Plantilla práctica – Guion de ventas (Contact Center)

Centro de Gestión de Mercados, Logística y TI – Uso académico

Datos del guion

Estudiante: _____

Fecha: ____/____/_____

Campaña/Producto: _____

Segmento/Tipo de cliente: _____

Objetivo de la llamada: _____

Resultado esperado (venta/cita/registro): _____

1) Guion base (plantilla rápida)

• [Saludo + nombre]: Buenos días, [Nombre del cliente], le habla [Tu nombre] de [Empresa]. ¿Cómo está hoy?

• [Motivo + permiso]: Lo contacto para [beneficio principal en 1 frase]. ¿Cuenta con 30 segundos?

• [Beneficio clave]: En concreto, con [Producto] puede [beneficio 1] y [beneficio 2].

• [Pregunta de apertura]: ¿Qué tan importante es para usted [resultado deseado] este mes?

• [Transición]: Según me comenta, podría ser útil [propuesta breve]. ¿Le parece si le explico en 20 segundos?

2) Apertura y compliance

☐ Presentación (nombre, empresa).

☐ Motivo de la llamada en una frase de valor.

☐ Permiso para continuar (ej.: "¿Le puedo tomar 30 segundos?").

☐ Aviso de grabación/privacidad si aplica.

☐ Verificación de identidad mínima (ej.: último apellido).

3) Descubrimiento estructurado (BANT + Pain)

• Necesidad (Pain): ¿Qué le gustaría mejorar de [situación actual]?

Respuesta: _____

• Presupuesto (Budget): ¿Tiene un presupuesto estimado para esto?

Respuesta: _____

• Autoridad (Authority): ¿Quién más decide además de usted?

Respuesta: _____

• Tiempo (Timing): ¿Cuándo le gustaría implementar la solución?

Respuesta: _____

• Prioridad: En una escala 1–5, ¿qué tan urgente es resolverlo?

Respuesta: _____

4) Propuesta de valor (pitch de 20–30 segundos)

• Beneficio 1: _____

• Beneficio 2: _____

• Prueba social/caso breve: _____

• Cómo funciona en 1–2 pasos: _____

5) Manejo de objeciones (LAER: Listen–Acknowledge–Explore–Respond)

• Objeción: Precio alto → Respuesta: _____

• Objeción: Necesito pensarlo → Respuesta: _____

• Objeción: Envíe información → Respuesta: _____

• Objeción: Ya tengo proveedor → Respuesta: _____

6) Cierre y siguiente paso

• Cierre alternativo: ¿Prefiere el plan A (mensual) o B (trimestral)?

• Resumen y confirmación: _____

• Datos de contacto/entrega: _____

• Agendamiento (fecha/hora/canal): _____

• Disclaimers finales (términos/privacidad): _____

7) Wrap-up en CRM

• Resultado (disposición): Venta / Cita / Seguimiento / No interesado / No contactado.

• Motivo de no cierre (si aplica): _____

• Compromiso del cliente: _____

• Tareas agendadas: _____

8) Indicadores y auto-coaching

• Duración de la llamada: _____ minutos.

• Conversión del día: _____%.

• Agendamientos logrados: _____.

• Autoevaluación (1–5): Apertura __ / Descubrimiento __ / Pitch __ / Cierre __.

• Plan de mejora personal: _____

9) Micro-variantes por tipo de cliente

• Impulsivo → Abrir con beneficio inmediato y CTA claro.

• Racional → Datos, comparativas y garantías.

• Indeciso → Reducir opciones, prueba sin riesgo.

• Negociador → Paquetes y límite de negociación.

• Silencioso → Preguntas abiertas, ritmo pausado.

• Dominante → Ir al grano, opciones cerradas, métricas.

10) Checklist de calidad de llamada

☐ Tono cordial y profesional.

☐ Ritmo claro, pausas estratégicas.

☐ Escucha activa y parafraseo.

☐ Evitar frases prohibidas (ej.: "tiene que", "no puedo").

☐ Cumplimiento legal (grabación, privacidad, DNC).