

GabeDA Meeting Quick Reference Card

(Print & Fold - Carry to Every Meeting)

SIDE 1: PITCH ESSENTIALS

The Hook (15 seconds)

"¿Estás tomando decisiones importantes en tu negocio basándote en intuición o en datos reales? GabeDA transforma los datos que ya tienes en insights claros que te ayudan a tomar mejores decisiones."

Value Proposition (30 seconds)

- ☒ Entiendes QUÉ está pasando en tu negocio
- ☒ Sabes POR QUÉ está pasando
- ☒ Tienes claro QUÉ hacer al respecto
- ☒ Todo basado en TUS datos, con privacidad total

Diferenciadores Clave

vs Contador: Ellos dicen "qué pasó", nosotros "qué hacer"

vs Power BI: CLP 150k vs 2M+, y sin necesitar analista

vs Consultor: Servicio continuo vs. proyecto de 1 vez

vs Excel: Análisis estadístico profesional vs. tablas básicas

Precio

- **CLP \$150k - \$300k/mes** (según complejidad)
- Primera consulta: GRATIS (30 min)
- Análisis inicial único: \$120k (opcional)

SIDE 2: DISCOVERY QUESTIONS

Preguntas de Oro (Choose 5-7)

1. ¿Cómo tomas decisiones importantes hoy?
2. ¿Qué sistemas usas? (POS, contabilidad)
3. ¿Cuánto tiempo pasas al mes en reportes?
4. ¿Hay decisiones que sientes que haces "a ciegas"?
5. ¿Cuál es tu mayor frustración con los números del negocio?
6. ¿Has trabajado con consultores/analistas antes?
7. Si pudieras saber [X], ¿cuánto valdría para ti?

Pain Signals to Listen For

- ☐ "No sé si este cambio funcionó"
- ☐ "Pierdo tiempo en Excel pero no saco conclusiones"
- ☐ "No sé cuál producto me da más margen"
- ☐ "Siento que dejo dinero en la mesa"

-  "Los reportes de [sistema] no me dicen nada útil"

SIDE 3: OBJECTION RESPONSES

"Es muy caro"

"¿Cuánto te cuesta una mala decisión al mes? Una compra de inventario equivocada o perder un buen cliente. La mayoría pierde más de \$150k en una decisión mal informada."

Alternative: *"¿Qué tal un análisis único a \$120k para que veas valor primero?"*

"No tengo tiempo"

"Exactamente por eso existe GabeDA. Tú: 15 minutos/mes exportando datos. Yo: todo el trabajo pesado. Mucho menos que horas en Excel."

"Mis datos son sensibles"

"Totalmente de acuerdo. Por eso: (1) Solo yo veo tus datos, (2) Los borro en 7 días por escrito, (3) NUNCA comparo con otros negocios, (4) Acuerdo de confidencialidad firmado."

"Ya uso [Nubox/Excel/otro]"

"Perfecto, no reemplazo eso. Tu sistema cumple con el SII. Yo uso esos MISMOS datos y los convierto en decisiones. Los complemento, no los reemplazo."

"Déjame pensarlo"

"Claro. ¿Qué específicamente necesitas pensar? [PAUSE]. ¿Te envío un ejemplo de análisis para TU negocio sin costo para que veas valor concreto?"

SIDE 4: CLOSING TACTICS

Strong Close (They're Ready)

"Perfecto. El siguiente paso: (1) Firmar acuerdo de datos (te lo muestro ahora), (2) Coordinar 15 min para ver tu sistema, (3) Empezar con tu primer análisis."

Soft Close (Need Nudge)

"Sin problema. ¿Qué tal esto?: Te envío (1) Acuerdo para revisar, (2) Ejemplo de 2-3 insights para TU negocio, (3) Nos juntamos en [FECHA] para decidir. ¿Te parece?"

