

# Playbook de Evaluación (EVA) - Tusdatos.co

## I. Introducción: El Rol Estratégico de la Evaluación Consultiva

Propósito de este Playbook:

Este playbook es tu guía estratégica para dominar la etapa de Evaluación (EVA) en el proceso de venta consultiva de Tusdatos.co. No es un guion rígido, sino un marco flexible diseñado para ayudarte a:

- Comprender profundamente las necesidades, desafíos y objetivos de tus prospectos.<sup>1</sup>
- Calificar oportunidades de manera efectiva, enfocando tus esfuerzos en los prospectos correctos.<sup>3</sup>
- Posicionar a Tusdatos.co como un asesor de confianza y experto en validación y cumplimiento.<sup>6</sup>
- Establecer bases sólidas para las siguientes etapas del proceso de venta (SOL, NEG, CIERRE) mediante un Plan de Acción Mutuo (MAP) claro.<sup>8</sup>
- Asegurar una ejecución consistente y de alta calidad en cada interacción inicial, cubriendo todos los elementos clave de la EVA.<sup>9</sup>

Filosofía de Venta Consultiva en Tusdatos.co:

Nuestro enfoque se centra 100% en el cliente.<sup>6</sup> Actuamos como consultores expertos, no como simples vendedores. Nuestro objetivo principal en la EVA es diagnosticar antes de prescribir.<sup>12</sup> Esto implica:

- **Escucha Activa (Regla 80/20):** Dedicar el 80% del tiempo a escuchar atentamente y el 20% a hablar y hacer preguntas estratégicas.<sup>6</sup>
- **Curiosidad Genuina:** Investigar y preguntar para entender el *por qué* detrás de los desafíos del cliente.<sup>12</sup>
- **Construcción de Confianza:** Sé transparente, empático y demuestra un interés real en el éxito del cliente.<sup>6</sup> La confianza es la base de nuestra relación.
- **Aportar Valor:** Incluso en la EVA, busca educar y ofrecer perspectivas valiosas basadas en tu experiencia y conocimiento del mercado de validación y cumplimiento.<sup>13</sup>

Objetivos Específicos de la Reunión EVA (Resultado Mínimo Indispensable):

Al finalizar una reunión de EVA, debes haber logrado claramente lo siguiente:

1. **Identificar el Plan Adecuado:** Determinar qué plan de Tusdatos.co (Cumplimiento, Validación u otro) se ajusta mejor a las necesidades explícitas e implícitas del cliente.
2. **Proyección de Volumen:** Tener una estimación clara del volumen de consultas anuales que el cliente proyecta necesitar.
3. **Entender el Proceso de Contratación:** Mapear detalladamente el proceso

interno del cliente para contratar proveedores como Tusdatos.co.

4. **Diagnóstico de Dolores:** Identificar los principales dolores del cliente y clasificar cuáles podemos solucionar total o parcialmente, y cuáles no.
5. **Manejo de Objeciones Iniciales:** Conocer las objeciones o preocupaciones del cliente y saber cuáles podemos abordar.
6. **Mapeo del Proceso de Decisión:** Identificar quién o quiénes toman la decisión final (Comprador Económico, Comité), cuándo planean decidir y en qué criterios se basarán.<sup>4</sup> (*Área de mejora clave*).

Resultado Óptimo de la EVA:

Lograr todos los objetivos mínimos y, además:

- Haber cuantificado el impacto negativo de los problemas del cliente (costo del riesgo, tiempo perdido, etc.).<sup>19</sup> (*Área de mejora clave*).
- Haber identificado un posible "Campeón" interno que apoye la solución.<sup>18</sup>
- Haber co-creado y acordado un Plan de Acción Mutuo (MAP) detallado y realista con el prospecto.<sup>8</sup> (*Área de mejora clave*).
- Haber generado un sentido de urgencia consultivo basado en las consecuencias de la inacción.<sup>3</sup> (*Área de mejora clave*).

## II. Preparación Previa a la Reunión (Pre-Call Planning)

Una preparación meticulosa es fundamental para una EVA exitosa. Demuestra profesionalismo, te permite hacer preguntas más relevantes y genera confianza desde el inicio.<sup>6</sup>

### Checklist de Investigación (Mínimo 30 minutos antes de la llamada):

- **Revisar CRM (HubSpot):** Historial de interacciones previas con la cuenta y contactos. Notas de llamadas anteriores (si existen).<sup>22</sup>
- **Sitio Web del Prospecto:** Entender su negocio, misión, valores, productos/servicios, noticias recientes.<sup>20</sup>
- **Perfil de LinkedIn del Contacto:** Rol actual, responsabilidades, experiencia, antigüedad, conexiones mutuas, actividad reciente.<sup>20</sup>
- **Perfil de LinkedIn de la Empresa:** Noticias, tamaño, crecimiento, otros empleados clave.
- **Noticias de la Industria/Regulatorias:** Buscar cambios recientes que puedan afectar al prospecto (Ej. nuevas normativas SARLAFT, LAFT, etc.).<sup>6</sup> Identificar posibles "Triggers" (Ej. ¿Superaron los 30.000 SMLMV en activos/patrimonio recientemente?).
- **Formular Hipótesis Iniciales:** Basado en la industria, rol y tamaño, ¿cuáles podrían ser sus dolores más probables relacionados con validación y

cumplimiento? (Ver Sección III).

