



PLAYBOOK PROSPECCIÓN. CADENCIA Y MENSAJES



How we work

- Scientific rigor in managing key data
- Generating **robust results**
- Providing **valuable and relevant insights**
- Ability to perform in complex scenarios
- **Good performance under data scarcity and sparsity**



Our values

- **No discrimination**, we do research to break barriers in this sense.
- Sharing the knowledge and information improve the *state-of-the-art* research and society
- **Equality** and cultural diversity enrich societies.
- **Environmentally conscious**, we do research to understand the consequences of the pollution and the benefits of recycling or reusing



Control de versiones

Control de Versiones

Versión	Fecha	Autor	Comentario
V2	25/11/2024	Eduardo Laseca Javier López David Navas	Versión inicial



Intro & Cadencia



Buyer Personas y Pains

Este playbook se orienta a definir los mensajes de prospección multicanal de los siguientes roles en base a entender sus puntos de dolor o carencias (pains).

BP1

CEO - Gerente



➤ Antes de comenzar

En prospección Outbound se parte de una lista de empresas. En el mejor de los casos de una lista de empresas y contactos



Investigación previa cuenta y selección de Buyers

1

Válida si la empresa encaja en tu PCI

Si encaja:

Investiga y apunta en el CRM o tu Base de Datos la información que creas útil sobre la empresa.
Intenta determinar si hay algún escenario importante para ti (Ej. proyectos realizados, ISO etc)



Si NO encaja

2

Localiza / Validar Buyer Personas

Fuentes:

1. CRM si es tu punto de partida
2. LinkedIn
3. Web

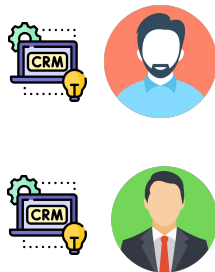
Una vez tengas un Buyer: Crea oportunidad de prospección en CRM o en tu Bases de Datos para cada prospect que veas es relevante



➤ Orden en el trabajo con buyer's de misma empresa



Varios Buyers en cuenta
creados como
oportunidades de
prospección (prospects) en
el CRM
¿Cómo trabajamos?



















En paralelo

Trabajas a la vez
cada Buyer:
Misma cadencia
con distintos
mensajes

Day	1	3	5	8	9	12
Cadence						

Outbound sales cadence

Day	1	2	4	7	11	15	21
Cadence		 		 	 		  

 Phone Call
  Voicemail
  Email
  Social Media

Length of sales cadence: 4 weeks

Number of touchpoints: 12

Cadencias

Introducción Cadencias:

Orden y proceso

Una serie de impactos (touch-points) a través de diversos canales con un lapso de tiempo entre impactos

Por ejemplo: Cadencia 12 X 25 X 4



Cadencias:

Algunas Claves



No hay cadencia perfecta...Toca probar, ajustar y optimizar



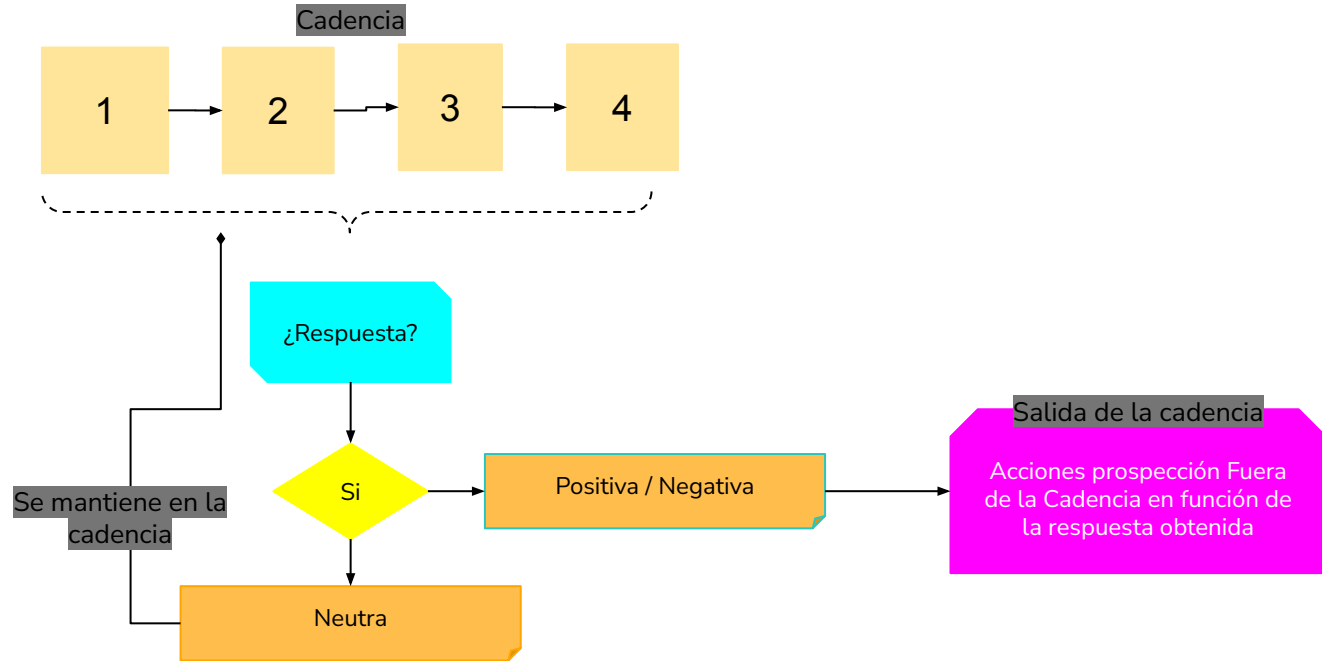
La cadencia tiene dos partes . La primera son los pasos (proceso). La segunda es la calidad del mensaje. Ambas son determinantes



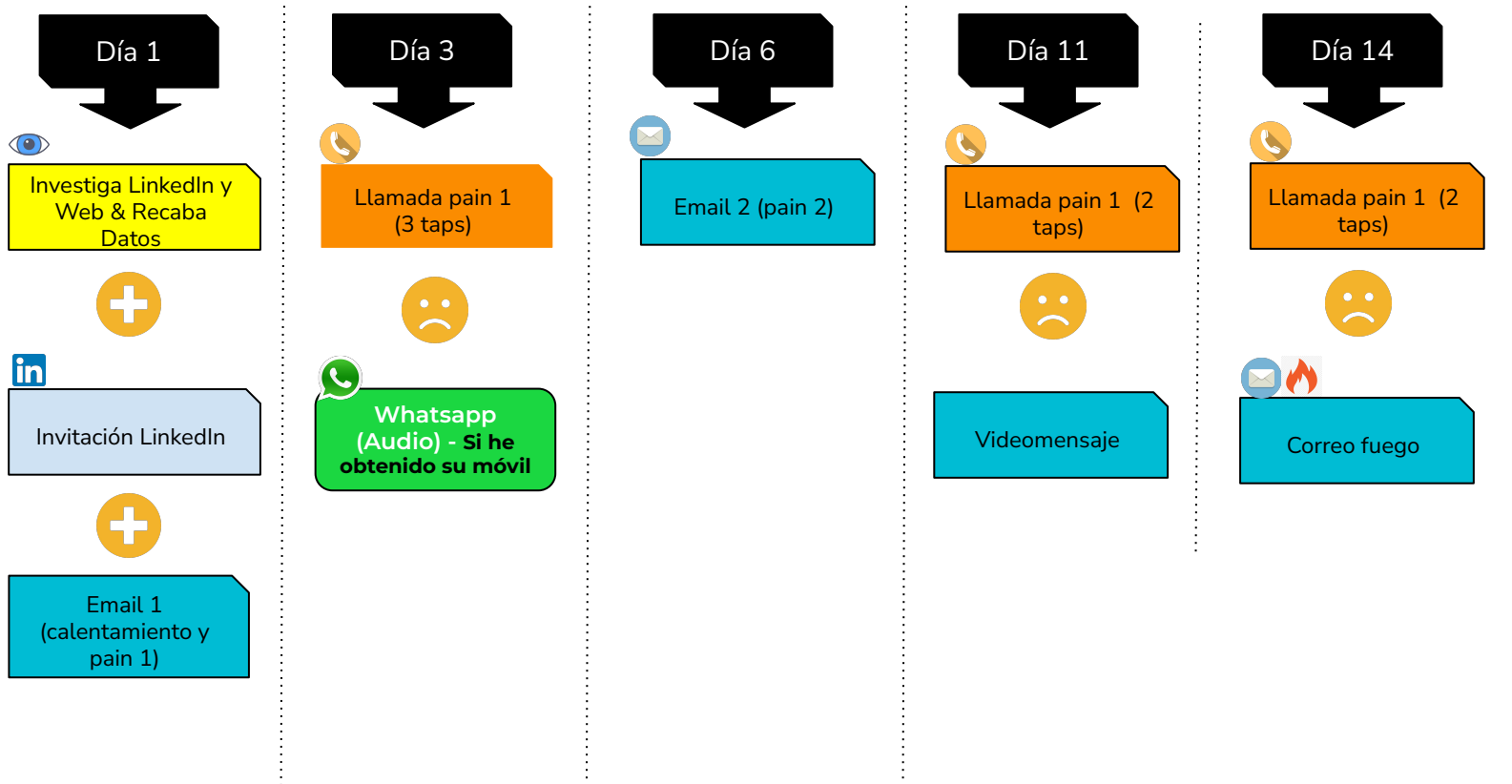
la separación en días entre touchpoints de la cadencia es mayor a medida que avanza la cadencia



Cadencia. Salida de Cadencia



Cadencia Outbound - CEO - Gerente





Contenidos para prospección

Como apoyo a la prospección se requiere/recomienda disponer de, al menos, una pieza de contenido que apunte a algunos de los pains de cada Buyer. Los recursos de la tabla **son sólo EJEMPLOS - IDEAS**



Pain 1: Me siento frustrado porque no logramos destacar frente a la competencia, lo que nos está impidiendo captar clientes clave y crecer como consultora.

