01 SOP de llamada de triaje

Guion para cualificar al contacto, reforzar el valor de la llamada y preparar su asistencia a la videollamada.

Objetivos de la llamada

- Cualificar al lead y aumentar el valor que percibe.
- Adelantar la cita si está preparado; si no, reforzar su compromiso con la fecha acordada.
- Presentar el incentivo por asistir y mencionar el vídeo de preparación previo a la llamada.

Apertura

> Hola, soy **[tu nombre]**, del equipo de **[empresa]**. Tienes una llamada con nosotros el **[día]** a las **[hora]**. Te contacto para confirmar algunos detalles; serán un par de minutos. ¿Te viene bien hablar ahora?

1 Confirmar quién es

> Para confirmar, tú eres **[pregunta de cualificación 1]**, ¿correcto?

Ejemplo: el propietario del negocio de asesoría fiscal o la persona que dirige la estrategia comercial.

2 Confirmar qué busca y qué le frena

> Al contactar con nosotros, buscas **[pregunta de cualificación 2]**, por ejemplo, **[resultado deseado + obstáculo]**. ¿Lo he entendido bien?

Ejemplo: quieres aumentar las ventas, pero no dispones de tiempo para ocuparte del marketing.

Plantea la pregunta y deja que sea el lead quien confirme la respuesta.

3 Explorar los intentos anteriores

> ¿Qué has probado hasta ahora para conseguirlo?

Escucha con atención y toma nota.

02 Valor percibido y gestión de la cita

3 1 Reforzar el valor y la autoridad

Tiene sentido. Es una situación que vemos con frecuencia: muchas personas que llegan a nosotros ya han probado **[menciona brevemente su intento, por ejemplo, campañas sueltas, agencias o automatizaciones]**. A menudo, lo que impide que funcione es **[causa raíz genérica que resuelve tu empresa]**.

Objetivo: que el lead entienda que el fallo puede estar en el sistema, no en él, y perciba que el equipo comprende por qué no funcionó.

4 Confirmar la prioridad

Entonces, conseguir **[resultado concreto]**, por ejemplo, **[esas 10 ventas al mes]**, es algo que te interesa resolver pronto, ¿verdad?

5 Proponer el adelanto de la cita

Antes de terminar, dos cosas. Por lo que me has contado, creo que podemos ayudarte. Además, tengo un hueco hoy o mañana a las **[hora]**. Si te encaja, podemos adelantar la llamada para revisar tu caso antes y avanzar más rápido. ¿Te vendría bien?

Si acepta

Perfecto, te cambio la cita a hoy a las **[hora]**. Será la misma llamada, solo que antes. Te envío el enlace y te lo confirmo por WhatsApp.

Si prefiere mantener la cita

Sin problema, **[nombre]**. Te lo proponía porque solemos tener más disponibilidad por si te encajaba mejor y queremos quitarte el menor tiempo posible. Mantenemos entonces el **[día]** a las **[hora]**. Para confirmarlo, ¿hay algo que pueda dificultar que asistas?

Esta confirmación refuerza el compromiso y ayuda a reducir las ausencias.

Presentar al responsable de la venta

La llamada será con **[nombre del closer]**, uno de nuestros especialistas en **[área]**. Lleva años ayudando a **[tipo de clientes]** a conseguir **[resultado específico]**.

03 Preparación y asistencia

Recurso entregado después de asistir

Objetivo: aumentar la probabilidad de asistencia con un incentivo claro, relacionado con el resultado que busca el lead.

> Por cierto, al asistir a la videollamada te regalaremos un pequeño recurso que entregamos solo a quienes se presentan. Es una herramienta práctica que usamos con nuestros clientes para **[beneficio rápido y tangible vinculado a su objetivo principal]**.

> La idea es que, al aplicarla, puedas empezar a ver **[resultado parcial positivo, como más contactos, claridad, estructura o ventas]**. Te la enviaremos justo después de la llamada, como agradecimiento por tu tiempo. ¿Te parece bien?

> Ejemplo de recurso: si hemos hablado de conseguir más clientes, una plantilla de prospección que usamos internamente para obtener los primeros 10 sin anuncios.

Vídeo de preparación antes de la llamada

Objetivo: elevar el nivel de conciencia y preparar la decisión de compra antes de la videollamada.

> Cuando terminemos, también te enviaré un vídeo breve que explica cómo resolver **[el obstáculo principal que has mencionado]**. Tenemos varios según cada caso.

- Cómo generar más clientes sin aumentar la inversión publicitaria.
- Cómo escalar sin que todo dependa de ti durante el día.
- Cómo automatizar la parte comercial si todavía no tienes equipo.

> Así podrás verlo antes de la cita y llegar con más claridad sobre lo que podemos hacer contigo. ¿Quieres que te envíe el que mejor encaje con lo que hemos hablado?