- **Preparar Preguntas Abiertas Iniciales:** Personaliza algunas preguntas basadas en tu investigación (Ej. "Vi que recientemente expandieron operaciones a X, ¿cómo impacta eso sus procesos de vinculación?").<sup>22</sup>
- **Revisar este Playbook:** Refrescar la estructura de la conversación, los perfiles de persona y las preguntas clave.

### Herramientas Útiles:

- HubSpot CRM
- LinkedIn Sales Navigator
- Sitio web de la Superintendencia de Sociedades / Industria y Comercio (para normativas)
- Buscadores de noticias (Google News, etc.)

## III. Perfil de Cliente Ideal (ICP) y Personas Compradoras de Tusdatos.co

Conocer a quién le vendes y qué le importa es crucial para guiar tu conversación de EVA.<sup>24</sup>

### Resumen del ICP:

- **Industrias Foco:** Transporte, Financiero, RRHH, Minería y Derivados, Consultoría, Seguridad, Comercio (Mayor/Menor). *Todas son importantes.*
- **Tamaño:** Todas las empresas (Pequeñas, Medianas, Grandes). *Especial atención a empresas con activos/patrimonio > 30.000 SMLMV (obligadas a normativas LAFT).*
- **Problemas Comunes que Resolvemos:** Riesgo de sanciones por incumplimiento, procesos manuales lentos e ineficientes, alcance limitado en verificación de fuentes, dificultad para recopilar y almacenar evidencia, riesgo de confiabilidad en la información.

### Personas Compradoras Clave y Qué les Importa:

Rol Clave	Intereses Principales en EVA	Posibles Dolores Específicos
Gerente de Riesgos	Alcance de fuentes, Funcionalidades de gobierno (administración de usuarios, logs), Confiabilidad de la	Multas por incumplimiento LAFT/SARLAFT, Procesos de debida diligencia ineficientes, Falta de trazabilidad en

	información, Precio.	validaciones, Reportes de auditoría negativos.
<b>Oficial de Cumplimiento</b>	Alcance de fuentes (especialmente listas restrictivas), Funcionalidades de usuario, Experiencia de usuario (UX), Evidencia.	Riesgo de sanciones, Dificultad para demostrar cumplimiento a reguladores, Procesos manuales propensos a errores, Sobrecarga de información.
<b>Gerente de RRHH</b>	Alcance de fuentes (antecedentes judiciales, profesionales), Funcionalidades de usuario, Rapidez del reporte.	Procesos de contratación lentos, Riesgo de contratar personal inadecuado, Dificultad para validar títulos/experiencia, Cumplimiento normativo laboral.
<b>Director de Operaciones</b>	Alcance de fuentes (empresas, socios), Eficiencia operativa, Integración API, Rapidez.	Procesos de vinculación de proveedores/clientes lentos, Riesgo reputacional por socios, Falta de automatización, Costos ocultos de procesos manuales.
<b>Gerente de Compras</b>	Precio, Cumplimiento mínimo de requisitos de otras áreas, Facilidad de contratación, Soporte post-venta.	Presión por reducir costos, Comparación directa de precios (desafío vs. "ilimitados"), Asegurar que la solución cumple técnicamente, Gestión de proveedores.

### Disparadores de Compra (Triggers a Explorar):

- **Regulatorios:** Nueva normativa aplicable (Ej. SARLAFT para transporte), cambio en umbrales de obligación (Ej. superar 30.000 SMLMV).
- **Incidentes:** Fraude interno/externo reciente, sanción o advertencia de un regulador, hallazgo negativo en auditoría.
- **Operacionales:** Crecimiento rápido que desborda procesos manuales, necesidad de automatizar para liberar personal, procesos de vinculación demasiado lentos.
- **Estratégicos:** Entrada a nuevos mercados con diferentes regulaciones, fusión o

adquisición.

### Alternativas Comunes (y por qué Tusdatos.co es mejor):

- **Procesos Manuales:** Lentos, propensos a errores, alcance limitado, sin evidencia centralizada, costosos en tiempo/personal. (*Nuestro Valor: Rapidez, Confiabilidad, Alcance, Evidencia, Eficiencia*).
- **Desarrollo Propio:** Costoso, lento de implementar, requiere mantenimiento constante, difícil mantenerse actualizado con fuentes y regulaciones. (*Nuestro Valor: Experiencia, Actualización constante, Menor TCO, Rapidez de implementación*).
- **Competidores Directos:** Pueden ofrecer paquetes "ilimitados" pero con menor alcance, menos funcionalidades de UX/gobierno, o sin entrega de evidencia robusta. (*Nuestro Valor: Amplitud de Fuentes, Evidencia, Funcionalidades Avanzadas, Confiabilidad*).
- **No Hacer Nada:** Aceptación de riesgos (sanciones, fraude, reputacional), ineficiencia. (*Nuestro Valor: Tranquilidad, Seguridad, Cumplimiento, Eficiencia*).

## IV. Guía de Conversación y Flujo de Preguntas Sugerido para EVA

Esta es una guía flexible, no un guion. Adáptala al flujo natural de la conversación y a la persona con la que hablas.<sup>22</sup> El objetivo es cubrir los "Gatilhos de Eva" de forma consultiva.

