

22 Diciembre 2025

Mentoría DRENPOS

1. Resumen ejecutivo

Drenpos es un **ERP modular** en la nube para pymes y autónomos que centraliza stock, ventas y facturación, con cumplimiento Verifactu y enfoque en implantación rápida. Sus clientes potenciales sufren sobre todo caos de datos, mala gestión de stock, miedo a la normativa, malas experiencias previas con ERPs y falta de tiempo para cambiar.

El objetivo de la estrategia propuesta es:

- Clarificar la propuesta de valor y el posicionamiento.
- Crear una marca clara, cercana y fiable.
- Rediseñar la home y crear landings orientadas a captar demos y leads cualificados.

2. Plataforma de marca

2.1. Posicionamiento

Frase de posicionamiento sugerida:

- “Drenpos, el ERP modular que habla en idioma pyme y te deja crecer a tu ritmo.”

Se apoya en estas ideas clave:

- ERP modular, adaptable por módulos (almacén, ventas, finanzas, informes).
- Foco en pymes y autónomos, no en grandes corporaciones.
- Implantación rápida, sin proyectos eternos.

2.2. Valores de marca

Valores que deben guiar mensajes, diseño y producto:

- **Claridad**
 - Lenguaje llano, sin jerga técnica innecesaria.
 - Explicar siempre el beneficio antes que la característica.
- **Cercanía**
 - **Soporte humano y rápido, contacto accesible.**

- Aprovechar su contexto de ecosistema local y programas (Cámara, aceleradoras, etc.).
- Flexibilidad
 - Activar solo los módulos necesarios en cada fase del negocio.
- Fiabilidad
 - Verifactu listo, trazabilidad de facturas, stock y registro inalterable.
- Innovación útil
 - Desarrollos a medida y producto propio, pero siempre orientado a resolver problemas reales, no acumular funciones.

2.3. Mensajes base

Para usar en web, pitch y materiales comerciales:

- “El ERP modular para pymes que quieren dejar Excel y ganar control real de stock, ventas y facturación.”
- “Empieza por lo que más te duele hoy y añade módulos cuando tu negocio lo pida.”
- “Verifactu sin dramas: software listo para la normativa, para que duermas tranquilo”.

3. Puntos de dolor de los clientes y cómo abordarlos

Tabla de dolores y abordajes

Dolor del cliente	Consecuencia en el negocio	Mensaje clave Drenpos	Funciones/pruebas a mostrar
Caos de datos (Excel, herramientas sueltas)	Errores, duplicidades, tiempo perdido y decisiones sin datos.	“Un solo sitio para ventas, stock y facturación.”	Flujo pedido → albarán → factura en una misma vista.
Problemas de stock e inventarios eternos	Roturas, sobrantes, pérdidas, inventarios que no cuadran. Tiempo perdido, stress,..	“Inventarios que cuadran en la mitad de tiempo.”	Movimientos de stock, ubicaciones, alertas.
Miedo a Verifactu y sanciones	Inseguridad jurídica y miedo a inspecciones.	“Verifactu listo, evita sanciones sin cambiarlo todo de golpe.”	Registro inalterable, QR en facturas.

Malas experiencias previas con ERPs	Rechazo al cambio, miedo a proyectos largos y caros.	“Implantación en días, por fases, sin proyectos eternos.”Guiado por especialistas.Nada de IAs que no te entienden.	Roadmap por fases y casos de implantación rápida.
Falta de soporte y sensación de abandono	Parones en momentos críticos, frustración del equipo.	“Soporte cercano, incidencias resueltas en <24h laborables.”	Canales de soporte y SLA orientativo.
Dudas de coste y retorno (ROI)	Miedo a invertir en algo que no se usa o no se amortiza.	“Planes claros y módulos a la carta, sin letra pequeña.”	Tabla de precios modular y ejemplo de horas ahorradas.
Falta de tiempo para parar y cambiar	Se pospone eternamente la digitalización.	“Te ayudamos a migrar sin parar tu negocio.”	Servicio de importación y formación por roles.

Puedes usar esta tabla para orientar:

- El discurso comercial.
- Los contenidos (posts, emails, landings).
- La priorización de funcionalidades en la demo.

4. Identidad visual y tono

4.1. Dirección gráfica

Propuesta de estilo visual:

- Paleta
 - Color principal: azul profundo (confianza).
 - Color de acento: verde lima / turquesa suave o naranja suave (acción y frescura).

