

# Evolucionana tu manera de **PROSPECTAR**

Mtro. Julio Fabián Lozoya  
González

The image features a green semi-transparent rectangular box in the center. Inside this box, the word "COFIDE" is written in a large, white, sans-serif font with a registered trademark symbol (®) to its upper right. Below "COFIDE", the words "CAPACITACIÓN EMPRESARIAL" are written in a smaller, white, sans-serif font. The background of the entire slide is a photograph of a man in a grey blazer standing in a meeting room, gesturing with his hands. In the foreground, there is a wooden desk with several laptops displaying charts and graphs, and some papers.

**COFIDE**<sup>®</sup>  
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

A thick, horizontal red brushstroke with a textured, painterly appearance, set against a solid black background. The stroke is slightly irregular and tapers at both ends.

*Julio Lozoya*

TEACHING GROUP

# Sesión 1

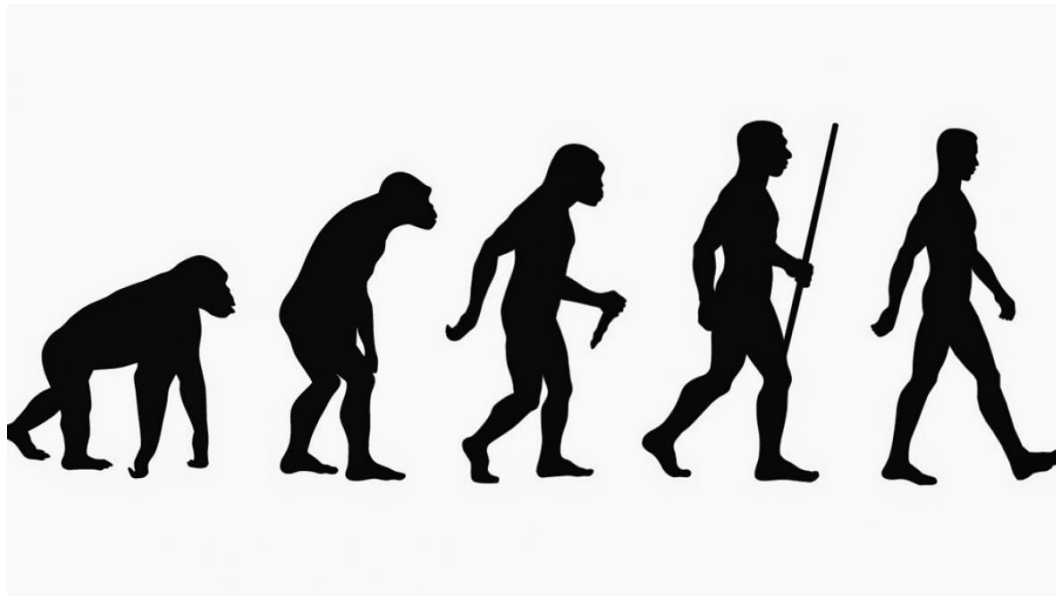
# Tema 1

## Cliente ideal

Antes

~~Identificar clientes potenciales~~

# Prospectar





# Rechazo

## Prospectar Hoy

Identificar PERSONAS a quienes podemos  
GENUINAMENTE ayudar con nuestros  
productos/servicios



# Cambio de actitud al prospectar

De querer presentar nuestros productos/servicios a escuchar a las personas para comprender sus problemas, necesidades y anhelo y entender si podemos ayudar