### 1. Apertura y Establecimiento de Rapport (5-10 min)

- **Introducción Profesional:** Preséntate tú y a Tusdatos.co brevemente.
- **Conexión Personalizada:** Menciona algo específico de tu investigación previa para romper el hielo y demostrar preparación.<sup>6</sup> (Ej: "Vi en LinkedIn su artículo sobre X..." o "Noté que su empresa anunció Y recientemente, ¡felicitaciones!").
- **Transición Suave:** Pasa naturalmente al propósito de la reunión.

### 2. Establecer la Agenda y el Propósito (ILPA) (3-5 min)<sup>27</sup>

- **I - Introducción (Reafirmar):** "Gracias de nuevo por su tiempo. Como mencioné, soy de Tusdatos.co."
- **L - Last time (Última vez):** "La última vez que hablamos/interactuamos (o según entiendo por mi colega SDR), usted mostró interés en explorar cómo mejorar sus procesos de validación/cumplimiento..." (Ajusta según el contexto).
- **P - Propósito:** "El propósito de esta reunión hoy es, primero, **entender mejor sus objetivos y desafíos actuales** en cuanto a. Segundo, si tiene sentido, compartiré brevemente cómo Tusdatos.co ayuda a empresas como la suya a

abordar esos puntos. Y finalmente, decidiremos juntos si hay valor en explorar esto más a fondo y cuáles serían los próximos pasos lógicos." <sup>27</sup>

- **A - Agenda:** "Para lograr eso, propongo esta agenda: ¿Le parece bien? ¿Hay algo más que le gustaría añadir o asegurar que cubramos hoy?" <sup>27</sup> *Confirma el tiempo disponible.*
- **Establecer Tono Consultivo:** "Mi objetivo principal hoy es aprender y diagnosticar para ver si podemos ser de ayuda, no asumir que lo somos." <sup>12</sup>

### 3. Preguntas de Descubrimiento Profundo (25-35 min)

Aquí es donde aplicamos un enfoque consultivo, inspirado en SPIN y GPCTBA/C&I, para ir más allá de la superficie y "hacer doler el problema" de forma constructiva.

- **A. Entender la Situación y Metas (Contexto - S de SPIN, Goals - G de GPCTBA):**
  - "Para empezar, ¿podría contarme un poco sobre su rol y sus principales responsabilidades en [Empresa del Prospecto]?" <sup>27</sup>
  - "¿Cuáles son las prioridades estratégicas más importantes para usted/su área/la empresa este año/trimestre?" <sup>22</sup>
  - "¿Cómo miden actualmente el éxito en relación con [cumplimiento normativo / gestión de riesgos / eficiencia en contratación/vinculación]?" <sup>27</sup>
  - "¿Podría describirme cómo funciona su proceso actual para validar antecedentes de [clientes/empleados/proveedores]?" <sup>22</sup> *(Escucha atentamente buscando ineficiencias, manualidades, falta de alcance).*
- **B. Explorar Problemas y Desafíos (Problema - P de SPIN, Challenges - C de GPCTBA/CHAMP):** *(Área de mejora: Hacer preguntas problema correctas)*
  - "Basado en ese proceso que describe, ¿cuáles diría que son los mayores desafíos u obstáculos que enfrentan actualmente?" <sup>31</sup> *(Pregunta abierta inicial).*
  - "Mencionó [aspecto del proceso manual/actual], ¿qué tan satisfecho está con [la rapidez / la confiabilidad / el alcance / la facilidad para obtener evidencia] de ese proceso?" *(Preguntas más específicas sobre posibles dolores).*
  - "¿Qué le impide alcanzar sus metas de [cumplimiento/eficiencia/gestión de riesgos] de manera más efectiva?" <sup>4</sup>
  - "¿Qué fue lo que le impulsó a buscar una solución o tener esta conversación ahora?" <sup>32</sup> *(Busca el Trigger).*
  - "¿Han intentado abordar estos desafíos antes? ¿Qué funcionó, qué no funcionó y por qué?" <sup>33</sup> *(Entiende intentos pasados).*
  - "Comparado con las mejores prácticas que ve en la industria, ¿dónde siente que su proceso actual podría tener brechas?" <sup>1</sup> *(Posicionamiento como experto).*