- Fondos claros y mucho espacio en blanco para claridad.
- Tipografía
 - Sans serif limpia (tipo Inter, Poppins, Montserrat o similar).
 - Jerarquía visual fuerte entre títulos, subtítulos y texto.
- Recursos gráficos
 - Mockups de dashboards simples, sin saturación de datos.
 - Fotos de pymes reales y equipo para reforzar cercanía.

4.2. Tono de comunicación

- Simple, directo y orientado a beneficios.
- Más frases tipo “Te ayudamos a...” y menos “Nuestro software dispone de...”
- Explicar cada concepto técnico clave (Verifactu, trazabilidad, etc.) en una frase sencilla.

5.1. Objetivo de la home

- Objetivo principal: **solicitudes de demo**.
- Objetivo secundario: informar lo justo para que la pyme entienda si es para ella y qué problema le soluciona.

Recomendaciones

Mensaje directo:

- Qué hace
- Para quién
- Beneficio claro
- CTA doble (Demo + Contacto)

Ejemplo conceptual:

“Controla tu negocio desde una sola plataforma.

Gestión, ventas, facturación y analítica para PYMEs que necesitan simplicidad y resultados.”

Botones:

- ✓ Solicitar demo
- ✓ Ver funcionalidades

5.2. Estructura recomendada

1. Slider Principal
 - Titular: “El ERP modular para pymes que quieren dejar Excel y cumplir con Verifactu sin dramas/gestionar su negocio de forma fácil.”
 - Subtítulo: 1 frase clara sobre centralizar stock, ventas y facturación.
 - CTAs:
 - Principal: “Solicita una demo”.
 - Secundario: “Ver precios”.
 - Bloque “¿Es para tu negocio?”
 - Tarjetas por tipo de negocio: Retail, Distribución, Clínicas/servicios.
 - Cada tarjeta con problema + beneficio + link a más detalle.
2. Beneficios clave
 - 3–4 bullets orientados a resultados: menos tiempo en inventarios, menos errores de facturación, menos riesgo de sanción.
3. “Cómo funciona en 3 pasos”
 - Diagnóstico, configuración de módulos, acompañamiento.Ver Lotties.
4. Prueba social y métricas
 - Métricas tipo “-35% tiempo en inventarios, x2 velocidad en preparación de pedidos, <24h resolución de incidencias” (si son reales o pilotos).
 - Testimonios + logos.
5. Módulos (muy resumidos)
 - Almacén, Ventas, Finanzas, Informes: cada uno con 2 beneficios.
6. Precios (versión corta)
 - 3 columnas: Módulo (1 usuario), Autónomo, Pyme, con precios aproximados y bullets.
 - Botón a página de precios completa.
7. Bloque Verifactu
 - Explicación simple + enlace a guía descargable o recurso.

5.3. Acciones concretas para la home

- Rescribir web con beneficios + Verifactu y CTA principal.
- Simplificar textos largos en bloques más visuales y escaneables.
- Separar mejor “beneficios” de “funcionalidades” y “precios”.
- Añadir sección breve de “para quién es” por sector.
- Destacar sello de implantación rápida y soporte <24h.

6. Landing (1) específica de captación (Verifactu + stock)

6.1. Objetivo

- Captar leads (demos) de pymes preocupadas por Verifactu y con problemas de stock e inventarios

6.2. Estructura de la landing

1. Slider Principal
 - Titular: “Prepárate para Verifactu y controla tu stock sin parar tu negocio.”
 - Subtítulo: menciona centralización de ventas, stock y facturación.
 - CTA: “Reserva una demo de 20 minutos, totalmente Gratuita”.
2. Bloque “Lo que te está pasando ahora”
 - Bullets de dolor: inventarios eternos, miedo a sanciones, facturas dispersas.
3. Bloque “Lo que consigues con Drenpos”
 - Verifactu listo, stock en tiempo real, KPIs claros.
4. Demostración visual
 - Capturas comentadas en lenguaje sencillo.
5. Prueba social / cifras
 - Métricas y testimonio orientados a este problema.
6. “Qué incluye la demo”
 - Desglose de agenda en 3 puntos.
7. Formulario
 - Campos mínimos + “Principal problema ahora mismo” para cualificar.

7. Landing específica de captación (2) (control de tus datos - decisiones)

Esta landing está pensada para captar demos de pymes que sufren caos de datos (Excel, programas desconectados) y quieren **facilidad** y **control** sin un ERP gigante.

