



01	Acerca de esta guía	03
1.1	Funcionalidades	04
02	Acerca de nuestra identidad	05
2.1	Objetivos estratégicos	06
2.2	Proyecciones de crecimiento	07
2.3	Nuestro ADN	08
2.4	Pilares discursivos	09
2.5	Conformación de audiencias prioritarias	10
03	Ejes discursivos	11
3.1	Institucional – Solidez con cercanía	12
3.2	Retail – Upgrade	16
3.3	PyMEs – Producción sinérgica	20

04	Elementos del sistema	24
4.1	Logotipos	25
4.2	Tipografías	26
4.3	Colores institucionales	29
4.4	Key visuals y aplicaciones gráficas	31
		32
05	Guía de redacción por canal	33
5.1	LinkedIn	33
5.2	Instagram	33
5.3	X (Twitter)	33
5.4	WhatsApp	
06	Anexo	34
6.1	Descarga de recursos de marca	35

1. Escucha sensible

1 ● **Primero**

escuchamos (80%),

después

contamos (20%):

1.

Dejá que primero hable el cliente. Así vas a entender y absorber las necesidades de su negocio.

Después de escuchar, podrás ofrecer soluciones alineadas a sus problemas, y no solamente a lo que querés vender.

Si el cliente te cuenta que le cuesta cobrar a sus clientes y le ofrecés un fondo money market, no lo escuchaste, tu propuesta no tiene ni valor ni sentido para él.

Además es importante que seas moderado en la oferta de soluciones. Si sugerís tres opciones distintas en menos de cinco minutos o cambiás rápido de idea ante el primer gesto dubitativo de tu cliente, lo único que percibirá es tu ansiedad por cerrar un acuerdo.



En ese tipo de dinámicas, con el foco puesto en la venta, no hay lugar para construir confianza. El proceso de generar confianza implica aceptar que muchas veces no vas a vender en ese mismo momento.

Por último, no intentes ordenarlo. Creá un clima y espacio en el que pueda transmitir su propio caos. En ese desorden, percibirás con mayor claridad sus puntos de dolor.

Modelos de frases que sí:

- ▶ Antes que nada, ¡contame de tu negocio! Después te cuento más sobre VetaCap.
- ▶ En VetaCap nos interesa potenciar negocios de la economía real a través de la profesionalización de las finanzas.
- ▶ Si estás con demoras de cobro, tiene sentido que pensemos algo bien líquido que puedas mover rápido si tus clientes se atrasan.
- ▶ ¿Te suena algo de esto? ¿Tiene sentido lo que te estoy contando o preferís que lo veamos con un caso tuyo?

Modelo de frase que no:

-
- ▶ Bueno, si eso no te convence, también te puedo ofrecer esto, sino esto, sino...
-

2. Actitud

2. **Humildad y complementariedad:**

2.

Nuestro cliente entiende de finanzas, por algo su negocio aún subsiste en un país como Argentina.

No sos un evangelizador, no venís a imponer una verdad, sino a poner a disposición las herramientas actuales del mercado de capitales.

Dado que el cliente toma decisiones a diario y en forma constante, tu objetivo es simplificar aquellas relacionadas a sus finanzas. ¿Cómo? Acercándole estrategias concretas que le requieran poco tiempo para procesar y elegir, pero que tendrán un impacto muy visible en su negocio.

Modelos de frases que sí:

- ▶ Queremos que tu decisión sea más simple: con un escenario de inflación por debajo de X, convendría estar parado en A, con otro por arriba de X, convendría estar en B.
- ▶ Hay una alternativa con ONs que quizás puede calzar bien con el crecimiento que estás teniendo, si querés te cuento cómo lo resolvieron otros que estaban en una situación parecida.
- ▶ En casos así, desarrollamos, por ejemplo, una línea de descuento de cheques: el cliente X nos trae los cheques a 90 días de sus clientes y con eso nos ocupamos de descontarlos. El proceso operativo es súper sencillo y nuestro equipo te va a acompañar paso a paso.

Modelos de frases que no:

- ▶ ¿Vos sabés lo que es una ON?
- ▶ ¿Te explico lo que es un cheque de pago diferido?

3. Acompañamiento

3. **Acompañar**

sin juzgar,

con foco en los

próximos pasos:

3.

Nuestro cliente es consciente de que procrastinó la profesionalización de sus finanzas y siente culpa por eso. No reavives ese sentimiento, remarcando sus errores. Lo más difícil ya lo hizo, ahora falta que dé un paso más.

En ese sentido, tu función es invitarlo a construir, en conjunto, un diagnóstico que le permita descubrir cuál es.