- **C. Profundizar en el Impacto y Consecuencias (Implicación - I de SPIN, Negative Consequences - C de GPCTBA):** (*Área de mejora: Hacer doler el problema, cuantificar*)
  - "Mencionó que el proceso manual es lento. ¿Cómo impacta esa lentitud en [la experiencia del cliente/empleado, la agilidad del negocio, los costos operativos]?" <sup>19</sup> (*Convierte el problema en impacto*).
  - "Cuando dice que es difícil recopilar evidencia, ¿qué consecuencias ha tenido eso en términos de [auditorías, demostración de cumplimiento, gestión de riesgos]?" <sup>34</sup>
  - "¿Qué riesgo representa para la empresa el *no* tener un alcance completo en la verificación de fuentes o confiar en información no 100% fiable?" (Ej: Sanciones, fraude, daño reputacional).<sup>36</sup>
  - **Cuantificación:** "Para entender mejor la magnitud: ¿Cuántas personas dedican tiempo a este proceso manual actualmente? ¿Cuántas horas aproximadamente por validación? ¿Alguna vez han estimado el costo de una posible sanción o un incidente de fraude evitado?"<sup>19</sup> (*Clave para justificar inversión*).
  - "Si estos desafíos [menciona 1-2 desafíos clave identificados] continúan sin resolverse en los próximos 6-12 meses, ¿cuál sería el impacto más significativo para su área y para la empresa?" <sup>36</sup> (*Genera urgencia basada en consecuencias*).
  - "¿Quién más dentro de la organización se ve afectado por estas dificultades?" <sup>34</sup> (*Expande el impacto*).
- **D. Visualizar la Solución y el Valor (Necesidad-Beneficio - N de SPIN, Positive Implications - I de GPCTBA):**
  - "Si pudieran resolver [desafío principal], ¿qué significaría eso para usted/su equipo/la empresa? ¿Qué podrían lograr que no pueden hoy?" <sup>6</sup> (*Define el estado deseado*).
  - "¿Cómo se vería el éxito si implementaran una solución que les diera?" <sup>33</sup>
  - "¿Cómo encajaría la mejora de este proceso de validación con sus prioridades estratégicas generales que mencionó al principio?" <sup>19</sup> (*Alinea con objetivos mayores*).
  - "¿Qué valor tendría para usted personalmente poder [delegar esta tarea / tener certeza del cumplimiento / tomar decisiones de vinculación más rápidas y seguras]?" <sup>38</sup> (*Impacto personal*).

### **Técnicas Durante el Descubrimiento:**

- **Escucha Activa:** Mantén contacto visual (si es video), asiente, usa frases como "Entiendo", "Cuénteme más".<sup>6</sup>



- **Parafrasear y Resumir:** "Entonces, si entendí bien, el mayor reto es [X] y eso está causando [Y]. ¿Es correcto?".<sup>6</sup> Esto confirma entendimiento y muestra que escuchas.
- **Silencio Estratégico:** No temas a las pausas cortas después de una pregunta profunda. Dale tiempo al prospecto para pensar.<sup>24</sup>
- **Toma Notas Clave:** Anota los dolores, objetivos, métricas, personas mencionadas. Usa la plantilla de notas (ver Sección VIII).<sup>14</sup>

#### 4. Transición y Calificación Integrada (10-15 min)

Una vez que tengas una comprensión sólida de la situación, problemas e impacto, integra preguntas de calificación de forma natural.

- **Resumen de Comprensión:** "Gracias por compartir toda esta información. Para asegurarme de que estoy en la misma página, los principales desafíos que identificamos son [resume 2-3 dolores clave y su impacto cuantificado si es posible]. Y el objetivo sería lograr [resume el estado deseado/beneficio principal]. ¿He captado bien la esencia?".<sup>22</sup>
- **Introducir Calificación (Adaptado de BANT/MEDDIC/GPCTBA):** (*Área de mejora: Mapeo de Decisión y Urgencia*).
  - **Necesidad (Need):** Ya validada en el descubrimiento. Confirma: "Basado en lo que hemos hablado, ¿resolver estos desafíos es una prioridad alta para usted y la empresa en este momento?".<sup>3</sup>
  - **Autoridad y Proceso de Decisión (Authority/Decision Process):** (*Preguntar con confianza*)
    - "Para entender cómo podríamos avanzar si hubiera un buen encaje: ¿Cómo toma su empresa decisiones sobre herramientas o servicios como este?".<sup>4</sup>
    - "Además de usted, ¿quién más estaría involucrado en la evaluación y aprobación final de una solución así?".<sup>13</sup> (*Identifica stakeholders*).
    - "¿Quién tiene la responsabilidad final sobre el presupuesto para este tipo de iniciativas?" (*Identifica al Comprador Económico*).<sup>18</sup>
    - "¿Cuáles son los criterios clave que suelen usar para evaluar y comparar proveedores en esta área?".<sup>4</sup> (*Entiende criterios de decisión*).
  - **Presupuesto (Budget/Money):** (*Abordar con enfoque en valor, no precio directo*)
    - "Considerando el impacto que discutimos [menciona impacto cuantificado si es posible, ej. riesgo de multas, horas ahorradas], ¿cómo suelen justificar internamente inversiones que generan este tipo de retorno o mitigación de riesgo?".<sup>13</sup>
    - "Típicamente, ¿existe un proceso o rango presupuestario asignado para