Objetivo y ángulo

- Objetivo: conseguir solicitudes de demo.
- Ángulo: “ordena tus datos sin complicarte” → un solo lugar para ventas, stock y facturación, implantado por fases

Estructura

1. Slider Principal: orden y tranquilidad

- Titular:
 - “Pon orden en tus datos sin pelearte con un ERP gigante de forma fácil”
- Subtítulo:
 - “Drenpos centraliza ventas, stock y facturación en una sola herramienta pensada para pymes, para que tomes decisiones con datos reales.”
- CTA principal: “Quiero ver cómo quedaría en mi empresa”.
- Microcopy bajo CTA: “Demo online de 20 minutos, sin compromiso.”

2. Bloque “Te suena esto”

- Título: “Si ves esto cada día, Drenpos es para ti”.
- 3-4 bullets de dolor:
 - “Excel eternos que nadie se atreve a tocar.”
 - “El comercial ve una cosa, almacén ve otra y contabilidad otra distinta.”
 - “No sabes realmente qué productos son rentables.”
 - “Para cerrar el mes necesitas revisar varias hojas y programas.

3. Bloque “Un solo sitio para todo”

- Título: “Todos tus datos en el mismo sitio, siempre actualizados”.
- 3 columnas con iconos:
 - Ventas: “Presupuestos, pedidos y facturas en un flujo continuo, sin reescribir datos.”
 - Stock: “Entradas y salidas en tiempo real, por almacén, zona o ubicación.”
 - Finanzas: “Cobros, vencimientos y situación real de tu negocio al día.”
- Microcopy: “Lo que antes estaba repartido en varios programas y hojas, ahora vive en un solo panel.”

4. Bloque “Fácil de usar para todo el equipo”

- Título: “Un sistema que tu equipo no odia”.
- 3 bullets:
 - “Pantallas simples, diseñadas para el día a día, no para técnicos.”
 - “Roles por usuario: cada persona ve solo lo que necesita.”
 - “Formación rápida por perfiles: almacén, ventas, administración.”
- Añadir una frase tipo: “Si sabes usar un navegador, puedes usar Drenpos.”

5. Bloque visual: antes / después

- Título: “De esto... a esto”.
- Columna izquierda (ANTES):
 - Icono de caos + lista: Excel, programas distintos, datos duplicados.
- Columna derecha (DESPUÉS):
 - Captura limpia de dashboard con vistas de ventas, stock y cobros.
- Texto bajo la comparativa:
 - “Pasas de perseguir datos a tenerlos siempre listos para decidir.”

6. Bloque “Decisiones con datos, no con intuición”

- Título: “Saber qué pasa en tu negocio sin pedir 5 informes”.
- 3 KPIs típicos que Drenpos puede mostrar:
 - “Productos más vendidos y más rentables.”
 - “Stock por almacén y riesgo de rotura.”
 - “Facturación y cobros pendientes por periodo.”
- Microcopy: “Tus datos dejan de ser un problema y se convierten en una herramienta.”

7. Prueba social y garantías

- Título: “Pymes que ya han puesto orden en sus datos”.
- Testimonio orientado a esta promesa:
 - Ej.: “Antes cerrábamos el mes con 3 hojas de cálculo. Ahora tenemos todo en un panel y tardamos la mitad.”
- Si se usan métricas, que apunten a control y facilidad:
 - “-X % tiempo en cierres mensuales.”
 - “-Y % errores en facturas por datos mal pasados.”

8. Bloque “Qué verás en la demo”

- Título: “En 20 minutos verás si Drenpos te encaja”.
- Lista de 3 puntos:
 - “Revisión de cómo trabajáis ahora con datos (Excel, programas, etc.).”
 - “Recorrido por un ejemplo de empresa con todo unificado.”
 - “Propuesta de módulos y siguiente paso si quieres avanzar.”

9. Formulario de captación

- Título: “Reserva tu demo”.
- Campos:
 - Nombre y apellidos.
 - Empresa y sector.
 - Email y teléfono.

- Pregunta de cualificación: “¿Dónde tienes ahora tus datos?” (Opciones: Excel, Varios programas, ERP antiguo, Otro).
- Checkbox opcional: “Quiero recibir ejemplos de cuadros de mando para pymes como la mía”.

Recomendaciones de copy y diseño específicos

- Evitar tecnicismos como “integraciones complejas”, “ETL”, etc.; hablar de “que los datos se hablen entre sí” y “no tener que meter lo mismo dos veces”.
- Usar iconografía muy sencilla (carpetas, gráficos, cajas, personas) y huir del look “súper técnico”.
- Hacer que el CTA principal aparezca:
 - Arriba (hero).
 - A mitad de página (antes/después).
 - Al final (formulario).

Abel Hernández > abel@agenciavisual.es