Next Step Options (If Unsure)

1. **Análisis piloto único:** \$120k, un solo mes, sin compromiso
2. **Consulta gratis extendida:** 60 min para revisar sus datos y mostrar qué podemos hacer
3. **Follow-up en 30 días:** Dejar puerta abierta para cuando sea buen momento

Always End With

"¿Alguna otra pregunta antes de terminar?" [Answer] "Gracias, [Name]. [Reference específico]. Espero trabajar contigo pronto."

SIDE 5: INDUSTRY-SPECIFIC HOOKS

Retail/Tiendas

"¿Sabías que en promedio 15% de tu inventario es casi 'muerto' pero no lo ves hasta que pierdes dinero? Podemos identificar exactamente qué productos rotan lento."

Insight Example: "Producto X es 5% de ventas pero 15% de inventario - estás sobreinventariado"

Restaurant/Café

"La mayoría de restaurantes tiene 3-4 ítems del menú que ganan dinero real, y el resto son margen bajo. ¿Sabes cuáles son los tuyos?"

Insight Example: "Cada café especial vale como 2.3 almuerzos en margen - deberías promocionarlo más"

Services (Peluquería, Taller, etc.)

"El 80% de tu ingreso probablemente viene del 20% de clientes, pero ¿sabes quiénes son? Y más importante, ¿qué pasaría si pierdes 3 de ellos?"

Insight Example: "23 clientes 'leales' generan 45% de ingresos - pierdes 5 y necesitas 35 nuevos para compensar"

SIDE 6: MEETING REMINDERS

Before Meeting

- ☐ Research prospect (15 min)
- ☐ Bring: One-pager (2x), sample report, laptop, notebook
- ☐ Review 3 relevant examples for their industry
- ☐ Arrive 10 min early

During Meeting

- ☐ **Listen 60%, Talk 40%**
- ☐ Take notes on pain points
- ☐ Show, don't tell (use sample report)
- ☐ Ask about budget signals
- ☐ Note specific objections

After Meeting (within 24h)

- ☐ Send thank you email/WhatsApp
- ☐ Attach: one-pager, sample report, data agreement
- ☐ Reference specific detail they mentioned
- ☐ Propose specific next step with date

Red Flags (Walk Away If...)

- ❌ They want to pay after seeing results
- ❌ They want to "try it for free for 3 months"
- ❌ They want you to guarantee specific ROI
- ❌ They have no data at all and aren't willing to start tracking
- ❌ They want to own your methodology/algorithms

Green Flags (They're Ready!)

- ✅ Ask about pricing early
- ✅ Already use some system (POS, Excel, Nubox)
- ✅ Mention recent bad decision or lost opportunity
- ✅ Ask "when can we start?"
- ✅ Ask about data security proactively (shows they're serious)

SIDE 7: KEY NUMBERS (Memorize These)

Pricing

- Standard: **\$150k - \$300k/mes**
- Pilot: **\$120k** (mes único)
- Consulta inicial: **GRATIS**

Time Commitment (Client)

- Initial setup: **30 min** (one-time)
- Monthly export: **15 min**
- Monthly call: **30 min**
- **Total: < 1 hora/mes**

Deliverables

- Report: **3-5 insights accionables**
- Consultation: **30 min** videollamada
- Response time: **24h** para preguntas
- Data deletion: **7 días** post-entrega

Comparison ROI

- Analista junior: **\$800k+/mes**
- Analista senior: **\$2M+/mes**
- Consultor único: **\$500k-2M** (1 vez)
- Power BI licencia: **\$100k+/mes** + necesitas analista
- **GabeDA: \$150-300k/mes** todo incluido

SIDE 8: SUCCESS STORIES (Update as You Get Them)

Story Template (Use Until Real Cases)

"Trabajé con una distribuidora similar [don't name] que pensaba que su mejor producto era X. El análisis mostró que producto Y tenía 3x el margen de X pero estaba 'escondido' en sus reportes. Movieron focus a Y y aumentaron margen 12% en 2 meses sin vender más."