Demo enlatada: breve, clara y diseñada para destacar los puntos clave del valor de los cliente y cómo SMART TIO puede ayudar.

Video Explicativo: "Cómo reducir costos y tiempos en estudios de impacto sin comprometer la calidad"

Guía Práctica: "5 pasos para destacar en licitaciones con estudios de impacto de alto valor"

Webinar: "Estrategias para diferenciar tu consultora en el competitivo mercado de impacto ambiental"

Informe Ejecutivo: "Cómo diferenciar tus estudios de impacto en un mercado competitivo"

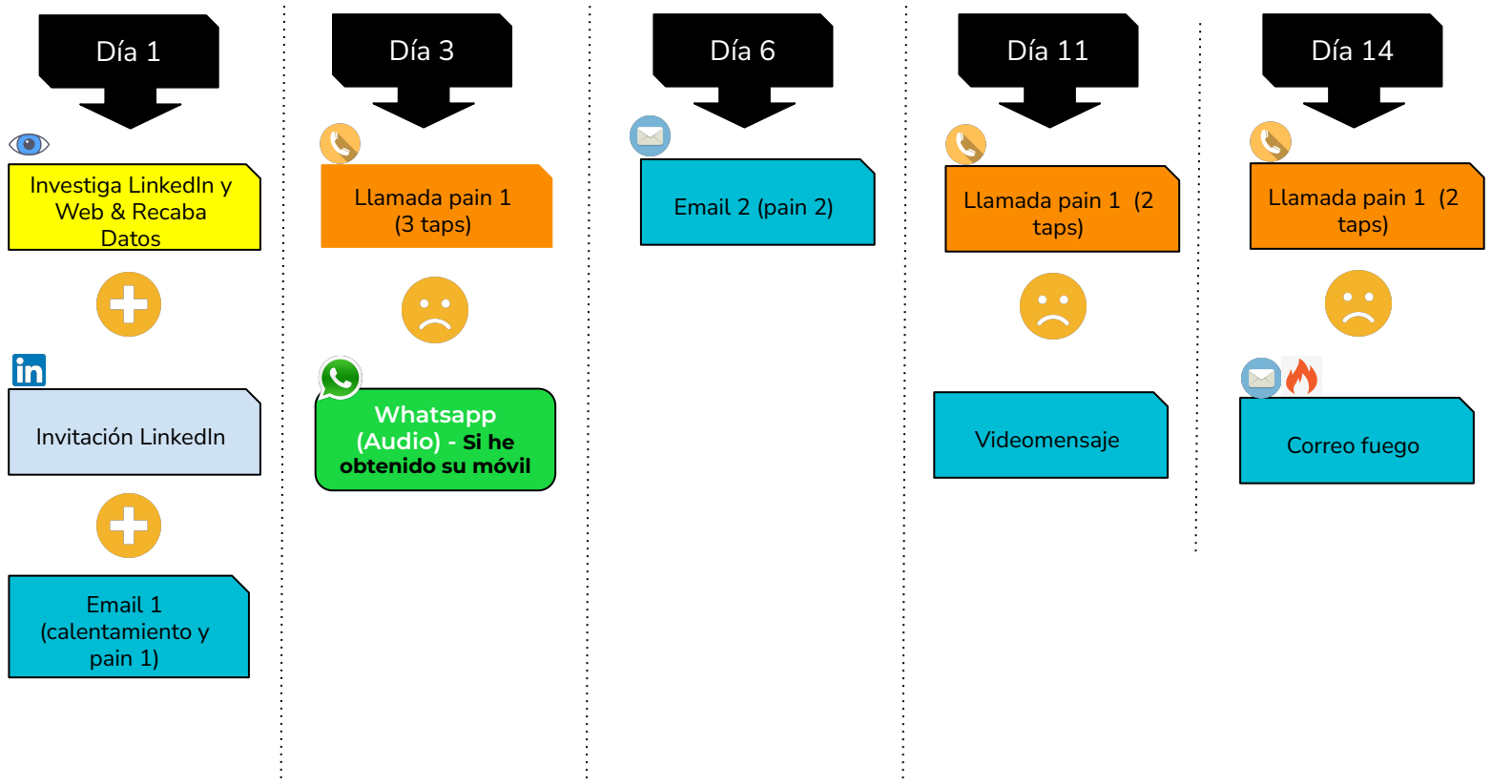
Comparativa Visual: "¿Tus estudios de impacto cumplen con lo que buscan tus clientes?"



Mensajes


CEO - Gerente

Cadencia Outbound - CEO - Gerente






Pains y emociones

	Problema 1	Problema 2	Problema 3
 CEO - Gerente	<p>Me siento frustrado y ansioso ya que no logramos destacarnos frente a la competencia y esto está limitando nuestra capacidad para captar clientes importantes.</p> <p>Reformulado:</p> <p>Me siento frustrado porque no logramos destacar frente a la competencia, lo que nos está impidiendo captar clientes clave y crecer como consultora</p>	<p>Me siento inseguro de que la consultora se esté quedando atrás en innovación frente a otras consultoras.</p> <p>Reformulado:</p> <p>Tengo la preocupación de que mi consultora no esté al nivel de innovación tecnológica que manejan nuestros competidores.</p>	<p>Me siento desmotivado al ver que muchos clientes no comprenden el verdadero valor de los estudios de impacto que realizamos.</p> <p>Reformulado:</p> <p>Es frustrante ver cómo muchos clientes no logran percibir el verdadero valor estratégico de los estudios de impacto que realizamos.</p>

Preguntas

	Preguntas Problema 1	Preguntas Problema 2	Preguntas Problema 3
 CEO - Gerente	<p>PAIN:</p> <p>¿Consideras que los servicios proporcionados por tu consultora tienen suficiente visibilidad e impacto comercial?</p> <p>¿Has sentido que otras consultoras con menos experiencia o calidad obtienen más contratos clave?</p> <p>IMPLICACIÓN:</p> <p>¿Consideras que el acceso a proyectos estratégicos depende en parte de que la consultora tenga un elemento diferenciador?</p>	<p>PAIN:</p> <p>¿Consideras que la falta de inversión en tecnología puede hacer que los procesos sean menos precisos, eficientes y competitivos?</p> <p>IMPLICACIÓN:</p> <p>¿Has sentido que la falta de herramientas tecnológicas avanzadas puede derivar en demoras en los proyectos, clientes insatisfechos y pérdida de contratos futuros?</p>	<p>PAIN:</p> <p>¿Consideras que la falta de entendimiento del valor de los análisis puede hacer que los clientes perciban los servicios como un gasto y no como una inversión estratégica?</p> <p>IMPLICACIÓN:</p> <p>¿Has sentido que la falta de comprensión del valor de los análisis puede forzar a la consultora a reducir precios o aceptar condiciones menos favorables?</p>

Día 1



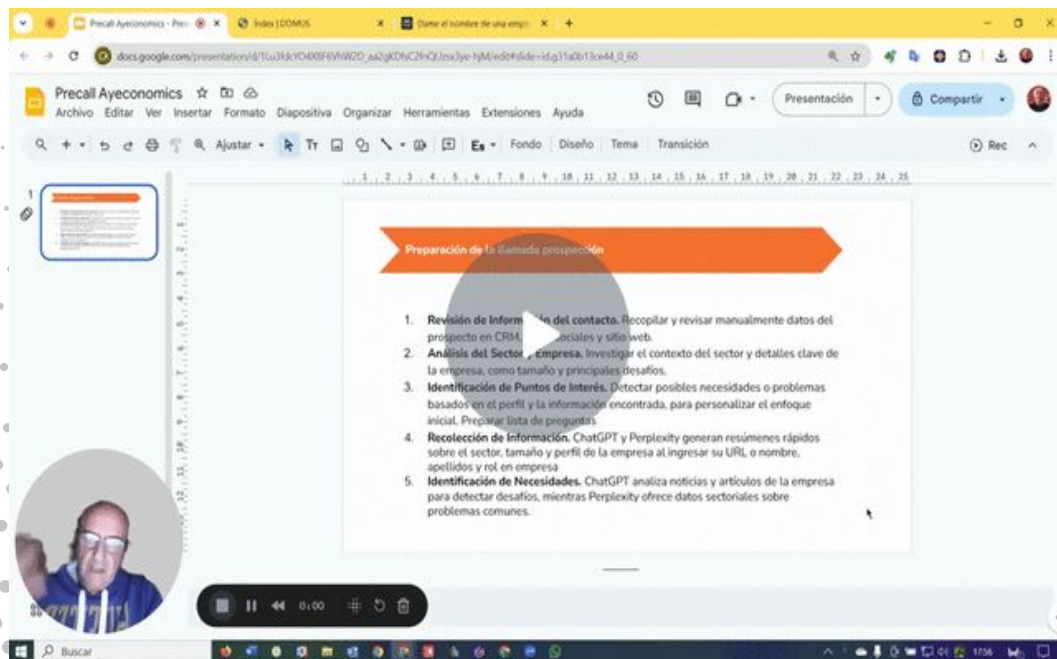
Como primera tarea de la prospección visita el perfil de LinkedIn de la persona. Localiza datos que pueden faltarte.

También busca en Google si hay información relevante (Ej. entrevista)

Toma notas en el CRM que después te servirá para personalizar los mensajes.

➤ Investigar Buyer y personalizar mensaje

Explicación de cómo investigar un Buyer para poder personalizar la comunicación



Precall Ayeconomics - Watch Video

El vídeo muestra, **a modo de ejemplo**, cómo realizar la investigación de un prospect concreto.

