

ADIM

MÉTODO

ATERRIZA DESARROLLA IMPLEMENTA MONETIZA

*Guión
Llamada de
Descubrimiento*
PASO A PASO



MARIELYSAVILA.COM

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS | 2019

Nombre de tu prospecto/a:

Página web:

Correo electrónico:

Fecha y hora de la reunión:

Etapa inicial

Para generar buen clima y recopilar información sobre tu prospecto.

Paso 1: Crear un ambiente positivo en los primeros 5 minutos.

- Habla de anécdotas personales.
- Historias relacionadas con el nicho del cliente, su ciudad o cualquier cosa.
- Bromear sobre temas de actualidad.

Paso 2: Crear la expectativa

"MARÍA ESTAREMOS UNOS 20 MIN JUNTAS... Y EL MOTIVO DE ESTA SESIÓN ES PODERTE AYUDARTE A CONSEGUIR LOS RESULTADOS QUE PERSIGUES Y QUE LLEGUES A DONDE DESEAS.

*PARA ELLO TE VOY A IR HACIENDO ALGUNAS PREGUNTAS, Y TÚ ME DICES TODO LO QUE CREAS QUE NECESITO SABER PARA AYUDARTE.
¿DE ACUERDO?"*

Paso 3: Momento para hacer preguntas

Ahora descubrimos los problemas del prospecto. Para ello debemos hacer **PREGUNTAS BIEN PENSADAS** sobre los problemas que tiene y que tú sabes que puedes solucionar. Aquí se trata de que hable tu prospecto, no tú.

- ¿Cuánto tiempo llevas con tu negocio?

- ¿Has probado ya alguna estrategia de Marketing?
- ¿Cuáles te han funcionado? ¿Cuáles no?
- ¿Cuántos clientes has conseguido el último mes?
- ¿Cuánto has facturado en el último mes gracias a ellos?

Paso 4: Aquí hablarás sobre los objetivos de tus clientes y a dónde quieren llegar.

En esta parte es importante **extraer información** que luego será de **utilidad a la hora de cerrar la venta**.

"¿CUÁLES SON LOS 2 OBJETIVOS MÁS IMPORTANTES QUE TE GUSTARÍA LOGRAR EN LOS PRÓXIMOS 3 MESES?"

TOMA BUENA NOTA DE ESTAS RESPUESTAS (Las respuestas aquí son justo lo que utilizarás cuando te ponga objeciones a la hora de cerrar la venta)

✓ 1...

✓ 2...

✓ 3...

Toma nota de la respuesta. Después pregunta:

"¿POR QUÉ ESTO ES IMPORTANTE PARA TI?"

Respuesta:

✓ 1...

✓ 2...

✓ 3...

¿QUÉ TIENE DE NEGATIVO PARA TI NO ALCANZAR TU SUEÑO?

Respuesta:

✓ 1...

✓ 2...

✓ 3...

En todas las respuestas busca SIMPATIZAR con el prospecto (nos está abriendo su corazón) y le puedes dar algún consejo puntual sobre su negocio, sin llegar a atraer la atención sobre nosotros demasiado. Es importante que los consejos apunten hacia el programa sin hacer venta.

Ejemplo:

- Ayudarle a identificar su cliente ideal.
- Preguntarle acerca de los resultados obtenidos anteriormente.

Paso 5: Nivel de compromiso

Este paso es importante para ver si realmente quiere hacerlo ya o no le importa. Así que le puedes preguntar:

¿CUÁNDO QUIERES HACER ESTO QUE ME COMENTAS?
¿CUÁNDO QUIERES QUE SUCEDA/FUNCIONE ESTO PARA TI?

Respuesta:

Paso 6: Evaluar al prospecto

CERCIORARSE DE QUE SÍ ES TU CLIENTE IDEAL. Si no le puedes ayudar, hay que ser honestos y decírselo.

- Si el programa **le encaja**: Pasamos al paso 7.
- Si el programa **no le encaja**: Se le ofrece un consejo, un contacto, un tip y se le despide amablemente.

Paso 7: Cuando tengamos suficiente información, o cuando veamos que es el momento, lanzar el discurso puente.

Discurso Puente

Llega el momento de tomar las riendas de la conversación. Hemos escuchado su situación, nos hemos conocido un poco y ahora debemos demostrarle que podemos ayudarlo.