Key Elements of Good Story

1. Relatable business (similar to prospect)
2. Specific problem they had
3. Surprising insight found
4. Simple action taken
5. Measurable result

Story Categories to Develop

- **Inventory optimization** (retail)
- **Menu optimization** (restaurants)
- **Customer concentration risk** (services)
- **Seasonal planning** (tourism-dependent)
- **Pricing mistakes** (underpricing winners)

SIDE 9: WHAT TO AVOID SAYING

Never Say:

- ✗ "Voy a guardar tus datos para compararlos con otros"
- ✗ "Esto va a solucionar todos tus problemas"
- ✗ "Necesito acceso completo a tu sistema"
- ✗ "No puedo garantizar insights útiles pero..."
- ✗ "Soy nuevo en esto pero..."
- ✗ "Otros clientes míos..." (if you don't have them yet)

Always Say:

- ✓ "TUS datos, solo para TI"
- ✓ "Basado en mi experiencia de 10 años en Experian..."
- ✓ "En análisis similares he visto que..."
- ✓ "Si no veo valor, te lo digo honestamente"
- ✓ "Mes a mes - si no funciona, cancelas"
- ✓ "Mi reputación en Villarrica vale más que un pago"

SIDE 10: PSYCHOLOGICAL TRIGGERS

Authority

"10 años desarrollando modelos analíticos en Experian, la empresa de datos más grande de USA."

Scarcity (Use Carefully)

"Solo puedo manejar 10 clientes bien ahora - después de eso tengo lista de espera."

Social Proof (Once You Have It)

"[Business Name] me contrató el mes pasado y ya implementaron 2 de los insights."

Loss Aversion

"Cada mes sin análisis es un mes donde puede haber perdido oportunidades o dinero sin darte cuenta."

Reciprocity

"Te voy a enviar 2-3 ejemplos de insights que podría generar para tu negocio - sin costo, sin compromiso."

Commitment & Consistency

"Mencionaste que quieres crecer este año - ¿cómo piensas lograr eso sin entender tus números?"

SIDE 11: BODY LANGUAGE & TONE

Watch For (Buying Signals)

- ☒ Leaning forward
- ☒ Taking notes
- ☒ Asking "how" questions
- ☒ Looking at examples closely
- ☒ Sharing specific problems
- ☒ Asking about start date

Watch For (Red Flags)

- ☒ Arms crossed entire meeting
- ☒ Checking phone repeatedly
- ☒ Short, dismissive answers
- ☒ Not asking questions
- ☒ Looking at clock
- ☒ "Send me info and I'll think about it"

Your Body Language

- ☒ Open posture
 - ☒ Eye contact (but not intense)
 - ☒ Smile naturally
 - ☒ Lean in when they talk
 - ☒ Mirror their energy level
 - ☒ Don't fidget
 - ☒ Don't look desperate
 - ☒ Don't talk too fast
-

SIDE 12: FINAL REMINDERS

Golden Rules

1. **You're a consultant, not a salesperson** - act accordingly
2. **Listen more than you talk** - their pain is your pitch
3. **Show, don't tell** - sample reports > descriptions
4. **Be honest** - admit if you can't help them
5. **Think long-term** - Villarrica is small, reputation matters
6. **Always have next step** - never end without clear follow-up
7. **You solve real problems** - believe in your value

Pre-Meeting Mantra

"I'm here to help them make better decisions. If I can't add value, I'll tell them honestly. My goal is to understand their business, not to close a sale today."

If Meeting Goes Badly

- Learn from objections
- Ask for feedback: "¿Qué haría esto más útil para ti?"
- Request referral anyway: "¿Conoces alguien que sí podría beneficiarse?"
- Follow up in 3 months - timing might be wrong now

If Meeting Goes Well

- Schedule next step BEFORE leaving
- Send follow-up within 24h
- Deliver on promises immediately
- Start building relationship

Remember: You have 10 years of experience in one of the world's top data companies. You're bringing enterprise-level capability to local businesses who desperately need it. You're not selling - you're helping. Believe in your value.

Print this card double-sided, fold it, and keep it in your pocket for every meeting. Review before walking in. Update with real examples as you get them.