Tareas de Precall Simplificadas:

1. **Investigar el contacto:** Revisar su perfil en redes sociales y sitio web para recopilar datos clave.
2. **Analizar sector y empresa:** Obtener información sobre el contexto del sector, tamaño y desafíos de la empresa.
3. **Identificar puntos clave:** Detectar necesidades o problemas relevantes y preparar preguntas personalizadas.
4. **Utilizar herramientas:** Usar ChatGPT y Perplexity para generar resúmenes rápidos sobre el sector, empresa y posibles desafíos.



Día 1



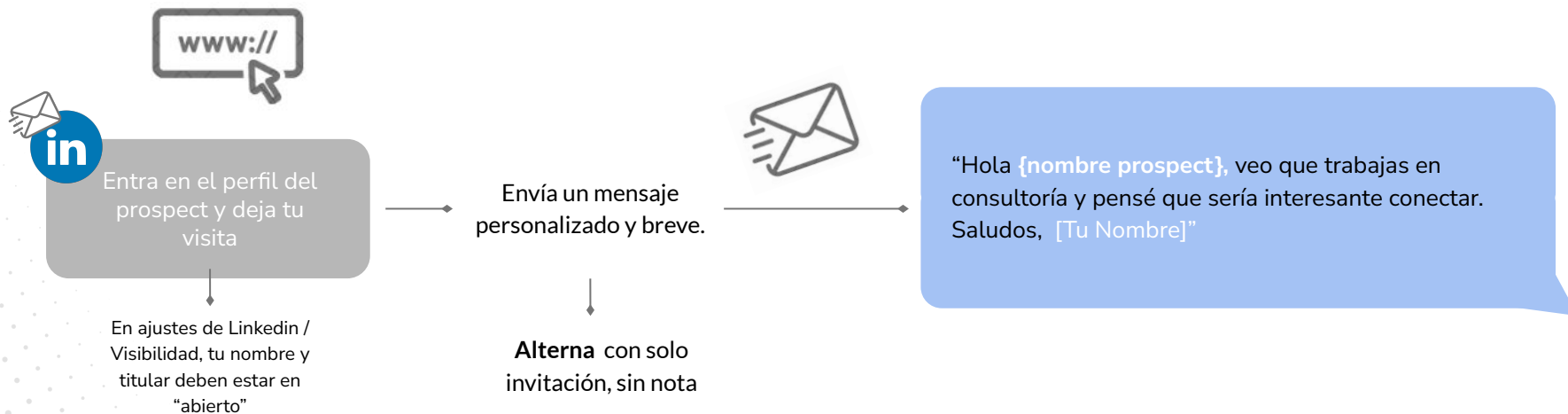
Investiga LinkedIn y
Web & Recaba
Datos



Invitación
LinkedIn



Email 1



Día 1



Investiga LinkedIn y
Web & Recaba
Datos



Invitación
LinkedIn



Email 1



Invitación



Email 1 - Pain 1

Otra alternativa sería la de NO
adjuntar directamente el
enlace al estudio y decirle que
si está interesado se lo envías
(se pueden mezclar mail para
test A/B)

Mensaje nuevo



Para:

Asunto: Estudios de Impacto

Hola [Nombre],

He visto que en [Nombre de la Empresa], hacéis estudios [personalización].

Las consultoras en Perú con las que hablo me transmiten que les preocupa no poder diferenciarse de la competencia, lo que les impide captar clientes clave y crecer

En AYeconomics, combinamos soporte técnico y tecnología avanzada para ayudar a las consultoras a optimizar sus análisis de impacto, entregando estudios más claros, estratégicos y diferenciados, mientras reducimos sus costos operativos.

¿Te interesaría explorar cómo podríamos ayudarte a aplicar esto en tus próximos proyectos?

Un saludo,

[Tu Nombre]

PD: Si necesitas más detalles sobre "Cómo reducir costos y tiempos en estudios de impacto sin comprometer la calidad" te dejo este **vídeo explicativo**



Día 3



Llamada (3 taps -
Móvil: sólo 1 tap)



Whatsapp
(Audio) - Si he
obtenido su móvil



Llamada
Caso 1: Gatekeeper
(Recepción)

(Probable respuesta en
Outbound):



“No está ahora mismo, ¿para qué era?”

Sí, es un tema relacionado con los estudios de impacto [key word / Empresa]

Perdona, ¿cuál es tu nombre? (silencio). Encantado {nombre recepcionista}!

(Si no está disponible) ¿Cuándo podría localizarle? ¿Puedo confirmar contigo si está bien el email que tengo? Mira tengo el @....

Gracias {nombre recepcionista}! ¿En qué teléfono puedo localizarle?





Día 3



Llamada (3 taps -
Móvil: sólo 1 tap)



Whatsapp
(Audio) - Si he
obtenido su móvil



Asistente



Llamada
Caso 2: Gatekeeper
(Asistente)

Si te pasan a una extensión y te dicen: "No está ahora mismo, ¿para qué era?" probablemente será un asistente, pero deberás confirmar como sigue:

Hola! Soy (nombre - sin apellido)... Quería hablar con (nombre cliente - sin apellido) por favor...(silencio)

Te cuento, por cierto ¿Eres su compañero/a | ¿trabajas con {nombre prospect} en el departamento?

Soy su asistente

Ah perfecto. ¿Cómo te llamas?

Ana {nombre asistente}

Pues mira {nombre asistente} , quería tratar con {nombre prospect} sobre los estudios de impacto que se realizan en [nombre empresa]. Ya sabes, {nombre asistente} , que para una empresa de consultoría es clave optimizar los estudios de impacto que entrega a sus clientes y reducir los costos operativos. Me gustaría compartir algunas ideas con {nombre prospect}. Si me puedes ayudar... ¿cuál es la mejor forma de ponerme en contacto con él?



Día 3



Llamada (3 taps -
Móvil: sólo 1 tap)



Whatsapp
(Audio) - Si he
obtenido su móvil



Llamada

Hola [Nombre], gracias por atender mi llamada. ¿Tienes un momento para que te explique por qué te contacto? [Espera confirmación]

Es probable que recibas muchas llamadas diarias, pero prometo hacer que esta valga la pena {sonríe}

Trabajo en la empresa AYeconomics y cuando hablo con [título del interlocutor] de consultoras en Perú que realizan análisis de impacto [personalización], suelen mencionar dos retos: diferenciar sus estudios frente a la competencia para ganar más clientes y reducir tiempos y costos sin perder calidad ¿Te suena alguno familiar?

[SILENCIO para escuchar la respuesta]

¿Salta el buzón de voz? Deja un mensaje



Hola [nombre] ...soy [tu nombre]. Por favor si puedes me devuelves la llamada...Es para hablar contigo sobre los proyectos de análisis de impacto [sector] Mi nombre es yyyy y mi teléfono es xxx xx x. Gracias





Día 3



Llamada (3 taps -
Móvil: sólo 1 tap)



Whatsapp
(Audio) - Si he
obtenido su móvil



Continúa



Llamada

Estamos aplicando nuestra tecnología, SMART TIO, en consultoras que realizan análisis de impacto y quieres ganar más proyectos, optimizar sus estudios y reducir costos. Me encantaría mostrarte en una breve demo en un encuentro virtual, por video call, y explorar cómo podríamos ayudarte. ¿Qué te parece?" [Silencio para escuchar la respuesta]



Si la conversación no avanza

Hemos creado un breve documento - 5 páginas - con **un informe ejecutivos** sobre las **10 mejores prácticas** para diferenciar los estudios de impacto, reducir costos y ganar más clientes". ¿Te lo enviamos?

CTA: ¿Qué te parece si agendamos una video call y charlamos sobre estos temas?





Día 3



Llamada (3 taps -
Móvil: sólo 1 tap)



Whatsapp
(Audio) - Si he
obtenido su móvil



Whatsapp
(Audio) - Si he
obtenido su móvil

Hola [Nombre], soy [Tu Nombre] de AYeconomics. He intentado contactarte por email y tlf. ¿Cuándo tendrías 5 minutos para hablar sobre cómo innovar frente a otras consultoras?

¿Respondemos a numeros desconocidos?, muchas personas no lo hacen. Con este mensaje **favoreces** que la persona identifique tu número y que la próxima llamada tenga **más probabilidades** de ser **atendida**. O , incluso de que te devuelva la llamada.



Día 6



Email 2 - Pain 2



Email 2 - Pain 2

Mensaje nuevo

- X

Para:

Asunto: Tecnología aplicada

Hola [Nombre],

En un mercado como el nuestro, sobresalir y demostrar el valor de los estudios y análisis de impacto puede ser complicado, en especial sin herramientas que respalden nuestros estudios.

En AYeconomics colaboramos con consultoras que buscan diferenciarse y mostrar a sus clientes cómo sus informes son más que datos: son una ventaja estratégica.

¿Te gustaría explorar cómo podríamos aplicar nuestra tecnología SMART IO a tus proyectos actuales de impacto [key word]?

Saludos,
[Tu Nombre]

P.S. He trabajado con equipos que tenían retos similares en Perú. ¿Te interesa que te envíe un **video con una demo** rápida? Te sorprenderá.

Otra alternativa sería la de adjuntar directamente el enlace a la demo. Prueba test A/B



Día 11



Llamada pain 1
(2 taps)



Video Email (pain 2)



Llamadas



Video Email (pain 2)

Asunto – Video mensaje

Mensaje nuevo - X

Para:

Asunto: Video para ti [nombre prospect]. Pregunta

Cuerpo del mail donde se inserta el vídeo:

Hola {nombre} he creado este vídeo para ti.

¿Crees que te puede ayudar?

Graba y envía un video email (intenta personalizar).