Recordá ser empático, y no por eso menos profesional, para que confíe en que sos vos el indicado para guiar y acompañar la transición a una nueva etapa.

Hacé hincapié en que está más ordenado de lo que él cree, y que con un par de ajustes, puede mejorar su situación actual.

Modelos de frases que sí:

- ▶ Me contaste que era todo un caos, ¡pero están bastante ordenados!
- ▶ Ajustando un par de tuercas, podemos darles una mano para pulir esas cuestiones y potenciar el negocio.

Modelos de frases que no:

- ▶ Uy no, ¿cómo van a tener la plata a la vista?
(NUNCA REÍRSE O TENER UNA ACTITUD
CONDESCENDIENTE, AUN CUANDO EL CLIENTE LO
HAGA, NOSOTROS TENEMOS QUE DESDRAMATIZARLO)
- ▶ Estás perdiendo plata si no hacés esto.

4. Generar confianza

4. ● Un camino confiable: estrategia adaptada a tu negocio:

4.

Tu objetivo es transmitir tranquilidad al cliente.

¿Cómo? Mostrándole que las inversiones que elegís surgen de una estrategia sólida y definida que responde a la lógica de su negocio y coyuntura, no a predicciones sobre el futuro.

Están pensadas para ayudarlo a anticiparse a diferentes escenarios posibles.

No sos el "astrólogo" de la economía sino una persona confiable que mantiene un discurso constante. De esta manera, podrás construir relaciones basadas en la confianza y perdurables en el tiempo.

Por ejemplo: si optás por una estrategia de cobertura ante la posible suba del dólar, y al final, el dólar no sube, el cliente habrá invertido en un instrumento que no le generó ganancias pero sí tranquilidad: cuidó su capital de trabajo.

Modelos de frases que sí:

- ▶ La mejor inversión es la se adecua a tu negocio.
- ▶ Apostamos al largo plazo, no porque suene lindo. El tiempo nos permite conocer tu negocio y sus desafíos con más precisión, y así, ofrecer estrategias que lo potencien y generarte valor.
- ▶ La calidad de nuestro servicio se mide en función de si ustedes pueden intuir cuánto rindió su cartera antes de mirar los números.
- ▶ Si con nuestra línea de financiamiento lograste captar o conservar un cliente ofreciéndole pagar a plazo, estamos satisfechos, mucho más que si les dijimos de hacer carry, y el dólar se mantuvo.

Modelos de frases que sí:

- ▶ Si tu negocio tiene un componente fuerte de insumos importados, lo importante no es si el dólar sube o baja, sino tener una estrategia para cada escenario. Eso es lo que podemos pensar juntos.
- ▶ Podés hacer esa inversión ahora, pero en función del flujo que tienen en seis meses. ¿Les conviene comprometer liquidez hoy o esperamos al cobro de esa factura grande que tienen en septiembre?
- ▶ Nosotros veníamos recomendando pesos porque la inflación seguía alta, pero ahora vemos un cambio en la curva. Te propongo revisar juntos si seguimos con esa estrategia o la adaptamos.

Modelos de frases que no:

- ▶ El dólar se va a mover mucho, por eso hay que cubrirse sí o sí.
- ▶ Ahora es buen momento para invertir en tal cosa, después vemos.
- ▶ Olvidate lo que te dije hace dos semanas, ahora hay que ir todo a dólar.
- ▶ Ahora tenés que hacer carry, porque estas variables nos muestran que el dólar se mantendrá estable.

5. Especificidad

5.

Hablamos

a través de casos

concretos

de nuestros clientes:

5.

Es importante compartir con el cliente casos concretos que funcionaron (sin dar nombres).

Evitá hacer un *brainstorming* en tiempo real para las posibles soluciones.

Apoyate en historias de otras empresas que pertenecen a su mismo sector.

Al hacer traer estos ejemplos, tené cuidado de no ser percibido como un asesor de moda financiera que ofrece productos solamente porque otros los están usando (esto no es cripto ni IG).

No pierdas el enfoque personal, estás ahí para resolver sus problemas puntuales.

Modelos de frases que sí:

- ▶ Una empresa textil con la que trabajamos, renegoció con su proveedor y acordó pagar al contado. El descuento que logró fue mayor a la tasa que le conseguimos.
- ▶ Si en octubre tenés que pagar una importación, este instrumento te asegura que el tipo de cambio no afecte tu margen. No se trata de apostar a si sube o baja, sino de garantizar que la cobertura acompañe tu necesidad real.

Modelos de frases que no:

- ▶ ¿Tal vez podés renegociar con un proveedor y ver si...
- ▶ Todos están comprando este bono, aprovechalo ahora.
- ▶ Están todos dolarizando.

vetACAP