

NG Artificiales

**Base de Conocimiento para Agente de Ventas + Guía de Automatización
(GHL / n8n)**

Versión 1.0 — 2026-01-14

Uso previsto: este documento sirve como fuente principal para un agente de ventas (humano o IA). Incluye: qué vende NG Artificiales, cómo se segmenta el negocio (minorista/ mayorista), qué decir y qué NO prometer, y un blueprint de automatización para captar y convertir leads.

Índice

1. 1. Resumen ejecutivo
2. 2. Qué es NG Artificiales
3. 3. Oferta y catálogo (líneas de producto)
4. 4. Segmentos y buyer personas
5. 5. Propuesta de valor (diferenciadores reales)
6. 6. Proceso comercial recomendado
7. 7. Guiones (WhatsApp / Email) listos para usar
8. 8. FAQ operacional (pagos, envíos, devoluciones)
9. 9. Automatización recomendada (GHL + n8n)
10. 10. Métricas mínimas y reporting
11. 11. Fuentes

1. Resumen ejecutivo

NG Artificiales es una marca argentina enfocada en señuelos para pesca deportiva y equipamiento outdoor. Opera con dos frentes claros: (a) venta minorista (e-commerce) y (b) canal mayorista para comercios, guías, revendedores y distribuidores. La oportunidad de crecimiento está en profesionalizar el canal mayorista: captación, calificación, validación de zona, envío de catálogo, armado de mix inicial y seguimiento hasta primer pedido y recompra.

Lo que tiene que lograr el agente de ventas:

- Identificar rápido el perfil del lead (casa de pesca / guía / revendedor / distribuidor) y su zona.
- Validar si corresponde exclusividad territorial antes de prometerla (punto crítico).
- Enviar el catálogo mayorista y proponer un mix inicial adaptado a la región y especies objetivo.
- Cerrar primer pedido en menos de 7 días y dejar preparada la recompra (beneficios escalonados).

2. Qué es NG Artificiales

Definición breve: ingeniería de precisión para la pesca deportiva. Señuelos diseñados y testeados en aguas argentinas para garantizar capturas; industria argentina.

2.1 Canales oficiales

Canal	Uso	Notas
Sitio e-commerce (minorista)	Venta directa al consumidor	Catálogo completo + medios de pago y envíos
Landing mayorista	Captación y onboarding de comercios	Promesa: rentabilidad +80%, stock/logística federal
WhatsApp oficial	Contacto comercial y soporte	Canal principal de cierre; útil para envío de catálogo
Redes (Instagram/Facebook)	Prueba social + lanzamientos	Útiles para credibilidad y contenido

2.2 Información de contacto (según fuentes públicas)

WhatsApp oficial	+54 9 3775 416926
Dirección	Julián Navarro 3360, Beccar, Buenos Aires
Email (visible en tienda)	

3. Oferta y catálogo (líneas de producto)

El e-commerce agrupa 2 grandes categorías: Señuelos y Outdoor.

3.1 Señuelos

El catálogo incluye múltiples modelos y variaciones, y se puede filtrar por tipo de paleta (Babero, Bavero, BR, Corta, Larga, Quebrada) y por tamaño (p.ej., 50, 60, 90, 95, 110, 120, 140 mm).

Ejemplo de producto (para responder preguntas técnicas sin inventar):

Mojarra 90 — se destaca por precisión, acción rápida y equilibrio; sirve para spinning o baitcasting liviano. Tiene variantes de paleta con profundidades típicas: P/L (Larga) 4-6 m para trolling; P/BR 1-2 m para spinning/baitcasting; P/Q (Quebrada) 0,3-0,8 m para zonas someras.

3.2 Combos

Hay combos armados por modalidad. Ejemplo: Combo Spinning orientado a Pejerrey, Trucha, Tararira y Boga. Incluye selección de señuelos con profundidades definidas. Los colores enviados dependen de stock; la tienda indica que seleccionan los colores más eficientes disponibles.

3.3 Outdoor (Térmicos, Cuchillos, Linternas)

Además de señuelos, la tienda vende equipamiento outdoor. Ejemplos visibles: Termo Explorer 1L (mantiene caliente/frío hasta 24 h, tapón sin fugas, tapa tipo taza), cuchillos de pesca (p.ej. Skinning), y linternas recargables para auto (p.ej. Carglow 12v).

4. Segmentos y buyer personas

NG Artificiales maneja dos frentes: minorista (B2C) y mayorista (B2B).

4.1 Minorista (B2C)

Perfil: pescadores recreativos/deportivos y público outdoor. Objetivo de ventas: conversión en tienda + upsell (señuelo + termo/linterna/cuchillo) + recompra.