- herramientas de cumplimiento/gestión de riesgos/eficiencia operativa?".<sup>13</sup>
- (Si mencionan competidores "ilimitados"): "Entiendo que algunas opciones parecen ilimitadas. Desde nuestra experiencia, el valor real suele estar en la calidad y alcance de la información, la evidencia y la eficiencia que se logra. ¿Cómo priorizan ustedes esos factores frente a un modelo de 'consultas ilimitadas' con potencial menor alcance o confiabilidad?" (Re-enfoca en valor y diferenciadores).
  - **Tiempo y Urgencia (Timeline/Urgency/Critical Event):** (Área de mejora: Generar urgencia consultiva)
    - "Mencionó que es una preocupación. ¿Existe alguna fecha límite interna o externa (ej. auditoría, entrada en vigor de normativa, lanzamiento de proyecto) que haga importante resolver estos desafíos pronto?".<sup>24</sup> (Busca evento crítico).
    - "Idealmente, ¿para cuándo les gustaría tener una solución implementada y comenzando a ver resultados como [menciona beneficio clave]?"<sup>13</sup>
    - "¿Qué otras iniciativas importantes compiten por su tiempo y recursos en este momento? ¿Cómo se prioriza esta necesidad frente a ellas?".<sup>13</sup> (Entiende priorización).
    - (Si no hay urgencia clara): "Entiendo que no haya una fecha límite inmediata. Sin embargo, considerando el impacto diario de [menciona dolor persistente, ej. tiempo perdido, riesgo latente], ¿cuál es el costo de esperar otros 3-6 meses para abordar esto?" (Refuerza consecuencia de inacción).
  - **Identificar Campeón (Champion):** A lo largo de la conversación, evalúa: ¿Muestra esta persona un interés personal en resolver el problema? ¿Parece dispuesto/a a navegar internamente? ¿Entiende y valora nuestra solución potencial?.<sup>5</sup>

## 5. Manejo de Objeciones Comunes en EVA

Anticipa y prepárate para responder consultivamente.<sup>6</sup>

- **Objeción: "No tenemos presupuesto ahora / Es muy caro."**
  - *Respuesta:* "Entiendo que el presupuesto es una consideración importante. Más allá del costo inicial, enfoquémonos en el valor. Si pudiéramos demostrar un ROI claro al [reducir X horas manuales / mitigar Y riesgo de multa / acelerar Z proceso], ¿sería algo que valdría la pena priorizar para una futura asignación presupuestaria? ¿Cómo funciona ese proceso?".<sup>42</sup> (Enfoca en ROI y proceso presupuestario).
- **Objeción: "Estamos bien con nuestro proceso manual / proveedor actual."**
  - *Respuesta:* "Me alegra que tengan un sistema funcionando. Para entender

mejor, ¿qué aspectos específicos funcionan muy bien? Y si hubiera un área donde vieran una oportunidad de mejora, incluso pequeña, ¿cuál sería?".<sup>15</sup> (*Busca grietas y oportunidades*).

- **Objeción: "Necesito hablarlo con mi jefe / otro equipo."**

- *Respuesta:* "Totalmente comprensible. Para que esa conversación sea lo más productiva posible para usted, ¿qué información clave o qué aspectos de lo que hablamos hoy cree que serían más importantes para ellos? ¿Le ayudaría si preparamos juntos un resumen o definimos los puntos clave a discutir?".<sup>9</sup> (*Facilita la venta interna*).

- **Objeción: "Su competidor ofrece consultas ilimitadas."**

- *Respuesta:* "Es una oferta atractiva a primera vista. Sin embargo, lo que hemos visto con clientes que valoran la rigurosidad es que la *calidad*, el *alcance* de las fuentes consultadas y la *evidencia* generada son cruciales para realmente mitigar riesgos y cumplir normativas. ¿Cómo equilibran ustedes la cantidad versus la profundidad y confiabilidad de la validación en su proceso de decisión?" (*Re-enfoca en diferenciadores clave: alcance, evidencia, confiabilidad*).

**Técnica General:** Escucha la objeción completa, valida la preocupación ("Entiendo por qué pregunta eso..."), haz preguntas para aclarar la raíz de la objeción, y luego responde enfocándote en el valor y la solución al problema subyacente.<sup>6</sup>

6. Cierre de la Reunión y Co-Creación del MAP (5-10 min) (Área de mejora clave)

Nunca termines una EVA sin próximos pasos claros y acordados mutuamente.

- **Resumen Final y Confirmación:** "Excelente conversación. Solo para recapitular, hemos identificado que [dolor 1, dolor 2] son desafíos clave que impactan [resultado de negocio], y ven valor potencial en una solución que ofrezca [beneficio 1, beneficio 2]. ¿Estamos alineados en eso?".<sup>8</sup>
- **Propuesta de Próximo Paso Lógico:** Basado en la conversación y la calificación, sugiere el siguiente paso *específico* y *con valor* para el prospecto.
  - *Si calificado y hay interés claro:* "Dado que [dolor específico] es una prioridad, el siguiente paso lógico sería agendar una **sesión de solución (SOL)** más profunda donde podamos mostrarle *exactamente* cómo Tusdatos.co aborda [ese dolor específico] y discutir cómo se integraría en su flujo. ¿Tendría sentido agendar 30-45 minutos la próxima semana para eso?"
  - *Si necesita involucrar a otros:* "Como mencionó que [otro stakeholder] es clave en la decisión, ¿qué le parecería si agendamos una breve reunión conjunta para compartirles los puntos clave que discutimos hoy y entender su perspectiva? Podríamos enfocarla en [tema relevante para ese stakeholder]."
  - *Si necesita más información interna:* "Entiendo que necesita validar [X]

internamente. ¿Qué tal si agendamos un breve check-in para el [fecha tentativa] para revisar sus hallazgos y definir los siguientes pasos?"

