curiosidad (el punto clave) y agendar una reunión, habitualmente a través del **teléfono**. Si prospectar a puerta fría es difícil para muchos, hacerlo por teléfono es ya una película de TERROR, sin tener conexión visual con tus prospectos ni poder evaluar su lenguaje corporal (y si además son de otros países y debes expresarte en otros idiomas, como tuvo que hacer este servidor…

¡figúrate!)

Por eso cada vez más es habitual la **prospección de clientes por email**, que no debes confundir con el envío de emails masivos indiscriminados e impersonales. La prospección por email es una técnica de prospección de clientes muy poderosa y es más una ciencia que un arte. Es un complemento sensacional para otras estrategias de generación de leads, como Linkedin o el teléfono, ese instrumento con un poder **único** para tener conversaciones en tiempo real.

¿La Prospección de Ventas Va a Morir?

Existe una corriente actual contra la prospección de clientes que predica que ya no es útil, no funciona, no genera leads o lo hace en una proporción miserable, etc. Solo hay que atraer potenciales clientes, NO ir a buscarlos. Hay 3 motivos por los que esta nueva corriente gana adeptos:

1. Prospectar es **difícil**. ¿Cómo negarlo? Interrumpir o visitar a un desconocido que no te espera, genera miedos e inseguridades a la mayoría de los seres humanos, ya sea porque se dediquen a las Ventas o porque necesiten pedir un billete cambiado en monedas en mitad de la calle a un desconocido

2. Hay **pocos profesionales** que sean realmente buenos prospectando, y en especial si hablamos del teléfono. Nadie les ha enseñado, luego es lógico que sus habilidades no sean las mejores

3. Ha surgido toda una **industria de expertos** (esencialmente de Marketing, no de Ventas) que predican que lo único que funciona es atraer prospectos, no ir a buscarlos. Coincidentemente sus técnicas o "su manera" de atraerlos es la ÚNICA que funciona. No te esfuerces, ellos vendrán solos. Música para los oídos de los que tienen pocas ganas de prospectar…

Lo cierto es que la prospección de clientes no está muerta en absoluto. Lo que de verdad está muriendo del **Cold Calling** es únicamente el *frío* de la cuestión. Hoy en día hay tanta información sobre tus prospectos que es absurdo prospectar a ciegas. Es posible prospectar de una manera más eficiente y sin duda menos fría.

El Motivo por el que la Prospeccion No Funciona Para Algunos

La realidad es que cuando te toca levantar el teléfono y prospectar, te surgen de manera milagrosa decenas de **prioridades** y urgencias que tienes que resolver antes, ¿verdad? *Elaborar una propuesta atrasada, apagar un incendio con un cliente actual, hacer un informe repentinamente urgente… etc*. La prospección queda en el fondo del armario hasta nuevo aviso. ¡Nunca es un buen momento!

El **motivo** principal por el que la prospección no les funciona a algunos NO es porque tus prospectos no quieran atenderte o responder al teléfono, ni porque vivamos en la **era digital** y solo quieran comunicarse contigo a través de internet. El motivo es el siguiente:

Ningún Prospecto Responde a un Teléfono que No Suena #Ventas

Las empresas con equipos comerciales que necesitan establecer reuniones previas a una visita a sus prospectos fracasan por un motivo realmente extraordinario y sorprendente. ¡Porque NO LLAMAN! Así de simple. Impresionante, ¿no? Es algo que todos niegan, y que tú mismo debes estar haciendo ahora mismo, hasta que indagas en más profundidad y con sinceridad. ¿Cuánta prospección efectiva hiciste tú o los miembros de tu equipo en la ultima semana?