## Sistema Antiguo (Poco Internet)

Características del producto

## Sistema Antiguo actualizado (internet mas difundido)

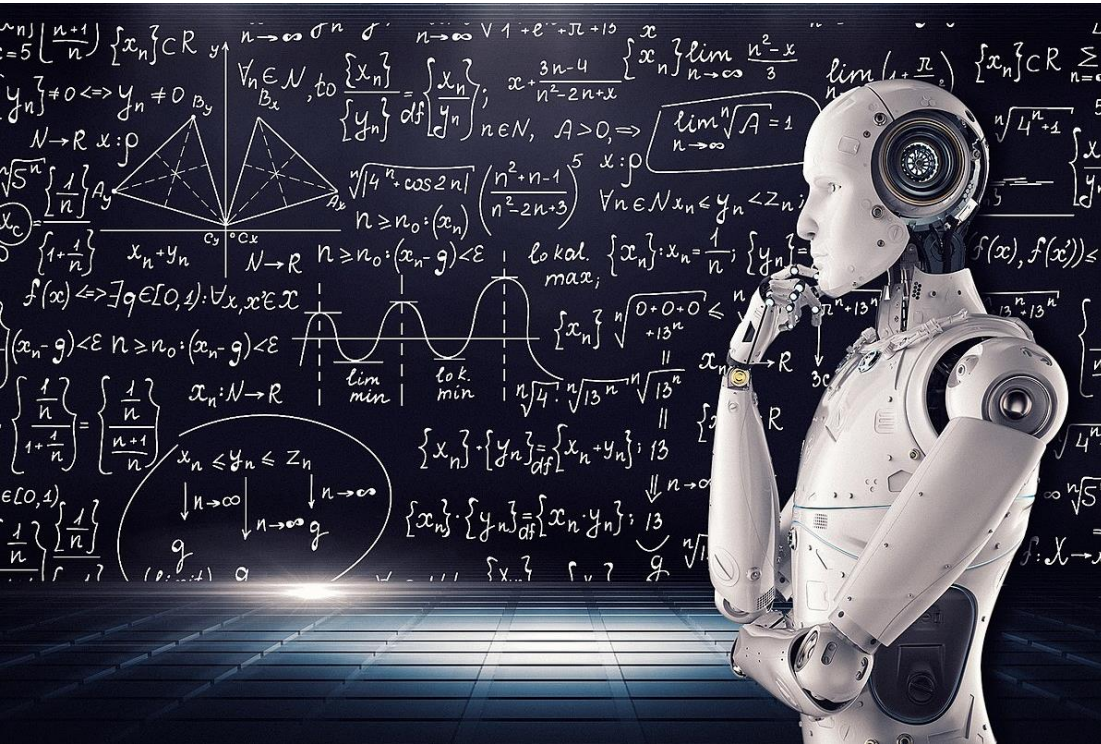
Beneficios

## Sistema Nuevo (AI)

Resolver problemas (solo te necesito si me puedes ayudar)

# Inteligencia Artificial

## Deep Learning



¿Tienen la inteligencia humana?