4.2 Mayorista (B2B)

La landing mayorista plantea un 'Club de Negocios NG' con venta directa de fábrica. Perfiles de socios estratégicos descritos públicamente:

- Casas de pesca: local a la calle; buscan mercadería que rote; soporte con exhibidores/material POP.
- Guías profesionales: necesitan señuelos que funcionen 'bajo presión' y descuentos por volumen.

- Revendedores: emprendedores del rubro; mínimos de compra flexibles para empezar.
- Distribuidores: volumen zonal; propuesta de exclusividad territorial, logística prioritaria y abastecimiento.

4.3 Campos mínimos para calificar (lo que el agente debe capturar)

El formulario público de 'Convertite en distribuidor' pide: tipo de comercio, razón social/datos del comercio, dirección, teléfono, mail y redes sociales. A eso hay que sumarle: provincia/ciudad, radio de cobertura, tipo de cliente y volumen mensual estimado.

5. Propuesta de valor (diferenciadores reales)

Los diferenciadores que aparecen de forma consistente en los canales oficiales:

- Diseño y testeo en aguas argentinas; foco en capturas (rendimiento, no 'marketing vacío').
- Venta directa de fábrica para el canal B2B, con promesa de márgenes reales superiores al 80%.
- Asesoría personalizada para armar mix inicial por región/especies.
- Stock y logística federal (envíos a todo el país); en productos se declara 'envío el mismo día'.
- Trayectoria: en redes se presenta como líder con 30 años de perfeccionamiento e innovación.

Advertencia crítica para el agente:

No vender humo. La exclusividad territorial es una promesa sensible: solo se menciona como posibilidad y siempre condicionada a validación de zona. Si prometés exclusividad sin validar, te autogenerás un conflicto con el próximo interesado del mismo radio.

6. Proceso comercial recomendado

6.1 Flujo mayorista (lo que debería pasar siempre)

12. Captura del lead (formulario web / Google Form / WhatsApp / redes).
13. Calificación (perfil + zona + capacidad de compra + canal de venta).
14. Validación de zona (si aplica exclusividad o radio).
15. Envío de catálogo mayorista (PDF + lista de stock + márgenes sugeridos).
16. Armado de pedido estratégico (mix inicial) con los 'caballitos de batalla' regionales.
17. Cierre de primer pedido + confirmación logística.
18. Onboarding post-venta (material POP, capacitación breve, recordatorio de reposición).
19. Recompra y escalado (beneficios escalonados a mayor volumen histórico).

6.2 Flujo minorista (e-commerce)

- Consulta pre-compra (elección de modelo/paleta y especie objetivo).

- Compra + seguimiento de envío.
- Post-compra: pedir reseña/feedback, sugerir reposición o variante (otra paleta/profundidad).
- Cross-sell: outdoor (termo/interna/cuchillo) según contexto del cliente.

7. Guiones listos para usar

7.1 WhatsApp — Primer contacto (Mayorista)

Hola {Nombre}. Soy {Asesor} de NG Artificiales. Gracias por tu interés en vender nuestros productos.

Para enviarte la lista mayorista y armar un mix inicial que te haga rotar rápido, necesito 5 datos:

- 1) Tipo de comercio (casa de pesca / guía / revendedor / distribuidor)
- 2) Ciudad y provincia
- 3) ¿Vendés más en local o online?
- 4) Principales especies/zona de pesca de tus clientes
- 5) Volumen estimado de compra inicial (aprox.)

Con eso validamos zona y te mando el catálogo + recomendaciones.

7.2 WhatsApp — Seguimiento (48 h sin respuesta)

Te lo dejo simple, {Nombre}: si me decís tu ciudad/provincia y qué tipo de comercio sos, te mando el catálogo mayorista y una sugerencia de mix inicial para tu región. ¿Lo vemos?

7.3 Email — Envío de catálogo mayorista

Asunto: Catálogo mayorista NG + propuesta de mix inicial

Hola {Nombre},

Te comarto el catálogo mayorista (PDF) con lista de precios, stock y márgenes sugeridos. En base a tu zona ({Provincia}/{Ciudad}) y las especies objetivo ({Especies}), te propongo este mix inicial:

- {Item1}
- {Item2}
- {Item3}

Si te parece, lo cerramos hoy y coordinamos envío.

Saludos,
{Firma}

7.4 Mensaje de cierre (pedido estratégico)

{Nombre}, te armé el pedido inicial con lo que más rota en tu zona. Si confirmás hoy, sale con envío inmediato. ¿Querés que lo dejemos listo?

8. FAQ operacional (respuestas seguras)

- ¿Hacen envíos a todo el país?

En el canal mayorista se comunica logística federal. En el e-commerce se ofrecen medios de envío y en productos se menciona envío el mismo día de la compra.

- ¿Qué medios de pago aceptan?

La tienda muestra Mercado Pago y tarjetas (crédito/débito), además de opciones como efectivo/transferencia según el caso.