Debajo te dejo un ejemplo con 2 claves:

- Personalización
- Pregunta dirigida a un pain

"Hola [CON o SIN Nombre], soy [Tu Nombre] de AYeconomics.

Solo quería compartirte algo breve, ¿te parece? [Pausa corta]

Sé que muchas consultoras de Perú se preguntan si están aprovechando al máximo las herramientas tecnológicas para mantenerse competitivas.

En AYeconomics hemos desarrollado SMART TIO, una tecnología que ayuda a consultoras como la tuya a optimizar sus estudios y análisis de impacto, reducir costos y destacarse con proyectos más innovadores. [Pausa corta]

Si te interesa, podemos conversar para explorar cómo esto podría encajar en tus proyectos. ¿Qué opinas?

Gracias por tu tiempo, [CON o SIN Nombre]."

Fin del video: Sonrisa y corte limpio.

Prueba con diferentes asuntos: "Video para ti [nombre]. Pregunta" ; "Video para ti [nombre]. AYeconomics; "Video personal para ti [nombre]; AYeconomcsc. Video creado para [nombre]; "[nombre], ¿viste tu video?"...





Día 11



Llamada pain 1
(2 taps)



Video Email (pain 1)



Llamadas



Video Email (pain 2)

Asunto – Video mensaje

Mensaje nuevo



Para:

Asunto: Video para ti [nombre]. Pregunta

Asunto – Video para ti [nombre]. Pregunta

Cuerpo del mail donde se inserta el video:

Hola {nombre} he creado este video para ti.

¿Crees que te puede ayudar?

Graba y envía un video email (intenta personalizar).

Debajo te dejo un ejemplo con 2 claves:

- Personalización
- Pregunta dirigida a un pain



Consultoria en Gestion
Ambiental - Grupo
Caresny



Día 14



Llamada pain 1
(2 taps)



Correo Fuego



Llamada



Correo Fuego

Mensaje nuevo

- X

Para:

Asunto: Último intento, prometido

Hola (Nombre)!

No he conseguido dar contigo por teléfono ni email, pero lo entiendo perfectamente, sé que las agendas van a mil 😊.

Quería comentarte brevemente cómo estamos ayudando desde AYeconomics a consultoras que realizan análisis de impacto a optimizar sus estudios, reducir costos y ganar más clientes.

Si este tema no es algo que te interese en este momento, no pasa nada, avísame y no volveré a molestarte.

Aunque, sinceramente, ¡me habría encantado saber un poco más de tus proyectos!

Si te animas, estoy a un 📞 o ✉️ de distancia. ¡Espero tu respuesta para no quedarme con la duda!

{tu nombre}



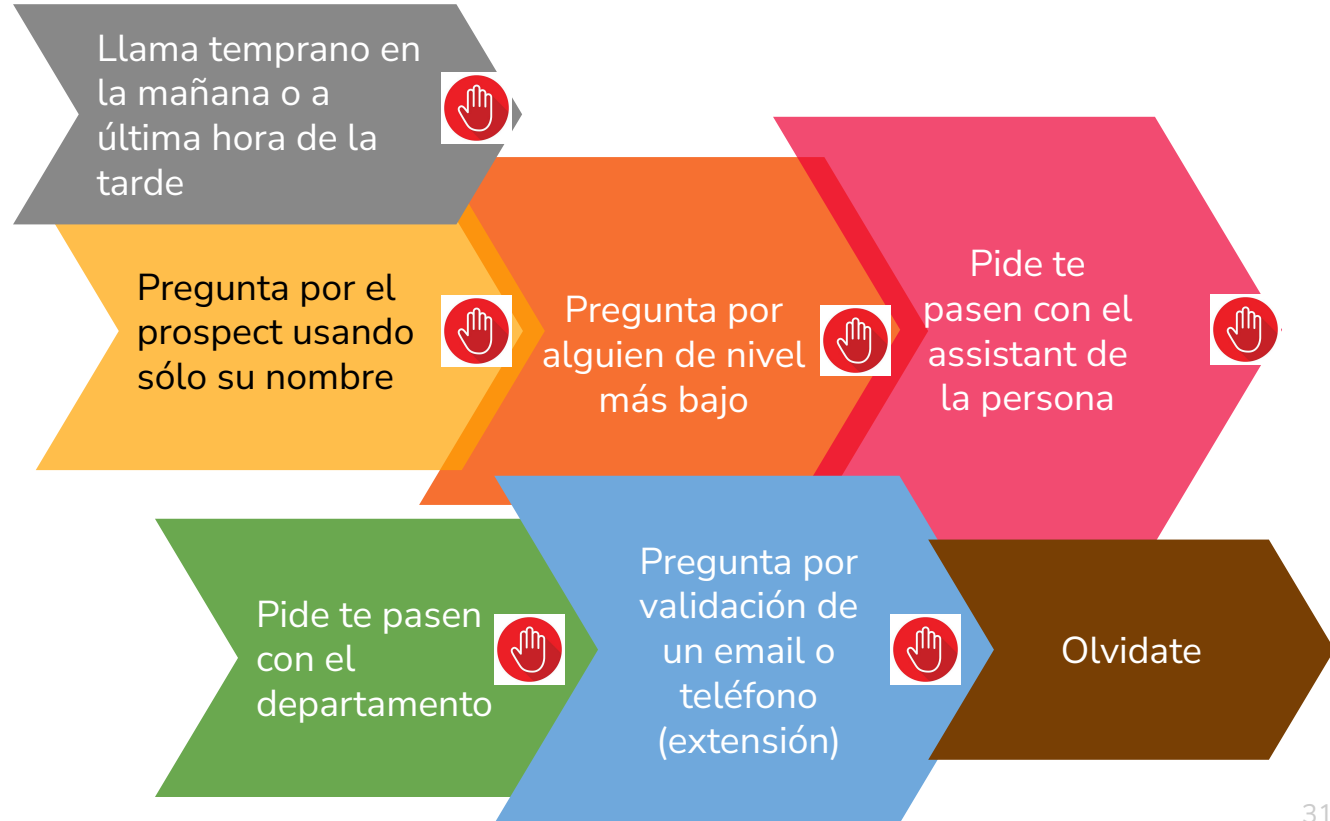
Recepción



REGLA DE HIERRO: Les pagan para que NO PASES

Recepción

¿Qué puedes probar?