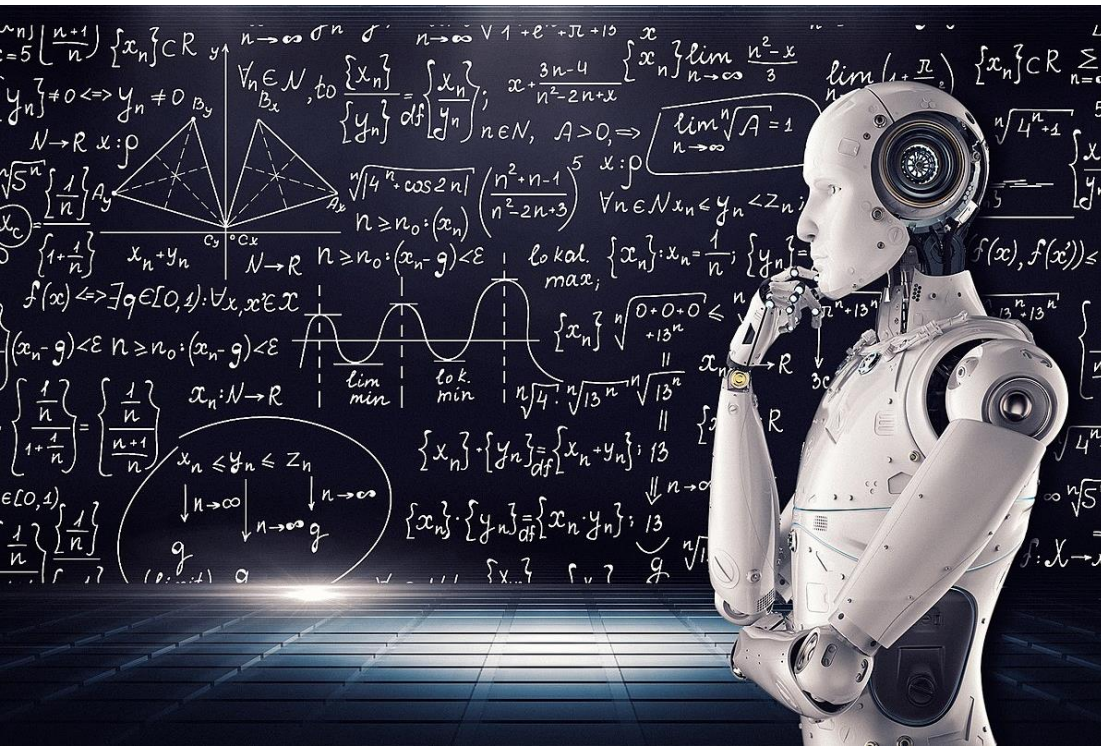
¿Como aprenden los seres humanos?

# ¿Como aprendemos?

## Inferencia

- Deducción: Silogismos (no genera nuevo conocimiento)
- Inducción: Experiencia “Todos los días sale el sol”  
(si genera nuevo conocimiento, pero puede tener errores)
- Abducción: Hipótesis y conjeturas (Resolver problemas, ciencia)

# Inteligencia Artificial

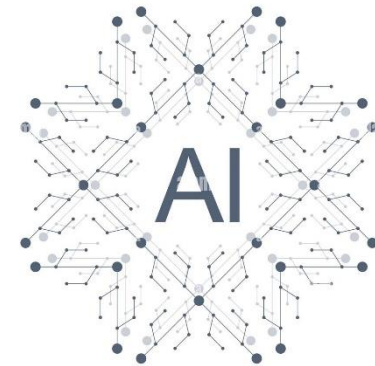


Usan deducción e inducción,  
pero **NO USAN ABDUCCIÓN**

Es inteligencia, pero está muy  
lejos de suplantar la inteligencia  
humana abductiva (Ciencia,  
resolución de problemas)

# ¿Quieres seguir vigente como vendedor?

Resuelve problemas



## Prospectar Hoy

Identificar PERSONAS a quienes podemos GENUINAMENTE ayudar con nuestros productos/servicios

Para poder prospectar es necesario definir, primero

**¿Qué problema resuelves?**



Todos vamos a definirlo, al final de este módulo, para poder prospectar

Luego...  
¿Quién tiene ese problema,  
necesidad o anhelo?

Finalmente...

¿Dónde están esas personas?

Vamos a dedicarnos a  
buscarlos para ayudarles

# Sólo buscaremos **CLIENTES IDEALES**

El nuevo sistema de ventas BASA SU ÉXITO en encontrar a las personas que podemos ayudar, no en convencer ni en persuadir a las personas

# ¿Qué es un cliente ideal?

¡Ayúdenme!, ¡Anótenlo!

# Cliente ideal

1. Tiene el problema que tu resuelves
2. Quiere resolverlo
3. Tiene dinero para pagar tus servicios
4. *Que esté guapo, que te caiga bien....*



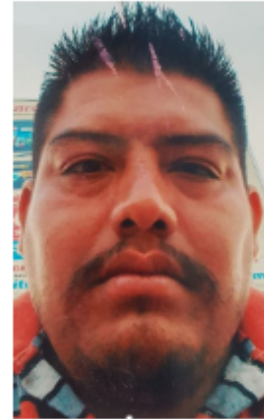
Al buscar a clientes ideales, nos aseguramos que las personas valoren nuestros servicios, porque “resolvemos sus problemas, necesidades y anhelos”

¿Cómo es tu cliente ideal?