- *Si no califica:* (Con tacto) "Basado en nuestra conversación, parece que sus necesidades actuales podrían no alinearse perfectamente con lo que ofrecemos en este momento. Aprecio su tiempo y transparencia. ¿Le parece bien si mantenemos el contacto y le envío información relevante por si sus necesidades cambian en el futuro?"
- **Co-Creación del MAP (Plan de Acción Mutuo):** Si avanzan, formaliza los pasos. "Perfecto. Entonces, para asegurarnos de que ambos estamos claros en el camino a seguir, definamos los próximos pasos juntos (MAP):"
  - **Paso 1 (Inmediato):** "Yo le enviaré un resumen de esta llamada y la invitación para la sesión SOL para [fecha/hora tentativa]." (Tu acción)
  - **Paso 2 (Prospecto):** "¿Hay alguna información que necesite preparar o alguien que deba invitar de su lado para esa sesión?" (Acción del prospecto, si aplica).
  - **Paso 3 (Siguierte Reunión):** "En la sesión SOL del [Fecha], cubriremos [temas específicos] y el objetivo será." (Acción conjunta).
  - **Paso 4 (Post-SOL):** "Después de eso, si ambos vemos valor, el siguiente paso podría ser [ej. prueba de concepto, revisión de propuesta detallada]." (Visión a futuro).
  - **Confirmación Final:** "¿Este plan de acción mutuo le parece razonable y cubre los pasos necesarios desde su perspectiva?" (*Obtén acuerdo explícito*).

## 7. Acciones Post-Reunión (Inmediatas)

- **Actualizar HubSpot CRM:** Registra *toda* la información clave de la EVA usando la plantilla de notas (ver Sección VIII). Completa los campos obligatorios y actualiza la etapa de la oportunidad. (*Fundamental para la métrica de "Calidad de info en CRM"*).
- **Enviar Email de Resumen y MAP:** Envía un correo conciso resumiendo los puntos clave discutidos, los dolores identificados, el valor potencial y **confirmando el MAP acordado** (fechas, horas, acciones, asistentes). Adjunta la presentación de propuesta de valor si se acordó.
- **Agendar Próxima Reunión:** Si se acordó, envía la invitación del calendario inmediatamente.
- **Programar Tareas de Seguimiento:** Crea tareas en HubSpot para tus acciones del MAP.

## V. Integración con HubSpot CRM y Flujo de Trabajo

La consistencia en el registro de información es vital para medir el éxito y mejorar el proceso.<sup>43</sup>

Plantilla de Notas de EVA en HubSpot (Sugerencia):

Crea una plantilla de Notas en HubSpot para las llamadas de EVA que incluya secciones alineadas con este playbook:

- **Información del Prospecto:** Nombre, Cargo, Empresa, Industria.
- **Contexto y Objetivos:** Prioridades estratégicas, Proceso actual, Métricas de éxito actuales.
- **Desafíos y Dolores Identificados:** Lista específica de problemas mencionados.
- **Impacto y Consecuencias:** Impacto cuantificado (si se logró), consecuencias de la inacción.
- **Estado Deseado (Need-Payoff):** Qué significa el éxito para ellos, beneficios clave buscados.
- **Proceso de Decisión:** Stakeholders identificados (roles), Comprador Económico, Criterios de decisión, Proceso típico.
- **Presupuesto/Inversión:** Conversación sobre presupuesto, justificación de valor.
- **Tiempo/Urgencia:** Fechas límite, eventos críticos, priorización.
- **Plan Tusdatos.co Identificado:** Cumplimiento / Validación / Otro.
- **Volumen Estimado:** Proyección anual de consultas.
- **Objeciones Clave:** Objeciones planteadas y cómo se abordaron.
- **Calificación General:** ¿Es una oportunidad real? (Sí/No/Quizás - con justificación).
- **MAP Acordado:** Detalle de los próximos pasos, fechas y responsables.
- **Notas Adicionales:** Cualquier otra información relevante.

Campos Clave del CRM a Actualizar:

Asegúrate de que los campos correspondientes en el Deal/Opportunity de HubSpot estén actualizados después de cada EVA:

- Etapa del Negocio (Ej. "Evaluación Completada", "Calificado para SOL", "Descalificado").
- Fecha de Próximo Paso.
- Descripción del Próximo Paso.
- Valor Estimado (basado en plan y volumen).
- Fecha de Cierre Estimada (basada en Timeline).
- Campos personalizados para: Dolor Principal, Comprador Económico, Criterios de Decisión Clave, Nivel de Urgencia (Alto/Medio/Bajo).

**Flujo de Trabajo Post-EVA:**

1. Finalizar llamada.

2. Completar Notas de EVA en HubSpot usando la plantilla.
3. Actualizar campos clave del Deal/Opportunity en HubSpot.
4. Enviar email de resumen + MAP al prospecto.
5. Agendar próxima reunión en calendario (si aplica).
6. Crear tareas de seguimiento en HubSpot.

