

Manual para Perfilado y Cotización de Clientes

Objetivo:

Este manual tiene como objetivo guiar a los colaboradores en el proceso de perfilado de un cliente para determinar la mejor cotización en el desarrollo de su página web. Tomando en cuenta las variables del cotizador, es importante ofrecer al cliente una propuesta que no solo sea adecuada a sus necesidades, sino también rentable para la empresa.

1. Perfilado del Cliente

Antes de realizar cualquier cotización, es esencial comprender las necesidades y características del cliente. Para ello, se deben considerar los siguientes factores:

1.1. Tipo de Cliente

El primer paso es identificar el tipo de cliente con el que se está tratando, ya que esto influirá en las decisiones de precios y opciones que se le ofrecerán. Los tipos de clientes son:

- **Individual:** Persona natural que busca una página web simple, generalmente sin muchas funcionalidades o personalización.
- **Emprendimiento:** Negocios pequeños en crecimiento, que requieren una página web funcional, con algunas características adicionales, pero aún con un presupuesto limitado.
- **Empresa pequeña:** Negocios ya establecidos que requieren una página web más completa, con funcionalidades y diseño personalizado.
- **Empresa grande:** Grandes corporaciones con altos requerimientos en términos de diseño, funcionalidades y personalización.

1.2. Estilo de la Página

El estilo de la página depende del propósito del sitio web. Las opciones en el cotizador incluyen:

- **Landing Page:** Ideal para promociones o información específica de un producto o servicio. Precio base: Q312.
- **Portafolio:** Utilizado por artistas, diseñadores y profesionales para mostrar su trabajo. Precio base: Q250.
- **Tienda Online:** Para empresas que venden productos o servicios en línea. Requiere integración con carrito de compras y pasarela de pagos. Precio base: Q650.
- **Corporativo:** Para empresas que necesitan presencia web más formal, con varias secciones y funcionalidades. Precio base: Q390.

- **Blog:** Ideal para negocios que necesitan publicar contenido regularmente. Precio base: Q350.
- **Otro:** Si el cliente tiene un estilo o necesidad específica que no entra en las categorías anteriores. Precio base: Q200.

1.3. Tipo de Página

El cliente debe decidir si quiere una página estándar o algo completamente personalizado:

- **Plantilla:** Uso de una plantilla pre-diseñada que puede ser modificada para adaptarse al cliente. Precio base: Q125.
- **Personalizada:** Un diseño único desde cero para adaptarse completamente a la marca y visión del cliente. Precio base: Q390.

1.4. Cantidad de Páginas

La cantidad de páginas influye en el costo final. Se establece un costo base para la primera página de 0 y un precio adicional por cada página extra:

- **70Q por página extra.** Es importante preguntar al cliente cuántas páginas adicionales desea.

1.5. Funcionalidades Extra

Las funcionalidades adicionales afectan el precio final de la cotización. Las opciones incluyen:

- **Inicio de sesión:** Permite a los usuarios acceder con un perfil y guardar información. Costo adicional: Q315.
- **Reservas:** Funcionalidad de reserva de citas o productos. Costo adicional: Q300.
- **Pasarela de pagos:** Permite realizar pagos en línea a través de la página web. Costo adicional: Q500.
- **API Mapas:** Integración de mapas en la página web (por ejemplo, Google Maps). Costo adicional: Q500.
- **Chat en vivo - Básico:** Si el cliente desea un chat en vivo con funcionalidades básicas. Costo adicional Q300.
- **Chat en vivo - Personalizado:** Si el cliente desea un chat en vivo con funcionalidades más avanzadas. Costo adicional Q700.
- **Chat en vivo - WhatsApp:** Si el cliente desea un chat en vivo conectado a WhatsApp. Costo adicional Q400.
- **Precio por Formulario:** Si el cliente desea algún tipo de formulario dentro de la web. Costo adicional Q100 por formulario **NOTA: ALGUNAS PÁGINAS YA INCLUYEN EL FORMULARIO.**

- **Carrito de Compras:** Si el cliente desea una tienda online con la opción de poder guardar productos para después realizar la compra. Costo adicional Q800.
-

2. Proceso de Cotización

Una vez perfilado al cliente, se procede con el proceso de cotización. El objetivo es ajustar las opciones del cotizador de acuerdo con las necesidades específicas del cliente. A continuación, se detalla cómo realizar una cotización efectiva.

2.1. Recoger Información

Para realizar una cotización precisa, asegúrese de recopilar la siguiente información:

- **Tipo de cliente** (Individual, Emprendimiento, Empresa pequeña, Empresa grande)
- **Estilo de la página** (Landing Page, Portafolio, Tienda Online, Corporativo, Blog, Otro)
- **Tipo de página** (Plantilla o Personalizada)
- **Cantidad de páginas** (Preguntar cuántas páginas adicionales desean)
- **Funcionalidades extra** (Solicitar funcionalidades específicas como inicio de sesión, reservas, pasarela de pagos, etc.)

2.2. Calcular Precios

Una vez que haya reunido toda la información, calcule el precio de la cotización utilizando los precios del cotizador. Asegúrese de sumar cualquier precio adicional por funcionalidades extra, cantidad de páginas adicionales y tipo de página elegido.

Ejemplo:

- **Cliente:** Emprendimiento
- **Estilo de página:** Tienda Online
- **Tipo de página:** Personalizada
- **Cantidad de páginas:** 3 páginas (1 base + 2 extra, 70Q por página adicional)
- **Funcionalidades extra:** Pasarela de pagos y API Mapas

Cálculo: (Tienda Online) + (Personalizada) + 2 * Q70 (páginas adicionales) + (Pasarela de pagos) + (API Mapas) = **TOTALQ**

2.3. Ajustar Precios

En función de la negociación con el cliente, puede ajustar precios, ofrecer descuentos o incluir extras según sea necesario. Sin embargo, asegúrese de mantener un margen de ganancia adecuado.

2.4. Presentación de la Cotización

El último paso es presentar la cotización de manera clara y transparente para que el cliente comprenda lo que está pagando. Es recomendable detallar cada ítem del cotizador para que no haya confusiones.

3. Consejos para la Cotización Eficiente

- **Conozca al cliente:** Entienda sus necesidades y presupuesto. A veces, una página sencilla y económica puede ser más adecuada para un emprendimiento, mientras que una empresa grande puede necesitar una página mucho más compleja y personalizada.
 - **Proporcione alternativas:** Si un cliente no tiene el presupuesto para algo, ofrézcale opciones más asequibles, como elegir una plantilla en lugar de una página personalizada.
 - **Claridad en los precios:** Evite confundir al cliente con precios ocultos o adicionales. Sea transparente y explique cada componente de la cotización.
 - **Empatía:** Recuerde que el cliente es lo más importante. Escuche sus necesidades, responda sus dudas y haga recomendaciones basadas en su experiencia.
-

4. Conclusión

El perfilado del cliente es clave para realizar una cotización efectiva. Conociendo al cliente, sus necesidades y el presupuesto disponible, podemos ofrecerle la mejor opción que se ajuste a su visión. Siguiendo este manual, tus colaboradores podrán realizar cotizaciones más precisas, aumentar la satisfacción del cliente y mejorar la eficiencia en el proceso de ventas.