## Buyer Persona

No es un rango de personas como en marketing, es un puesto, empresa, industria, tamaño.. alguien "tangibile" con quien podemos reunirnos

Es buscar una  
persona  
pérdida en la  
ciudad



**Gustavo Manubés Montero**

Fecha de nacimiento: 11 / 07 / 1988

Fecha de los hechos: 31 / 08 / 2017

Edad: 29 años

Nacionalidad: Mexicana

Género: Masculino

Estatura: 1.63 mts. aprox.

Peso: 85 Kg. aprox.

Cabello: lacio color negro

Ojos: café oscuro

Señas particulares: cicatriz en la base de la nariz,  
marcas en el hombro derecho por cargar tanques  
de gas, ambos brazos quemados por el sol

Vestimenta: playera cuello redondo color café,  
pantalón de mezclilla color azul marino, tenis  
amarillo fosforescente

Lugar de los hechos: Centro, Tabasco

**RESUMEN DE LOS HECHOS:** El día jueves 31 de agosto de 2017, a las 19:00 el  
C. GUSTAVO MANUBES MONTERO, salio de su centro trabajo y hasta este  
momento se desconoce su paradero.

**FGE TABASCO**

**(993) 313 65 50 Ext. 4210, 4074 y 4071.**

**Correos Electrónicos**

**Mail: [bdpersonas\\_desaparecidas@fiscaliatabasco.gob.mx](mailto:bdpersonas_desaparecidas@fiscaliatabasco.gob.mx)**

¿Cómo es tu cliente ideal?

Buyer Persona

Sólo entendiendo a tu cliente ideal podrás “discriminar” y dejar de venderle a todo ser vivo con pulso y que respire

# Armando Casas

Joven arquitecto de 30 años, dueño de su constructora, que se dedica a construir casas de interés social, vive en Polanco, tiene un jetta, dos hijos, casado, hace deporte, va al club Mundet, viaja por el interior de México una vez al mes, es agnóstico, es de centro en lo que respecta a la política, evita el tema



# “Vamos a discriminar” como hacen los médicos Gastroenterólogo

No quieres PROSPECTOS para presentar tus servicios, eso lo hace internet, quieres...

“encontrar personas a las que puedes genuinamente ayudar con tus productos/servicios”

# Tema 2.

# Necesidades



# Vender = Presentar

¿Porque los vendedores creen esto?