(La integración del Playbook directamente en HubSpot puede explorarse con las funcionalidades de Playbooks de HubSpot si se cuenta con Sales Hub Pro/Enterprise<sup>46)</sup>)

## VI. Medición del Éxito y Mejora Continua

Mediremos el éxito de este playbook a través de métricas específicas y feedback continuo.<sup>24</sup>

### Métricas Clave (KPIs):

1. **Calidad de la Información en CRM:** Auditorías periódicas de las notas de EVA y campos clave completados en HubSpot versus la plantilla y los requisitos de este playbook. (*Métrica de Calidad y Adopción*).
2. **Tiempo del Ciclo de Venta (EVA -> SOL -> Cierre):** Medir si un proceso de EVA más riguroso impacta la velocidad general del ciclo. (*Métrica de Eficiencia*).
3. **Tasa de Cierre (Win Rate) de Oportunidades que Siguieron el Playbook:** Comparar el win rate de oportunidades donde se aplicó consistentemente el playbook versus las que no. (*Métrica de Efectividad*).
4. **Tasa de Conversión EVA -> SOL:** Porcentaje de reuniones EVA que avanzan exitosamente a la siguiente etapa (SOL). (*Métrica de Calidad de Calificación*).

### Coaching y Refuerzo:

- **Entrenamiento Inicial:** Sesión dedicada a revisar y practicar este playbook.
- **Role-Playing:** Practicar escenarios de EVA usando el playbook.<sup>20</sup>
- **Revisión de Llamadas (Grabadas si es posible):** Analizar ejecuciones reales vs. el playbook, dando feedback específico.<sup>20</sup>
- **Sesiones 1:1:** Coaching individualizado por parte de Gerencia Comercial / Coordinador de Estrategia Comercial enfocándose en áreas de mejora identificadas (Ej. Mapeo de decisión, cuantificación de impacto, MAPs).<sup>50</sup>
- **Compartir Éxitos:** Fomentar que los consultores compartan cómo aplicaron el playbook exitosamente.

### Mantenimiento y Actualización:

- **Responsables:** Coordinador de Estrategia Comercial y Gerente Comercial.
- **Frecuencia:** Revisión trimestral o semestral, o antes si hay cambios significativos (producto, mercado, competencia).
- **Proceso:** Recopilar feedback del equipo, analizar métricas, ajustar el playbook y comunicar los cambios.<sup>15</sup>

## VII. Conclusión: Elevando la Conversación de Evaluación

La etapa de EVA es tu momento para brillar como consultor. Al aplicar este playbook de manera consistente y adaptativa, no solo mejorarás tus métricas, sino que construirás relaciones más sólidas, entenderás más profundamente a tus clientes y posicionarás a Tusdatos.co como el socio estratégico indispensable en validación y cumplimiento.

Recuerda: **Diagnostica antes de prescribir. Escucha más de lo que hablas. Aporta valor en cada interacción.**

### Obras citadas

1. 10 Sales Needs Analysis Questions You Should Always Ask Prospects, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.socoselling.com/creating-a-needs-assessment-for-prospects/>
2. Create a Needs Assessment for Better Client Meetings - Evalinator, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.evalinator.com/how-to-use-a-needs-assessment-for-sales-success/>
3. Unlock the Secrets to Qualifying in Sales: 6 Frameworks Not to Miss - Alore.io, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.alore.io/blog/qualifying-in-sales>
4. The Ultimate Guide to Sales Qualification - NCMA, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://ncmagroup.wordpress.com/2019/05/29/the-ultimate-guide-to-sales-qualification-2/>
5. Sales Qualification- 6 Frameworks - VAST Tec, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://vasttec.in/6-sales-qualification-frameworks/>
6. Implementing a Consultative Selling Approach: Asking Powerful Discovery Questions - Kixie, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.kixie.com/sales-blog/implementing-a-consultative-selling-approach-asking-powerful-discovery-questions/>
7. The Ultimate Guide to Consultative Selling with Real-World Examples - Mystrika, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://blog.mystrika.com/consultative-selling-definition-techniques-examples/>
8. Everything You Need to Know About Consultative Selling - Richardson Sales Training, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.richardson.com/sales-resources/defining-consultative-sales/>
9. Essential Sales Playbook - The Sales Collective, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://thesalescollective.com/the-essential-sales-playbook-documenting-your->



[sales-strategy-for-consistent-outcomes/](#)