➤ Acción de asistentes de dirección





**Asistentes:
Regla de oro:
No les enfades**

3 Claves para
no
desperdiciar
la llamada y
ganarte a la
persona



Respeto

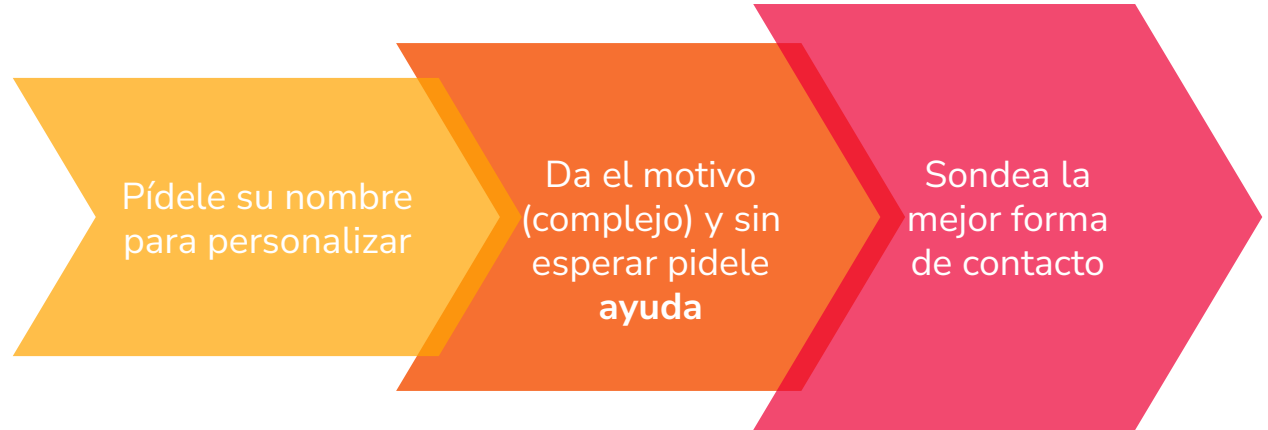


Empatía



Pide ayuda

Los primeros pasos



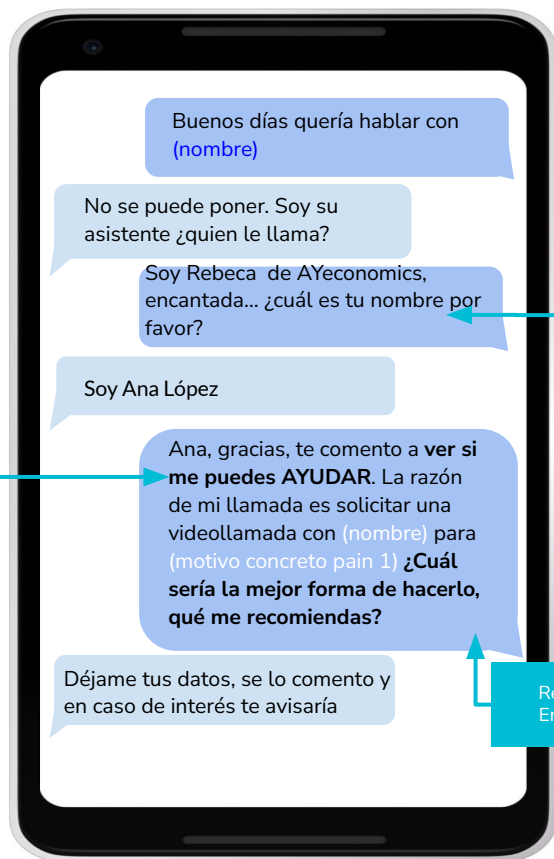
Los siguientes pasos



La segunda llamada



➤ Script paso 1: cadencia asistentes

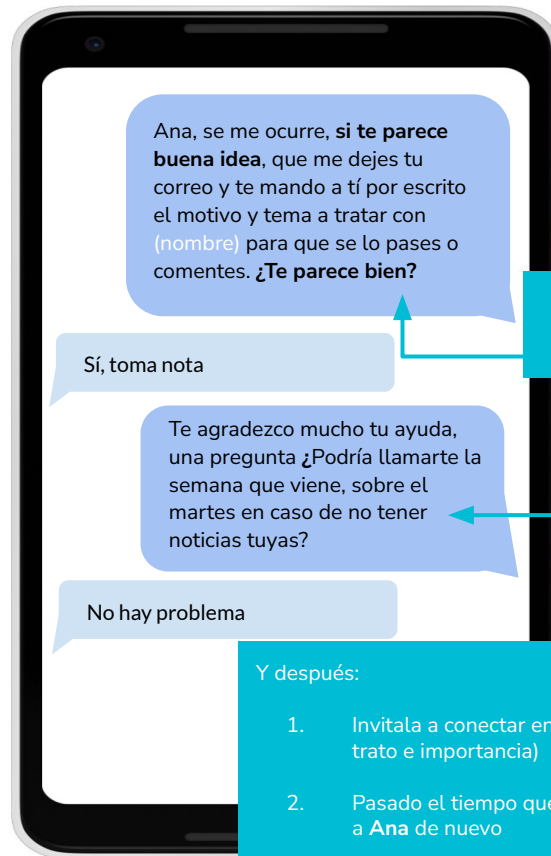


Palabra Mágica

Dale importancia

Continúa

Respeto Empatía

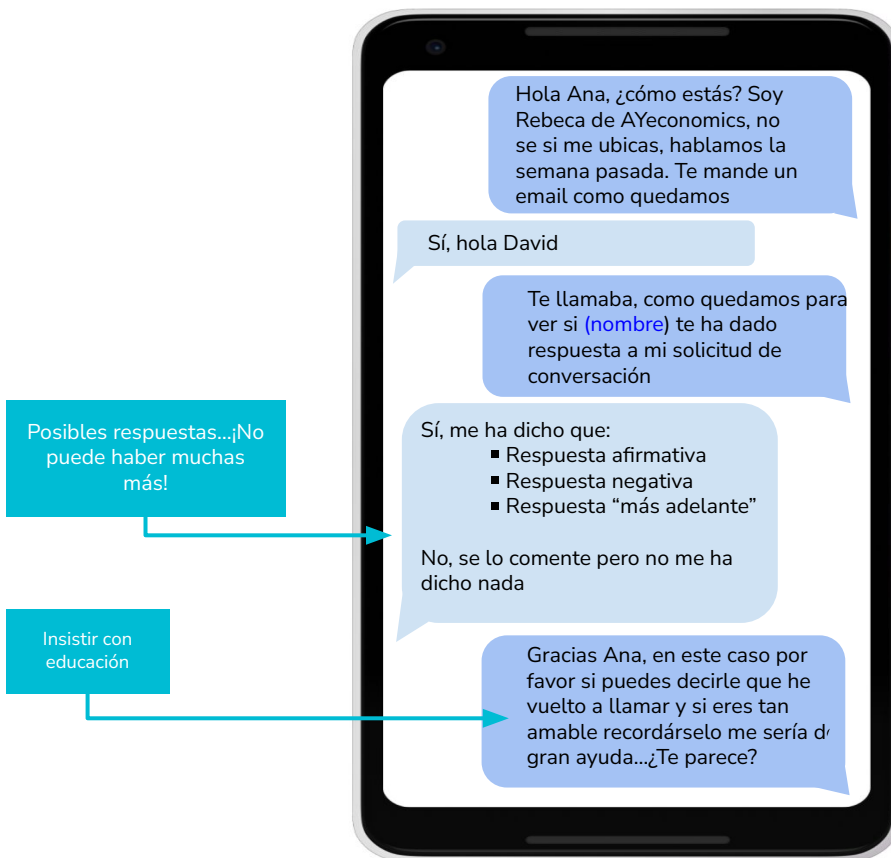


Dale importancia Hazle ver que tiene el control

Y después:

1. Invítala a conectar en LinkedIn (mismo trato e importancia)
2. Pasado el tiempo que marcaste: Llámala a Ana de nuevo

➤ Script paso 2: cadencia asistentes



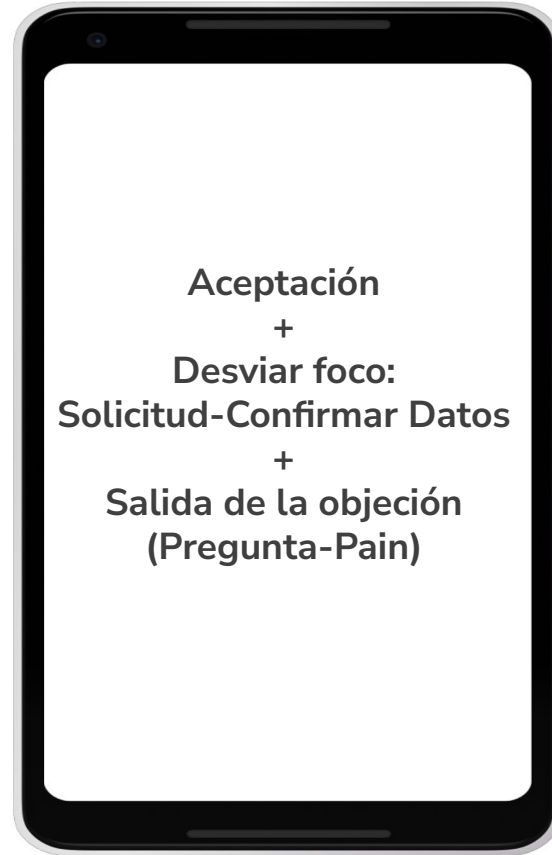
➤ Gestión de objeciones de prospección



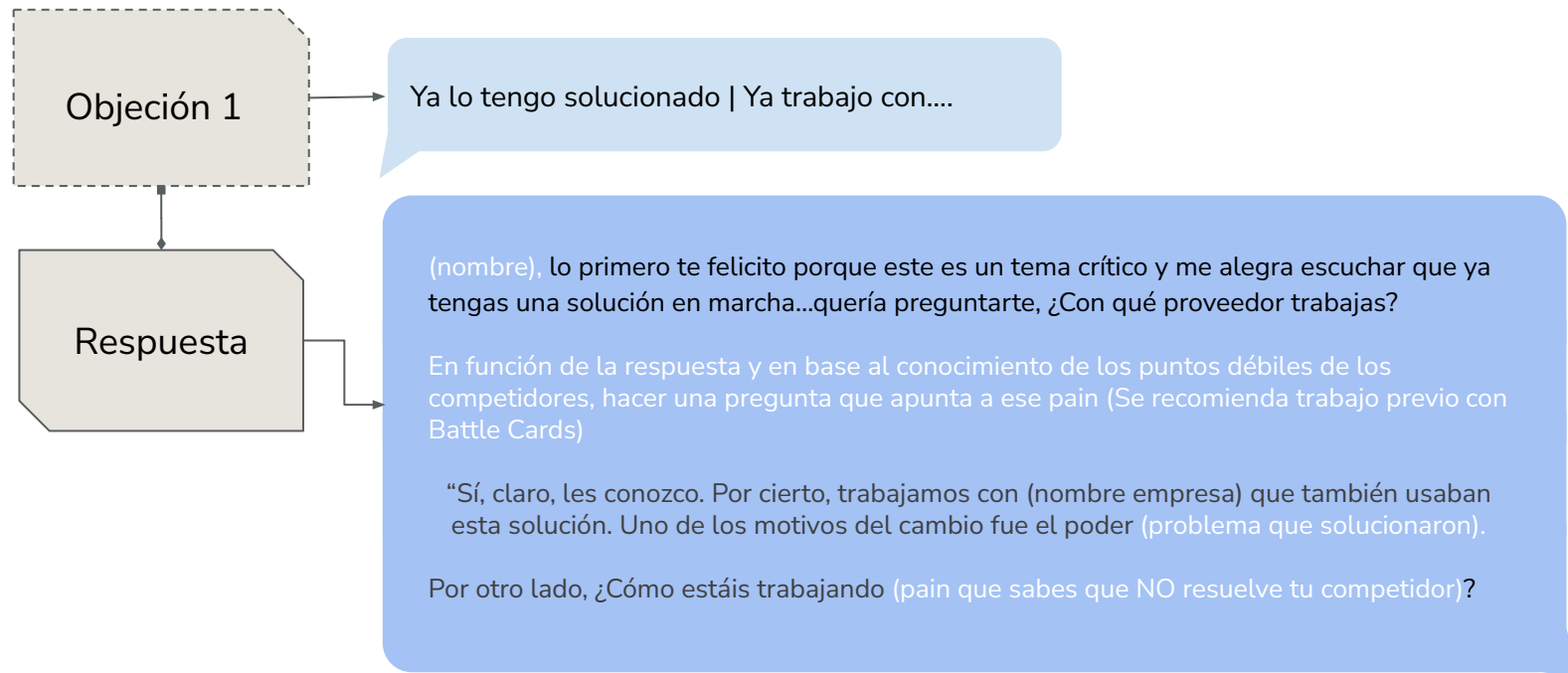
Esquema general

Técnica:

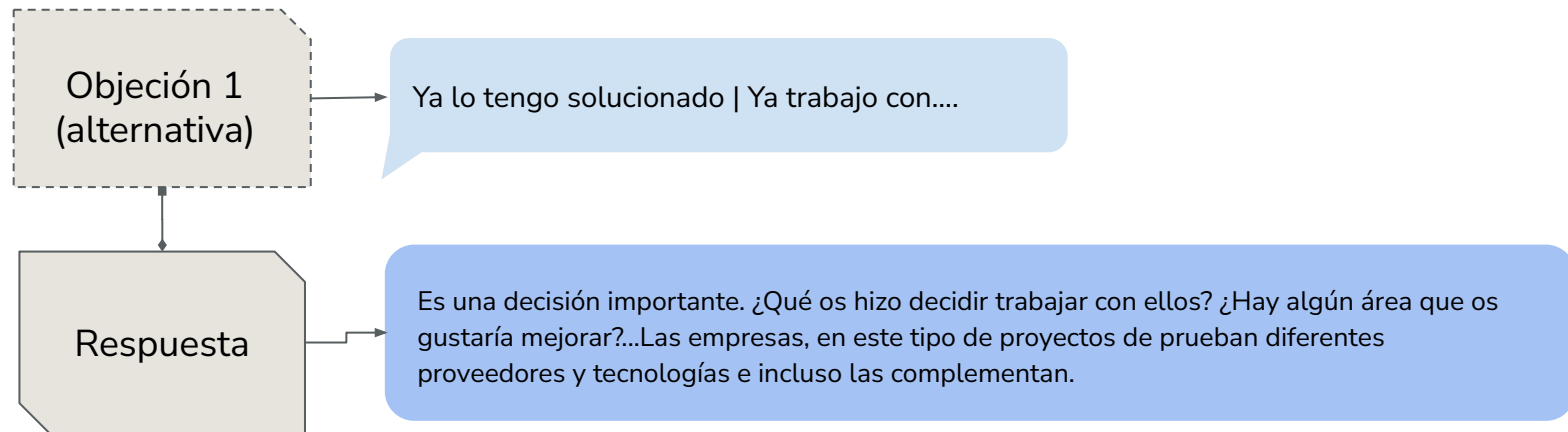
Recoger / aceptar - Desviar
atención - Pregunta a Pain



Objeciones

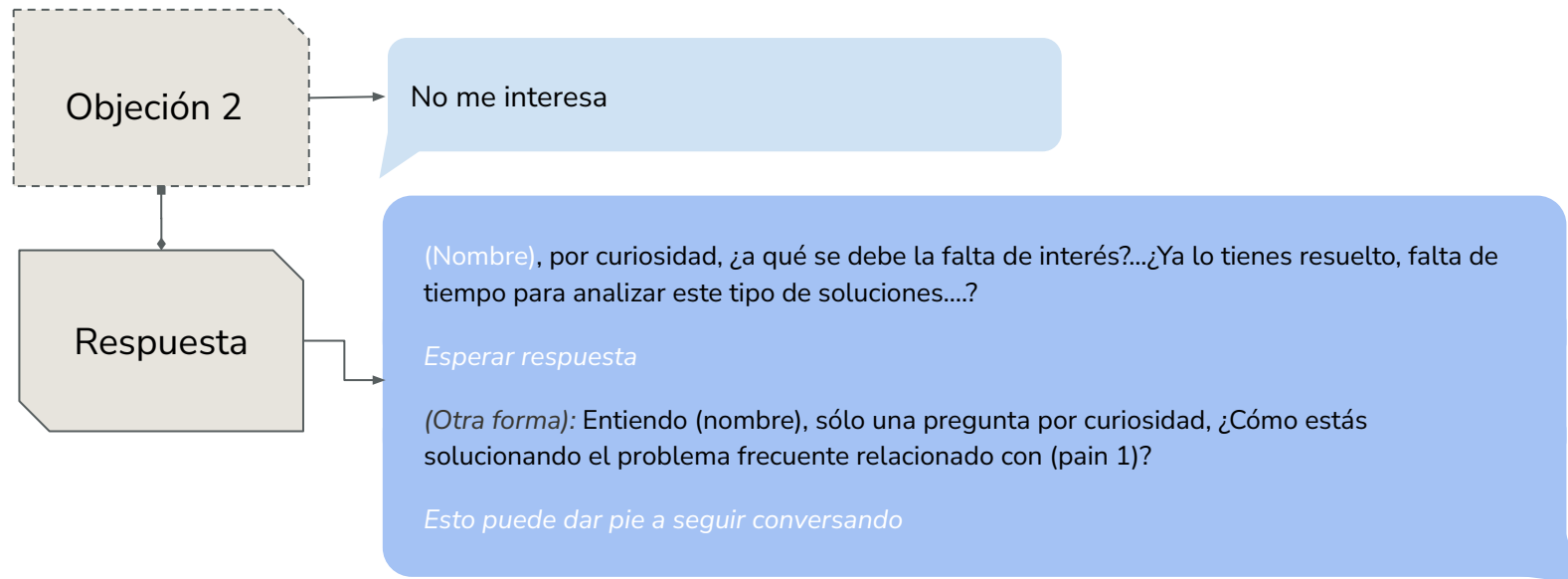


Objeciones

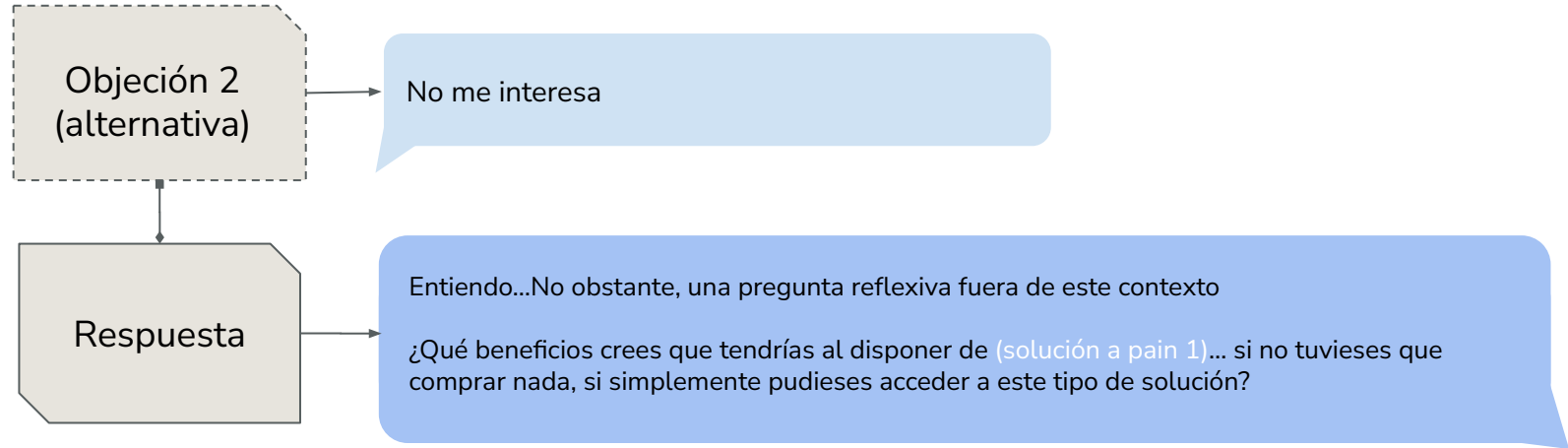


Técnica de la "pregunta calibrada" para hacer que reflexionen sobre su elección y abrir una conversación sobre posibles brechas o descontentos.