# amazon

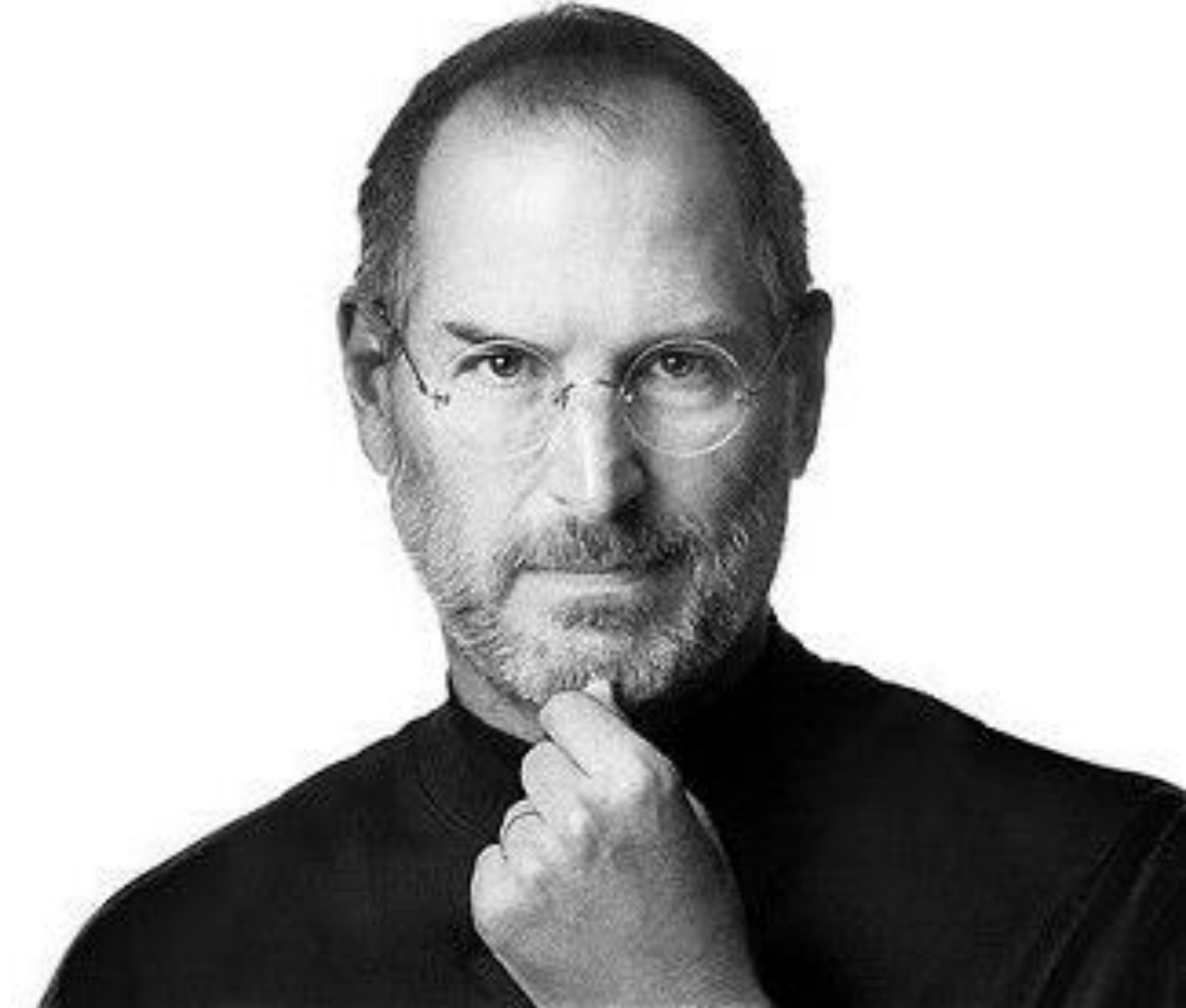
The Amazon logo, featuring the word "amazon" in a bold, lowercase, sans-serif font. Below the text is a curved orange arrow that starts under the 'a' and points to the right, ending under the 'n'.

Hoy es muy difícil que alguien te  
compre sólo por presentarle

# ¿Se pueden crear necesidades?

# iNO!

Es una gran mentira que alguien inventó



¡Deja de pretender crear necesidades!  
**SATISFACE LAS YA EXISTENTES**

Es mucho más rentable, como vendedor  
**Asumir que no podemos crear  
necesidades**



## Prospectar Hoy

Identificar PERSONAS a quienes podemos  
GENUINAMENTE ayudar con nuestros  
productos/servicios