"¿SABES MARÍA? TE ESTOY ESCUCHANDO Y ME SIENTO TOTALMENTE IDENTIFICADO CONTIGO..."

CUIDADO con centrar la atención en nosotros. La protagonista es la persona con la que hablamos.

En este punto he podido comprobar que hay varias cosas que funcionan:

- Que la gente está muy perdida y ansía con desespero "tener un jefe" o mentor que les diga lo que tienen que hacer.
- Saber que en una fecha determinada (Ejem: lo que dura nuestra formación/mentoría/curso) van a obtener resultados. Basta de procrastinar.
- Hablarles de lo mal que se trabaja cuando no se generan ingresos. Yo lo he vivido: cuando no vendes o no te contratan empiezas a dudar de todo y pierdes foco, cada día cambias de estrategia.

Es importante que se den cuenta de que **yo ya he vivido eso** y les puedo ayudar. Ejemplos:

- Yo mejoré cuando invertí en una **mentora** que me dijera lo que tenía que hacer.
- Empecé a ganar confianza en mí misma cuando por fin mi negocio despegó.
- Si no vendo, cada semana soy una cosa distinta: todo lo que hacen los demás parece mejor plan que el mío.

Paso 8: REPASA:

Hacer un resumen de los puntos claves de la conversación. Y una vez hecho esto, Pregunta: ¿Es correcto?

- LLEVAS TANTO TIEMPO INTENTANDO X COSAS, ¿CIERTO?
- HAS INVERTIDO X PRESUPUESTO EN ALCANZAR X OBJETIVOS, ¿VERDAD?
- DESPUÉS DE TODO EL ESFUERZO, SIGUES SIN TENER MUY CLARO A DÓNDE VA TU NEGOCIO, ¿SÍ?

Paso 9: EXPOSICIÓN de tu PROGRAMA - CURSO

Después del discurso puente, en el que trato que se identifiquen con lo que les cuento y me den la razón todo lo que puedo, les propongo plantearles el programa, y lo hago con la pregunta:

"BUENO MARÍA ¿TE CUENTO UN POCO LO QUE HAGO YO Y CÓMO TE PUEDO AYUDAR?"

Cuando me dicen que **Sí**, les cuento el programa, y lo hago así:

NOTA: Es importante que el prospecto responda poco a poco a preguntas durante la exposición, para mantener la atención activa. No es un monólogo.

- ¿TIENE ESTO SENTIDO PARA TI?
- ¿TE SUENA BIEN ESTO QUE TE ESTOY CONTANDO?
- ¿NO CREES QUE ES JUSTO LO QUE NECESITAS?

Primero: el porqué de este programa.

Llevo mucho en el mundo de la formación y veo como curso a curso la gente compra pero no mueve el culo. Yo lo que busco ahora es gente comprometida y casos de éxito.

Segundo: Aquí explicaría la estrategia que se va a seguir paso a paso. Ejemplo: Crear un embudo que realmente funcione.

HACERLO DE FORMA CLARA Y ESPECÍFICA. No empezar a deambular o dar vueltas.

Paso 1: Primero analizaremos....

Paso 2: Crearemos....

Paso 3: Ejecutaremos...

etc...

En este proceso le haces las preguntas de arriba para que no sea un monólogo. Luego añades:

"Para ello vamos a trabajar de "tal forma" (explicar)

Ejemplo: Trabajaremos de 3 formas.

- ✓ Nos reuniremos cada semana para ir organizando el trabajo a hacer, revisando lo que ya hayas hecho, resolviendo dudas, etc...
- ✓ Recibirás mi atención personalizada uno a uno.
- ✓ Tendrás acceso a mis recursos exclusivos.
- ✓ Formarás parte una comunidad privada.
- ✓ Y además, nos reuniremos un día para...(Presencial)

Tercero: Hago hincapié en que lo que busco son **casos de éxito. Decir cosas que te diferencien de los demás. Ejemplo:** Lo que a mí me diferencia de cualquier otro curso es que me van a tener a su lado para que saquen adelante sus estrategias.

