

Checklist “EMBUDO”

Proceso de ventas mínimo , en una página

Instrucciones:

Marca cada punto como “OK” o “Pendiente”. Si tienes más de 3 “Pendiente” seguidos, tu problema no es marketing, es tu proceso de ventas.

1. Etapas del embudo

[] Tengo definidas por escrito las etapas de mi proceso comercial.

Ejemplo simple:

- 1) Lead nuevo
- 2) Contactado
- 3) Reunión agendada
- 4) Propuesta enviada
- 5) Negociación
- 6) Cierre ganado / perdido

[] Cada persona del equipo sabe qué significa cada etapa (no es “interpretación personal”).

[] No tengo etapas basura tipo “en conversación” que no significan nada concreto.

2. Responsables claros por lead

[] Cada lead que entra se asigna a una persona específica (dueño del lead).

[] Está definido quién asigna los leads y con qué criterio (zona, tamaño, rubro, etc.).

[] No existe el concepto “lo ve ventas en general”.

3. Tiempos de respuesta

[] Tengo definido un tiempo máximo para contactar un lead nuevo.

Ejemplo: “Todos los leads se contactan en menos de 2 horas hábiles.”

[] El equipo sabe qué hacer si no logra contactar al lead (cuántos intentos, por qué canales, durante cuántos días).

[] Medimos si ese tiempo de respuesta se cumple o no (no es solo un deseo).

4. Guion mínimo de contacto

[] Existe un guion mínimo para el primer contacto (call, WhatsApp o mail).

[] El guion incluye al menos:

- Cómo se presenta la empresa
- 2-3 preguntas clave para entender necesidad real
- Cómo se cierra el contacto (agendar reunión / siguiente paso)

[] Los vendedores pueden adaptar el guion, pero no inventan desde cero cada vez.

5. Registro y trazabilidad

[] Toda la información del lead se guarda en un solo lugar (CRM o planilla única).

[] En ese sistema registro como mínimo:

- Nombre de la empresa y contacto
- Canal por el que llegó
- Etapa del embudo
- Próximo paso y fecha

[] Cualquier persona podría abrir el sistema y entender qué está pasando con cada cuenta.

6. KPIs básicos semanales

[] Estoy midiendo, cada semana:

- Leads nuevos
- Reuniones realizadas
- Propuestas enviadas
- Cierres ganados
- Cierres perdidos

[] Conozco mi tasa de cierre:

Tasa de cierre = $(N^{\circ} \text{ negocios ganados} / N^{\circ} \text{ propuestas enviadas}) \times 100$

[] Sé cuál es mi ticket promedio por venta cerrada.

7. Reunión comercial de 30–45 minutos

[] Tengo una reunión comercial fija 1 vez a la semana (día y hora definidos).

[] En esa reunión solo se ve:

- 1) Números de la semana (KPIs)
- 2) Principales obstáculos por cuenta
- 3) Decisiones y próximos pasos

[] Toda tarea que sale de la reunión tiene: responsable + fecha comprometida.

8. Regla dura: marketing después de ordenar esto

[] Antes de subir presupuesto en marketing/ads, revisamos este checklist.

[] Si hay más de 5 casillas “Pendiente”, **no aumentamos inversión en marketing**: primero ordenamos el proceso, después metemos más leads.

Necesitas ayuda?

Manuel Baumann

Tel/Wsp: +56 9 9346 0456