# El vendedor actual se parece más a un médico que a un comercial



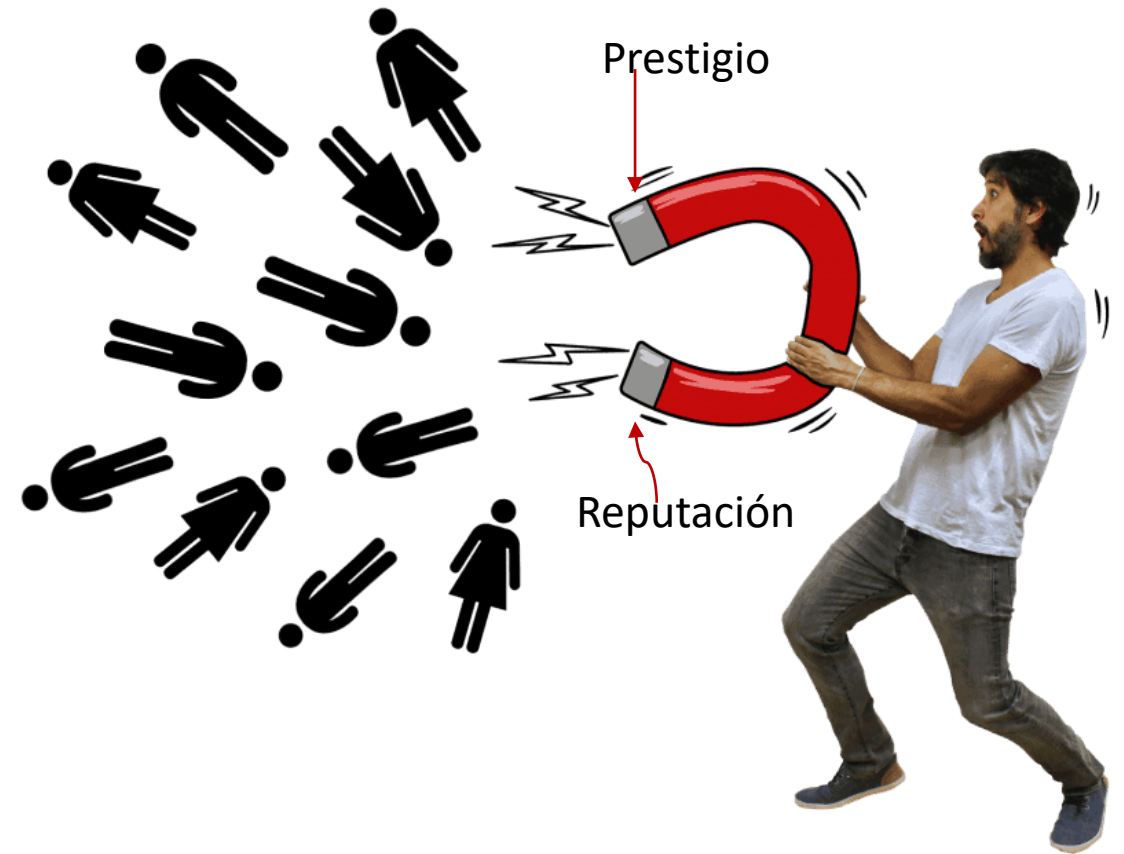
Hoy, pretender vender sin haber  
generado confianza es  
**IMPOSIBLE**

The new  
**MacBook Pro**



Las marcas ya  
no son  
suficientes

La clave del éxito en las ventas, actualmente, es **atraer** clientes por medio de tu prestigio y reputación