10. Here's Your Sales Playbook Template for 2024 | RevBoss, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://revboss.com/blog/heres-your-sales-playbook-template-for-2024>
11. Sales Playbook : r/sales - Reddit, fecha de acceso: abril 19, 2025, [https://www.reddit.com/r/sales/comments/au4ia/sales\\_playbook/](https://www.reddit.com/r/sales/comments/au4ia/sales_playbook/)
12. What Is Consultative Sales? Principles and Best Practices - Salesforce, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.salesforce.com/blog/consultative-sales-approach/>
13. Consultative Sales 4 Basic Principles - PandaDoc, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.pandadoc.com/blog/consultative-sales/>
14. 13 Best Consultative Sales Questions - The Brooks Group, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://brooksgroup.com/sales-training-blog/consultative-sales-questions/>
15. Consultative selling: Building trust and driving success - Simon-Kucher, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.simon-kucher.com/en/insights/consultative-selling-building-trust-and-driving-success>
16. Achieve Success in Consultative Selling with Needs Assessments and Tailored Solutions, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://aimarketingengineers.com/achieve-success-in-consultative-selling-with-needs-assessments-and-tailored-solutions/>
17. The Sales Professional's Playbook: Advanced Discovery Questions for Winning Client Trust, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://reply.io/sales-discovery-calls/>
18. Sales Qualification | CRM Strategy for Small Businesses - ProAptivity, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.proaptivity.com/sales-qualification-2/>
19. 9 Effective Sales Call Discovery Questions To Use In 2025 - Qwilr, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://qwilr.com/blog/sales-discovery-call-questions/>
20. The Complete Guide to Closing More Deals Using Consultative Selling - Mindtickle, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.mindtickle.com/blog/the-complete-guide-to-closing-more-deals-using-consultative-selling/>
21. Top 7 Consultative Selling Strategies for Your Sales Team - The Brooks Group, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://brooksgroup.com/sales-training-blog/top-7-consultative-selling-strategies-your-sales-team/>
22. 5 Steps to Run a Successful Sales Discovery Process | Mixmax, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.mixmax.com/blog/sales-discovery-process>
23. 6 Consultative Selling Techniques to Close More Deals - Highspot, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.highspot.com/blog/consultative-selling-techniques/>
24. Sales Playbook: Best Examples & Template | Pipedrive, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.pipedrive.com/en/blog/sales-playbook>
25. 7 Key Components Of A Successful Sales Playbook - Fireflies.ai, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://fireflies.ai/blog/sales-playbook>
26. 5 Must Have Sales Playbook Examples - Kickscale, fecha de acceso: abril 19, 2025,



- <https://www.kickscale.com/post/5-must-have-sales-playbook-examples>
27. The Ultimate Guide to Running a Discovery Meeting - GTMnow, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://gtmnow.com/discovery-meeting-structure/>
  28. How to Create a High-Impact Sales Meeting Agenda | Grain Blog, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://grain.com/blog/how-to-create-a-high-impact-sales-meeting-agenda>
  29. 5 Killer Sales Playbook Examples From Top Companies (With Free Templates) - 6Sense, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://6sense.com/blog/sales-playbook-examples/>
  30. 28 Questions to Ask on a Discovery Call During the Sales Process - HubSpot Blog, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://blog.hubspot.com/sales/discovery-call-questions>
  31. Transforming Sales Coaching with AI: Your Framework for Consultative Selling Success, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.salesken.ai/blog/sales-coaching-for-consultative-selling-success>
  32. Your Sales Playbook: Key Elements to Include - SFE Partners, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.sfepartners.com/your-sales-playbook/>
  33. MEDDIC vs Other Qualification Frameworks like BANT, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://meddicc.com/resources/meddicc-versus-other-qualification-frameworks-like-bant>
  34. Effective Questioning Techniques for Discovery in Consultative Selling - BuzzBoard's AI, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.buzzboard.ai/effective-questioning-techniques-for-discovery-in-consultative-selling/>
  35. Consultative Selling and Examples - Sales Pro Central, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.salesprocentral.com/consultative-selling/examples/>
  36. Key Components & Examples to Craft Successful Sales Playbook - Kennect, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.kennect.io/post/sales-playbook>
  37. 18 Sales Discovery Call Questions That Drive Results - Highspot, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.highspot.com/blog/discovery-call-questions/>
  38. Ultimate Guide to the Consultative Sales Process - Klozers | [2023], fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.klozers.com/consultative-sales-process/>
  39. Identifying Small Business Client Needs with Consultative Selling - BuzzBoard's AI, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.buzzboard.ai/what-is-the-process-for-identifying-client-needs-when-selling-to-small-businesses-through-consultative-selling/>
  40. The Ultimate Guide to Sales Qualification: Steps & Questions - Mixmax, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.mixmax.com/blog/sales-qualification>
  41. Sales Trainers and Coaches, best advice to get better at sales - Reddit, fecha de acceso: abril 19, 2025, [https://www.reddit.com/r/sales/comments/1dxvorv/sales\\_trainers\\_and\\_coaches\\_best\\_advice\\_to\\_get/](https://www.reddit.com/r/sales/comments/1dxvorv/sales_trainers_and_coaches_best_advice_to_get/)
  42. Consultative Selling: 6 Key Steps to Keep in Mind - Yoodli, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://yoodli.ai/blog/consultative-selling>

43. Transform Your Sales Workflow with AI: The 2025 Playbook - Scratchpad, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.scratchpad.com/blog/sales-workflow>
44. How To Assemble An Effective Sales Playbook - Sales CRM, Marketing, Social, All-In-One, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://vipecloud.com/blog/sales-playbook/>
45. Sales Meetings 101: Definition, Types, and Best Practices - FluentBooking, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://fluentbooking.com/articles/sales-meeting/>
46. Use playbooks - HubSpot Knowledge Base, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://knowledge.hubspot.com/playbooks/use-playbooks>
47. How to Craft the Perfect Sales Playbook - Highspot, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.highspot.com/blog/sales-playbooks/>
48. How to Build an Effective Sales Meeting Agenda - RAIN Group, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.rainsalestraining.com/blog/how-to-build-an-effective-sales-meeting-agenda>
49. Coaching Sales Playbook: How The Perfect Sales Team Unlocks Hyper-Growth, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://coachingsales.com/coaching-sales-playbook/>
50. A step-by-step approach to consultative selling - Outreach, fecha de acceso: abril 19, 2025, <https://www.outreach.io/resources/blog/what-is-consultative-selling>