Muchos directivos me reclaman sobre que sus equipos comerciales no establecen suficientes reuniones con prospectos. La excusa habitual suele ser: "*es imposible agendar reuniones*", "*ya nadie te atiende*", y otras varias. Cuando examinas el asunto en detalle y les haces ver la actividad de prospección real que hacen, a alguno se le pone cara de diversos colores. 2 prospecciones en 1 mes, ninguna…

Algunas empresas optan por **subcontratar** los servicios de un **Call Center** externo para agendar citas. Sorprendentemente, personas con un **conocimiento ínfimo** sobre los productos o servicios de la empresa y **nulo** del mercado en el que operan sus prospectos, consiguen agendar visitas para el equipo comercial en tiempo record. ¡Incluso en esta era digital en la que los prospectos supuestamente detestan ser interrumpidos! ¿Por qué? ¿Cuál es su receta secreta? Una muy creativa. No son superhéroes, con todos los respetos hacia el gran trabajo que realizan. Agendan citas porque LLAMAN.

Cantidad de Prospeccion y Calidad de la Prospeccion

Generar actividad de prospección es obviamente el **primer** paso inexcusable para conseguir resultados. Si no levantas el teléfono o no tocas puertas, ¿qué pretendes que pase después? No puede existir reacción sin acción previa. Causa y efecto. Sin comprometerse a ciertos mínimos y sin medir la actividad de prospección es difícil tener resultados. El primer problema es no medir cuanta actividad se hace realmente.

El **segundo** factor de la ecuación es la calidad o **cómo se realiza** la prospección de ventas. Evidentemente, los profesionales de un Call Center además de que llaman han sido entrenados en cómo usar el teléfono para prospectar. Tienen la **disposición mental** entrenada para no verse afectados por el rechazo y una cierta estructura conversacional, en ocasiones realmente pobre y robotizada. ¡Y aún así consiguen resultados!

¿Subcontratar la Prospección o Dominar las Técnicas de Prospección?

Cuando se piensa en **subcontratar** o tercerizar servicios cualquier especialista en gestión empresarial recomienda, con criterio, hacerlo con los **servicios no estratégicos** o que aportan poco valor. Si la generación de nuevo negocio no es un asunto estratégico para CUALQUIER empresa, profesional freelance o Network Marketer, entonces la pregunta es, ¿QUÉ es estratégico?

Tener clientes a los que vender es el mínimo imprescindible para tener un negocio, ¿no te parece? Aún no se conoce a ningún **agricultor** que delegue en OTROS el **plantado** de semillas y el riego de SU cosecha. ¿Por qué lo harías tú? Entregar un listado de contactos a otros para que llamen y pidan reuniones como robots es dejar cientos de oportunidades sobre la mesa. ¿Cuánta información valiosa se pierde por no tener esas conversaciones con tus prospectos? ¿Es sensato pretender conseguir una reunión siempre en el primer contacto? ¿Es solicitar una reunión el único objetivo posible de una llamada prospectiva? ¡Claramente NO!

Aprende a Plantar tus Semillas

Si un equipo de profesionales externos con un nivel de conocimiento muy bajo de tu mercado consigue generar 2, 4 o 7 citas semanales con potenciales clientes por vendedor, ¿qué no conseguiría el equipo comercial actual con una actividad real de prospección enfocada, entrenada y dirigida durante x horas al día o semana? O aún mejor, ¿qué no conseguiría un mini-equipo PROPIO instruido y especializado en realizar estas tareas únicamente?

Existen otras estrategias FANTÁSTICAS para generar leads y conseguir clientes que DEBES USAR aprovechando la transformación digital que vivimos, como **Linkedin Social Selling** o el **Inbound Marketing**, que en ningún caso eliminan la necesidad de prospectar y además te ayudan a alimentar tu Pipeline de oportunidades en el medio y largo plazo. Las estrategias en redes sociales o la atracción no desacreditan lo que una buena prospección (link a un gran artículo de Harvard Business Review sobre "el arte del cold calling") puede aportar.

El **mundo** en el que vivimos tú, yo y tus prospectos, **NO es 100% digital ni 100% analógico**. Es un mix de ambos. Internet abre un océano de posibilidades para cultivar y nutrir relaciones online y atraer de una manera inteligente a potenciales compradores antes de tener una interacción, pero es un arma más en tu arsenal. Y para ganar tienes que usar todas las armas a tu disposición. ¡No dejes de ser proactivo si quieres ser DUEÑO de tu destino!

http://developingthebusiness.com/la-prospeccion-de-clientes/