"NO ME INTERESA VENDER CURSOS SIN MÁS, DE HECHO ESTO NO ES UN
CURSO, ESTO LA CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA QUE REALMENTE
FUNCIONE,
LO QUE QUIERO SON CASOS DE ÉXITO: PODER DECIR QUE *MARÍA*
CONSIGUIÓ DIEZ CLIENTES EN SOLO TRES MESES"

En este punto hago mención a las personas o clientes que han entrado ya en el programa o que han trabajado contigo, con esto consigo dos cosas:

1. Hacerles ver que el sistema funciona, ya que en muy poco tiempo he generado ventas premium.

2. Picarles para entrar en el grupo ya. En un tiempo dejaré de dedicarles mentorías individuales y accederán directamente al grupo. **ES UN BUEN MOMENTO PARA ENTRAR.**

Puente hacia la venta

“ENTONCES MARÍA, ¿SI CONSIGUIERAS EL PUNTO 1, 2, 3, ¿QUÉ SIGNIFICARÍA PARA TI?”

Deja que responda.

Luego lanzar tú la frase de cierre de venta.

Ejemplo:

“PARA ESTE PROGRAMA BUSCO GENTE COMPROMETIDA, QUE DE VERDAD QUIERA OBTENER BENEFICIOS, LLEVANDO SU NEGOCIO MÁS LEJOS GRACIAS AL “Beneficio”. TE HABLO DE TRES MESES DE TRABAJO A SACO PARA CONSOLIDAR TU MARCA, Y EL PRECIO ES DE 3.000€”

“ENTONCES MARÍA, ¿QUIERES QUE NOS PONGAMOS A TRABAJAR?”

UNA VEZ DICHO EL PRECIO GUARDA SILENCIO

RECURSO: Si el prospecto quiere saber el precio **antes de tiempo**, le decimos “mira, si hablamos ahora de dinero va a ser un error. El motivo de esta sesión es ver si puedo ayudarte, o si podemos trabajar juntos, ¿qué sentido tiene hablar ahora de precio?”

Si insiste en un principio en pasar de la sesión e ir directamente al precio es posible que NO SEA BUEN CANDIDATO/A.

OBJECIONES

En este momento pueden pasar muchas cosas, y la más probable que suceda es que pongan objeciones al precio.

→ **ES MUY CARO/NO PUEDO PAGAR TANTO (REACCIÓN MUY NEGATIVA).**

Si les parece muy caro debemos cargarnos esa barrera para que salga a la luz lo que realmente sucede.

“¿ES MUCHO DINERO COMPARADO CON QUÉ?,
¿CUANTO QUIERES CONSEGUIR “X Beneficio” PARA TU NEGOCIO?”

Aquí debemos recurrir a los objetivos que el candidato ha dicho al principio de la charla. Hay que dejar claro que si no invierte o si no hace nada al respecto no conseguirá alcanzarlos.

Recurrimos a un apilamiento de motivos que el candidato nos ha dado:

- ¿NO ME HAS DICHO QUE QUERÍAS CONSEGUIR CLIENTES EN PILOTO AUTOMÁTICO?
- ¿TE PREOCUPA X OBJECCIÓN?, ¿Y NO TE HE DICHO YO QUE TE PUEDO AYUDAR?

→ **ME DA LA RAZÓN PERO LE SIGUE PARECIENDO MUY CARO.**

Esta es la parte más agresiva de la venta. Aquí es cuando debo usar sus propias palabras para hacerle ver que lo que le estoy ofreciendo es lo que necesita.

- Busco gente comprometida de verdad con su negocio.
- Ofrezco la tranquilidad de trabajar con un objetivo claro que se va a cumplir en X meses.
- Te entrego la estrategia y todos los recursos, todo ello operativo. Llave en mano.

**“DIME MARÍA, SI EL DINERO NO FUERA UN PROBLEMA,
¿ENTRARÍAS EN EL PROGRAMA?”**

Con esta pregunta llegaremos a la verdadera cuestión del problema. El verdadero motivo por el que se lo está pensando. Lo más probable es que, una vez lo sepamos, lo podamos derribar gracias a las anotaciones que hemos realizado previamente.

→ DECIDE QUE QUIERE ENTRAR PERO NO TIENE DINERO.