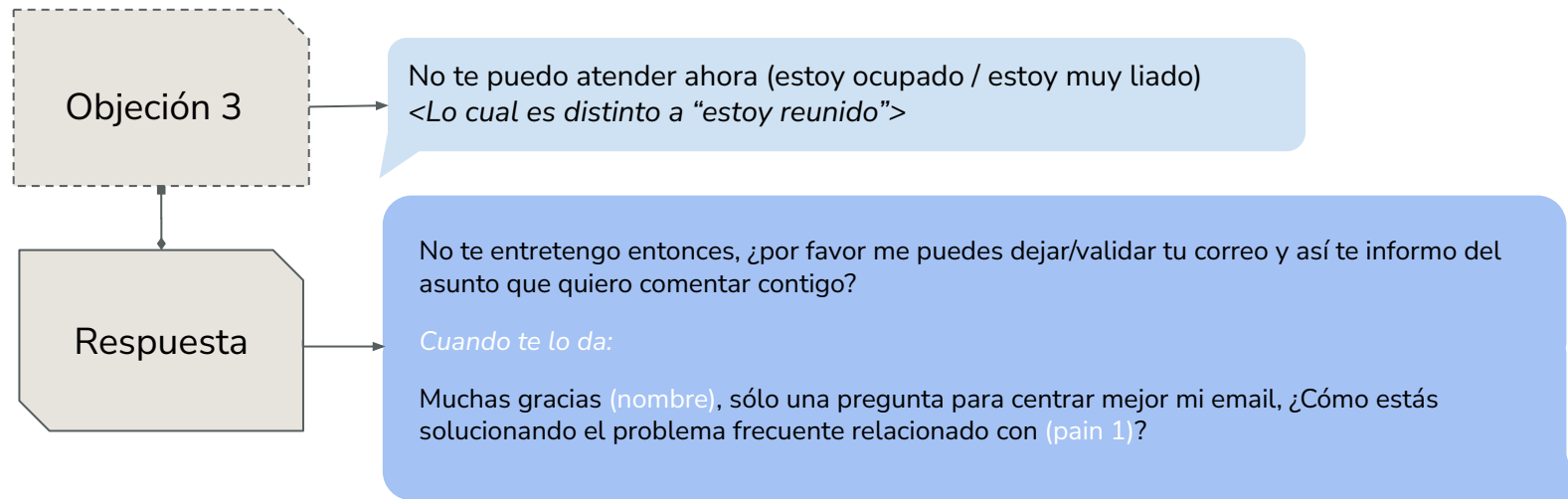
Objeciones



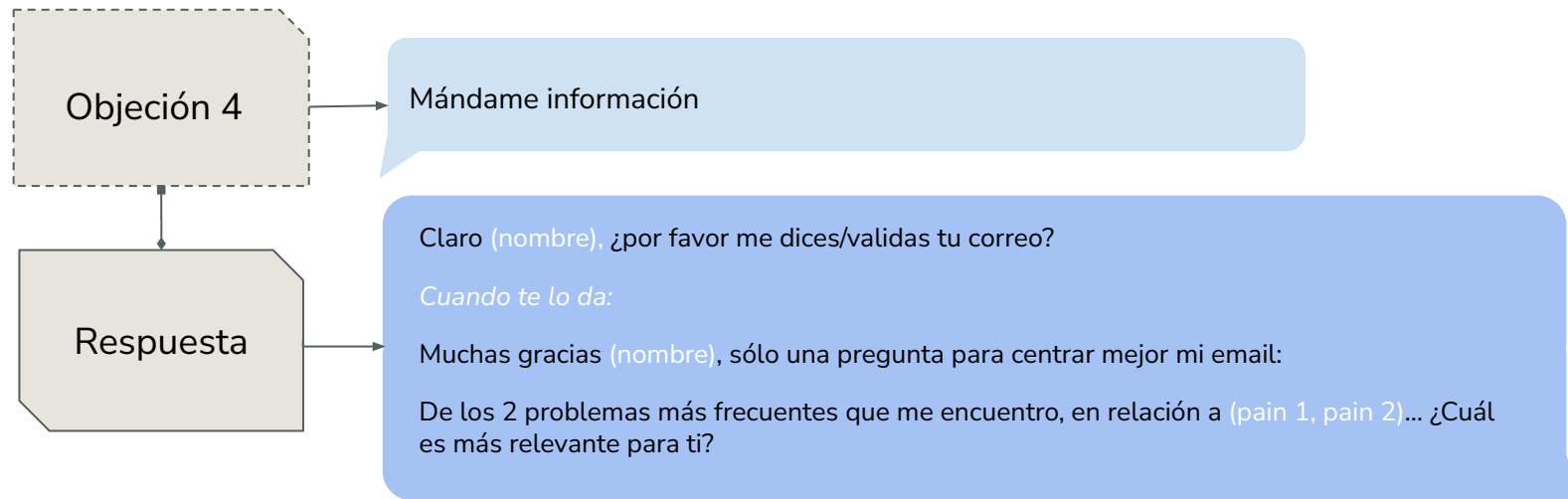
Objeciones



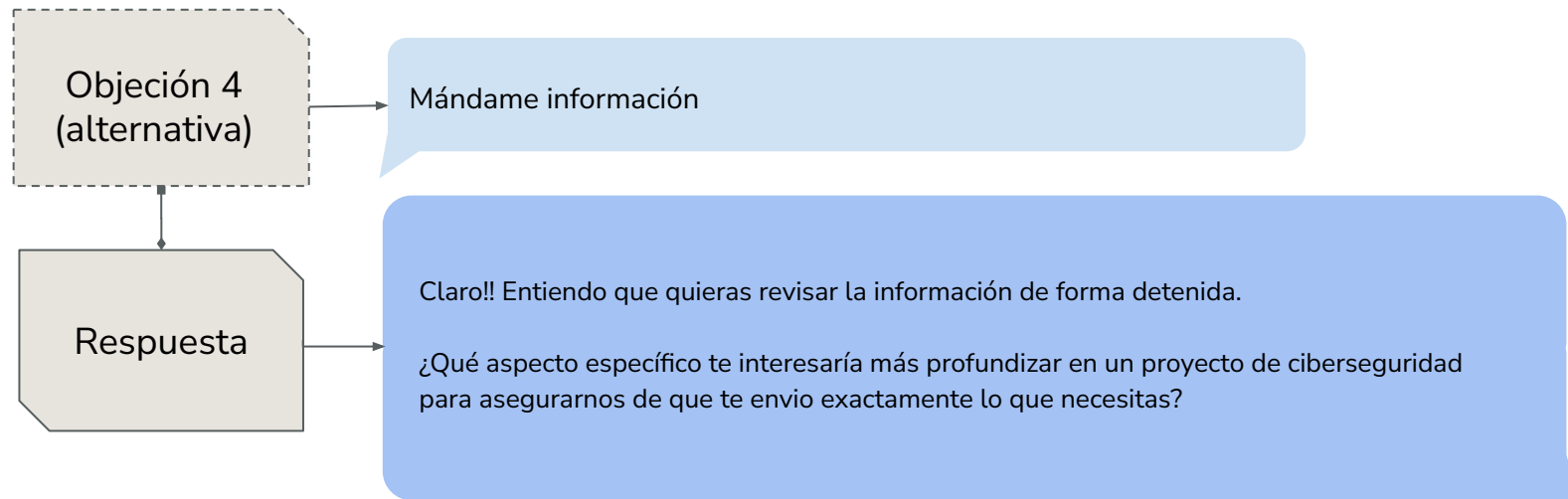
Objeciones



Objeciones

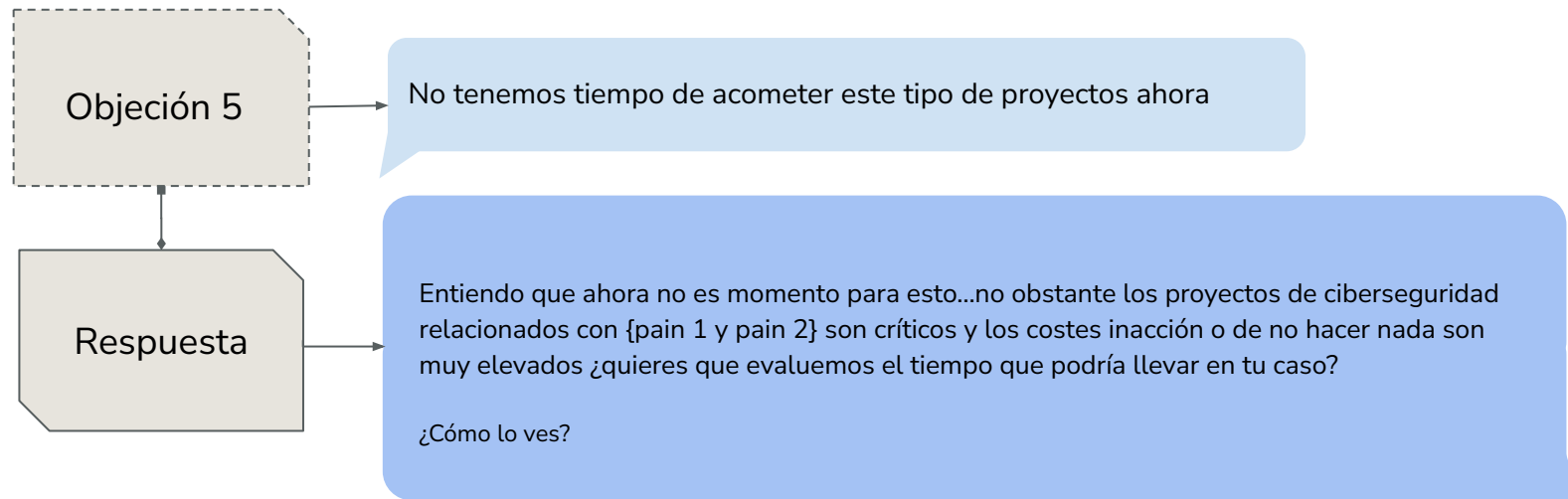


Objeciones



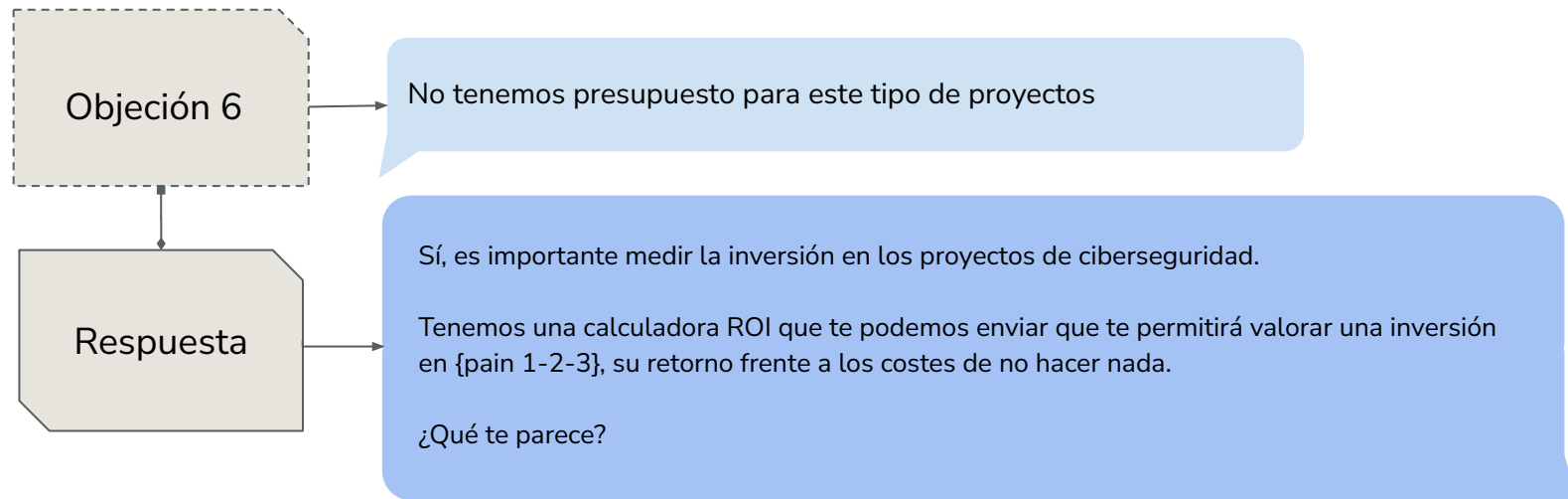
(Usando "etiquetado" para reconocer su necesidad y al mismo tiempo solicitar un compromiso más específico)