- ¿Qué pasa si al cliente no le gusta?

Remitir a las políticas comerciales y términos y condiciones vigentes del canal de compra. No asegurar cambios/devoluciones por chat si no se verificó la política aplicable al caso.

- ¿Me podés pasar precios mayoristas por acá?

Sí, pero se envían por catálogo oficial (PDF) luego de calificar el perfil y validar zona. No se improvisan números por chat.

9. Automatización recomendada (GHL + n8n)

Objetivo: que ningún lead se pierda, que todos entren a un pipeline, que reciban respuesta en minutos, y que el equipo tenga tareas claras hasta el primer pedido.

9.1 Data model mínimo

Campos (Custom Fields) sugeridos en CRM:

- tipo_comercio (Negocio Físico / Ecommerce / Distribuidora mayorista / Guía de Pesca)
- razon_social
- direccion
- provincia
- ciudad
- telefono
- email
- redes_sociales
- especies_objetivo
- canal_venta (local / online / mixto)
- volumen_inicial_estimado

- estado_zona (pendiente / disponible / no disponible / lista_espera)

Etiquetas (Tags) para segmentación:

- lead_mayorista
- lead_minorista
- perfil_casa_de_pesca
- perfil_guia
- perfil_revendedor
- perfil_distribuidor
- zona_validada
- catalogo_enviado
- pedido_armado
- primer_pedido_cerrado
- nurture_interesado

9.2 Pipeline recomendado (GHL)

20. Nuevo lead
21. Calificación pendiente
22. Zona a validar
23. Catálogo enviado
24. Pedido estratégico armado
25. Negociación / ajustes
26. Ganado (primer pedido)
27. Perdido / No califica
28. Lista de espera (zona cubierta)

9.3 Workflows (automatizaciones) — blueprint

Workflow A — Alta de lead mayorista (por formulario o Google Form)

- Trigger: nueva respuesta en formulario (Google Form) o envío de form web.
- Acción: crear/actualizar contacto en CRM + aplicar tag lead_mayorista + setear tipo_comercio.
- Acción: crear oportunidad en pipeline 'Mayorista' etapa 'Nuevo lead'.
- Acción: mensaje inmediato (WhatsApp o email) con guión 7.1 para pedir datos faltantes.
- Acción: asignar tarea al vendedor: 'Validar zona + enviar catálogo' con vencimiento 4 hs.

Workflow B — Validación de zona (semi-automático)

- Trigger: cuando el vendedor cambia estado_zona a 'disponible' -> enviar catálogo + pasar etapa a 'Catálogo enviado'.
- Trigger: estado_zona 'no disponible' -> mover a 'Lista de espera' + mensaje honesto (no prometer).
- Trigger: sin respuesta 24 h después de catálogo -> seguimiento WhatsApp (guión 7.2).

Workflow C — Nurture (interesados sin compra)

- Segmento: lead_mayorista + no primer_pedido_cerrado.
- Cadencia: 7-10 días por 30 días. Contenido: novedades, casos de captura, tips por especie, lanzamiento.
- Salida: si responde o pide catálogo -> vuelve a 'Calificación pendiente'.

Workflow D — Post-venta (primer pedido)

- Trigger: etapa 'Ganado (primer pedido)'.
- Acciones: mensaje de confirmación + tracking + checklist de material POP.
- Día 7: pedir feedback (qué rotó) + sugerir reposición de top sellers.
- Día 21: recordatorio de reposición + beneficios escalonados según historial.

9.4 Integraciones (n8n recomendado)

Si querés robustez real, usá n8n como orquestador: 1) Google Forms -> n8n (watch) -> normalización -> CRM (GHL) + WhatsApp; 2) Sitio e-commerce (TiendaNube) -> webhooks -> n8n -> CRM; 3) Métricas en base propia (Supabase) para reporting.

10. Métricas mínimas y reporting

- Tiempo de primera respuesta (por canal).
- % leads calificados (fit) vs total.
- Tasa de envío de catálogo (catálogo enviado / leads).
- Tasa de cierre primer pedido (ganados / leads).
- Tiempo medio a primer pedido.
- Recompra a 30/60/90 días.
- Por perfil (casa de pesca/guía/revendedor/distribuidor) y por provincia.

11. Fuentes

- Sitio oficial (e-commerce): <https://ngartificiales.com/>
- Landing mayorista: <https://ventas.ngartificiales.com/>
- Formulario 'Convertite en distribuidor' (Google Forms):
https://docs.google.com/forms/d/1DJxePyscx_bPjv2V47KZDRRKqDythRQuWb8nBV5rws8/viewform
- Instagram oficial: <https://www.instagram.com/ngartificiales/>
- Facebook oficial: <https://www.facebook.com/NGartificiales/>