Aquí se trata de buscar una solución al problema económico. Hay que dejar claro que **NO SE HACEN DESCUENTOS**, pero sí se ofrecen facilidades. Lo mejor, antes de aventurarse y acabar dando "demasiadas" facilidades, es preguntar directamente:

"¿CÓMO TE RESULTARÍA ASUMIBLE ENTRAR EN EL PROGRAMA MARÍA?"

El objetivo es que diga qué cifra puede asumir. Pueden ser dos pagos de X€, tres pagos de X€, o incluso se han llegado a hacer 6 pagos de X€, aunque **esto no es lo más deseable**. La cuestión es que lo tiene que decir el candidato, no nosotros.

→ "ME LO TENGO QUE PENSAR"

Me lo tengo que pensar o tengo otras opciones

OK, (nombre de la persona), te lo tienes que pensar. (nombre de la persona), dime, ¿cuánto tiempo necesitas? 2 días o 2 semanas para pensártelo?
(Normalmente dirán 2-3 días)

Perfecto (nombre de la persona). Déjame decirte una cosa:
independientemente de si necesitas pensártelo 2 días o 2 semanas al final vas a tomar la decisión basado en 3 preguntas que te harás en tu mente. ¿Me permites que las comparta contigo?

- Es si realmente estás comprometido a (objetivos que quiere conseguir).
- Si te puedes permitir mis servicios.
- Si te he dado la confianza necesaria de si soy la persona adecuada que buscas.

¿Cuál de estas 3 opciones son las que te están impidiendo conseguir tus objetivos?

(Si el precio es el inconveniente le dices)

Si el precio no fuera un inconveniente, ¿lo harías? (darle solución)

Hay que tener en cuenta que el 90% de los que se van de la primera sesión sin comprar NO COMPRARÁN. No es que se lo piensen, es que se quieren escaquear.

Me lo tengo que pensar o tengo otras opciones

Del 1 al 10 siendo 10 que estás convencido absolutamente, ¿en qué punto estás?

¿Qué necesitarías para estar en un 10?

RECURSO: Rebotar todas las objeciones con una pregunta.

→ FINALMENTE DECIDE ENTRAR PERO QUIERE PAGAR MÁS ADELANTE.

Para evitar que quede en *el aire* debemos conseguir que reserve su plaza. Es un programa que por su propia naturaleza no puede albergar a demasiada gente, por lo que es importante que reserven su plaza ya al menos que haga una reserva por x importe.

“¿CÓMO QUIERES PAGAR MARÍA?”

Transferencia bancaria.

Paypal

Stripe

Paso 1: CHARLA DISTENDIDA

Paso 2: EXPLICAR CÓMO VA A IR LA SESIÓN

Paso 3: PREGUNTAS SOBRE CÓMO VA EL NEGOCIO

Paso 4: OBJETIVOS DE AQUÍ A X MESES

Paso 5: NIVEL DE COMPROMISO

Paso 6: EVALUACIÓN INTERNA ¿SEGUIMOS?

Paso 7: DISCURSO PUENTE "ME SIENTO TOTALMENTE IDENTIFICADO CONTIGO... YO YA HE VIVIDO ESO"

Paso 8: REPASO CON PREGUNTAS

- LLEVAS TANTO TIEMPO INTENTANDO X COSAS, ¿CIERTO?
- HAS INVERTIDO X PRESUPUESTO EN ALCANZAR X OBJETIVOS, ¿VERDAD?

Paso 9: EXPOSICIÓN PROGRAMA

Primero: el porqué de este programa.

Segundo: EXPLICAR LA ESTRATEGIA Y FORMA DE TRABAJO

PARTES DEL PROGRAMA

Ejemplo:

- NOS REUNIREMOS SEMANALMENTE
- TENDRÁS UN PORTAL CON TODO EL CONTENIDO DISPONIBLE
- TENDREMOS UNA JORNADA PRESENCIAL DE GRABACIÓN

Tercero: BUSCO CASOS DE ÉXITO Y YA HAN ENTRADO VARIAS PERSONAS EN EL PROGRAMA

Paso 10: PUENTE HACIA LA VENTA SI CONSIGUIERAS EL PUNTO 1, 2, 3, ¿QUÉ SIGNIFICARÍA PARA TI?

BUSCO GENTE COMPROMETIDA PARA TRABAJAR A SACO DURANTE TRES MESES.

EL PRECIO SON X€

SILENCIO