Objeciones



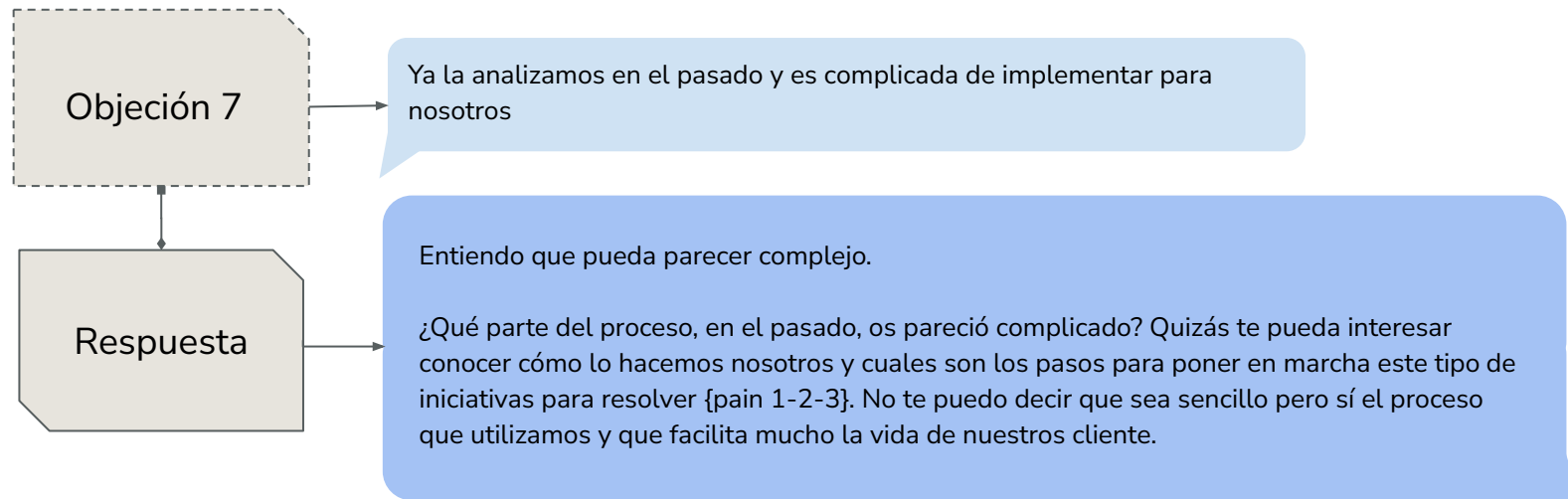
Esto utiliza la técnica de "espejo", repitiendo parte de lo que la persona dijo para animarla a compartir más información

Objeciones



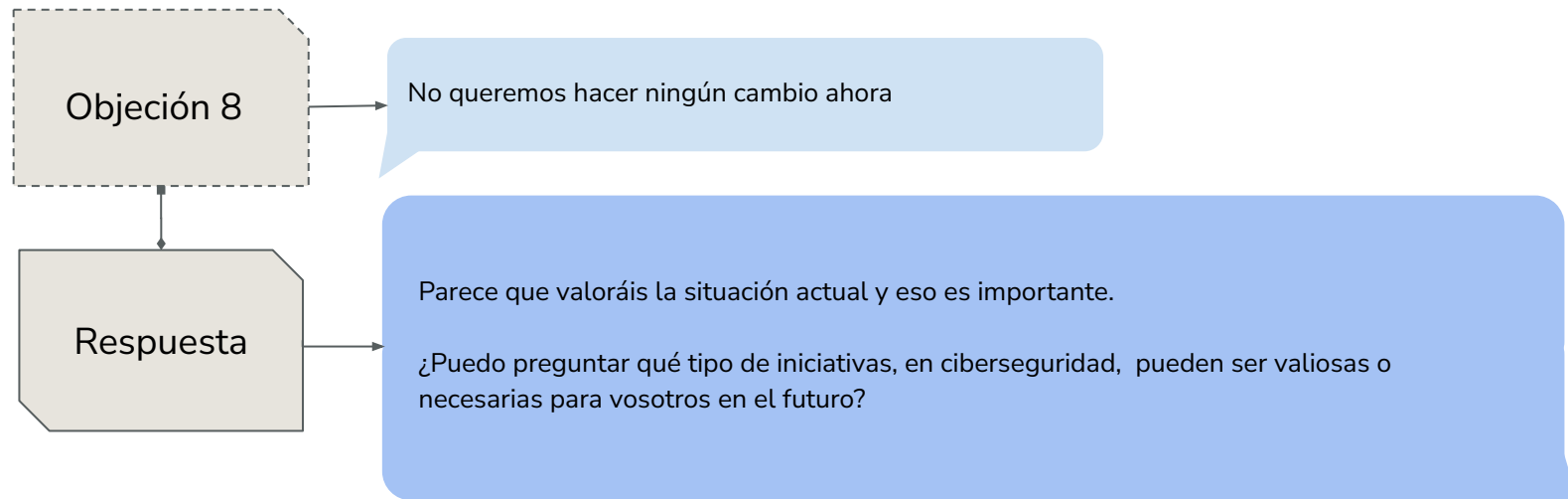
Esta es otra forma de "pregunta calibrada" que busca entender sus criterios de inversión y abrir la puerta a justificar el valor de tu propuesta

Objeciones



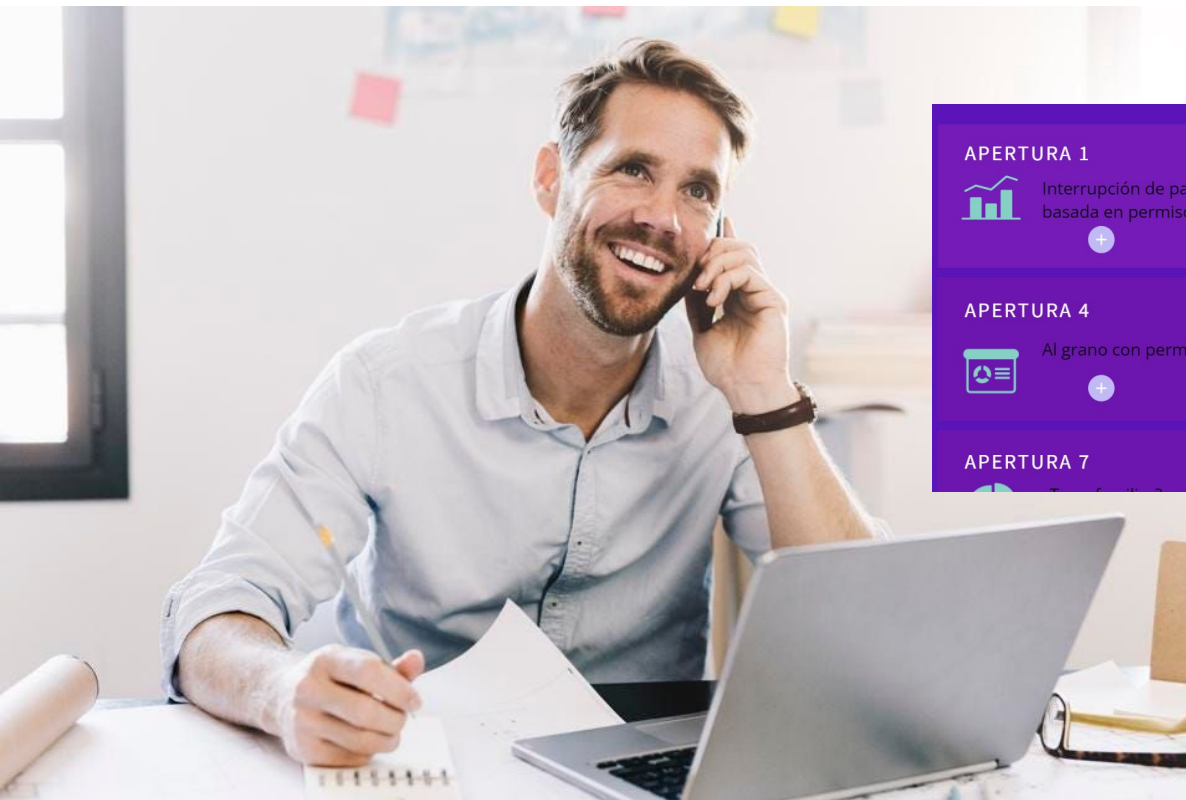
Aplicando la técnica de "etiquetado" para reconocer su preocupación y ofrecer claridad o soluciones simplificadas


Objeciones



Esto refleja la empatía hacia su deseo de estabilidad mientras se abre una puerta para discutir futuras necesidades o deseos

➤ Aperturas de llamadas con rotura de patrón



APERTURA 1  Interrupción de patrón basada en permisos 	APERTURA 2  Acuerdo previo basado en el permiso 	APERTURA 3  Interconexión con...
APERTURA 4  Al grano con permiso 	APERTURA 5  Investigación + Relevancia 	APERTURA 6  Perspectiva del p...
APERTURA 7 	APERTURA 8 	APERTURA 9 



Click en la imagen