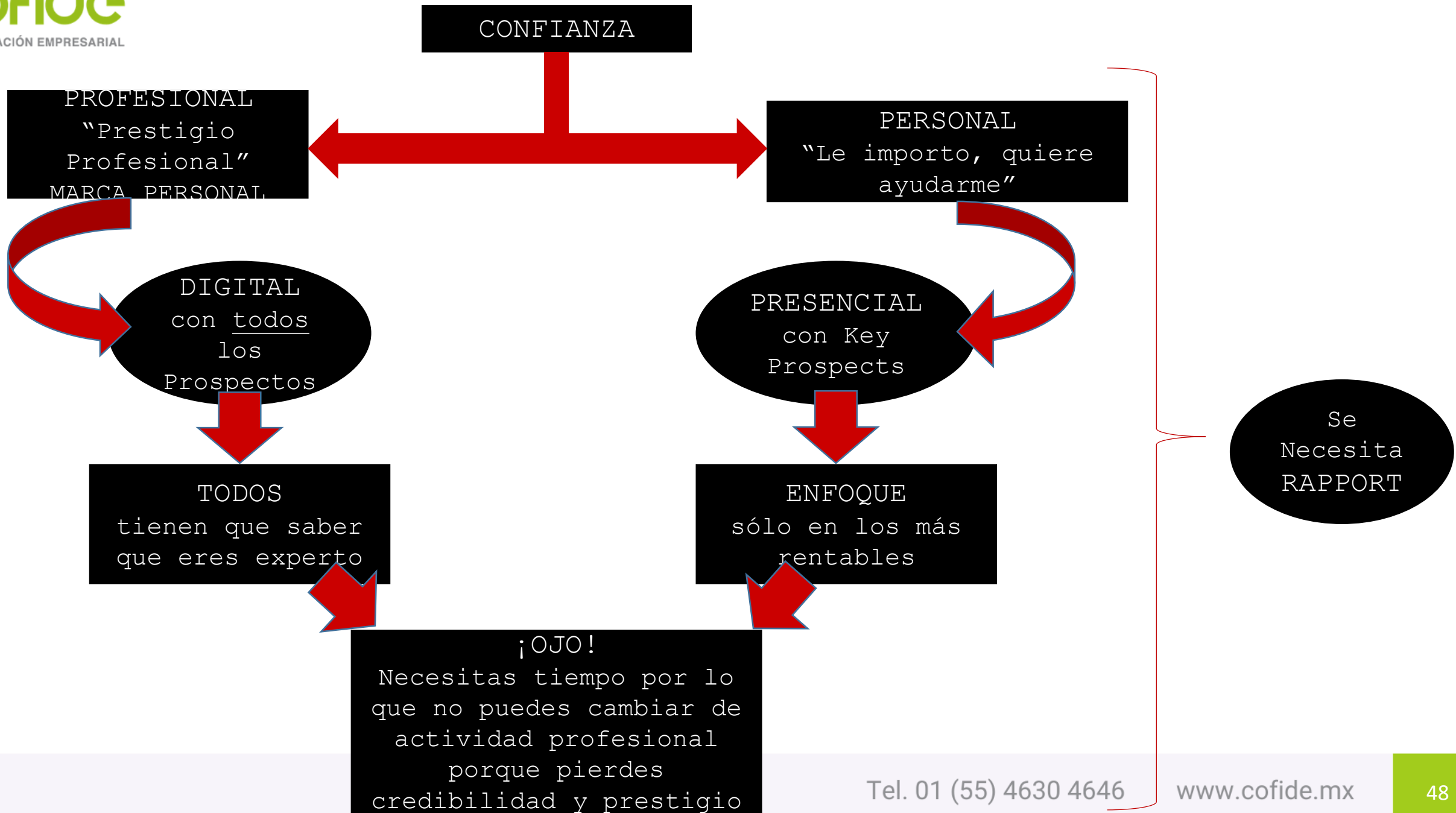


En lo que sigue hablaremos de  
**¿Cómo generar confianza a través de  
tu prestigio y reputación como  
vendedor?**

# ¿Cómo nos posicionamos como EL EXPERTO DE CONFIANZA?

# Tema 3.

## General confianza





Para poder vender, en el nuevo sistema de ventas, es necesario crear Rapport, es decir, conectar con los prospectos, escucharlos, entenderlos

**crear una relación estrecha con los prospectos**

**interesarnos de manera genuina en ellos**

Pero no confundir queriendo “hacer amigos” .....



# El vendedor energético de antes

# Rapport

# Rapport

Es el fenómeno en el que dos o más personas sienten que están en sintonía psicológica y emocional (simpatía) porque se sienten similares o se relacionan bien entre sí

# Rapport

Video de  
David Alonso García experto en PNL



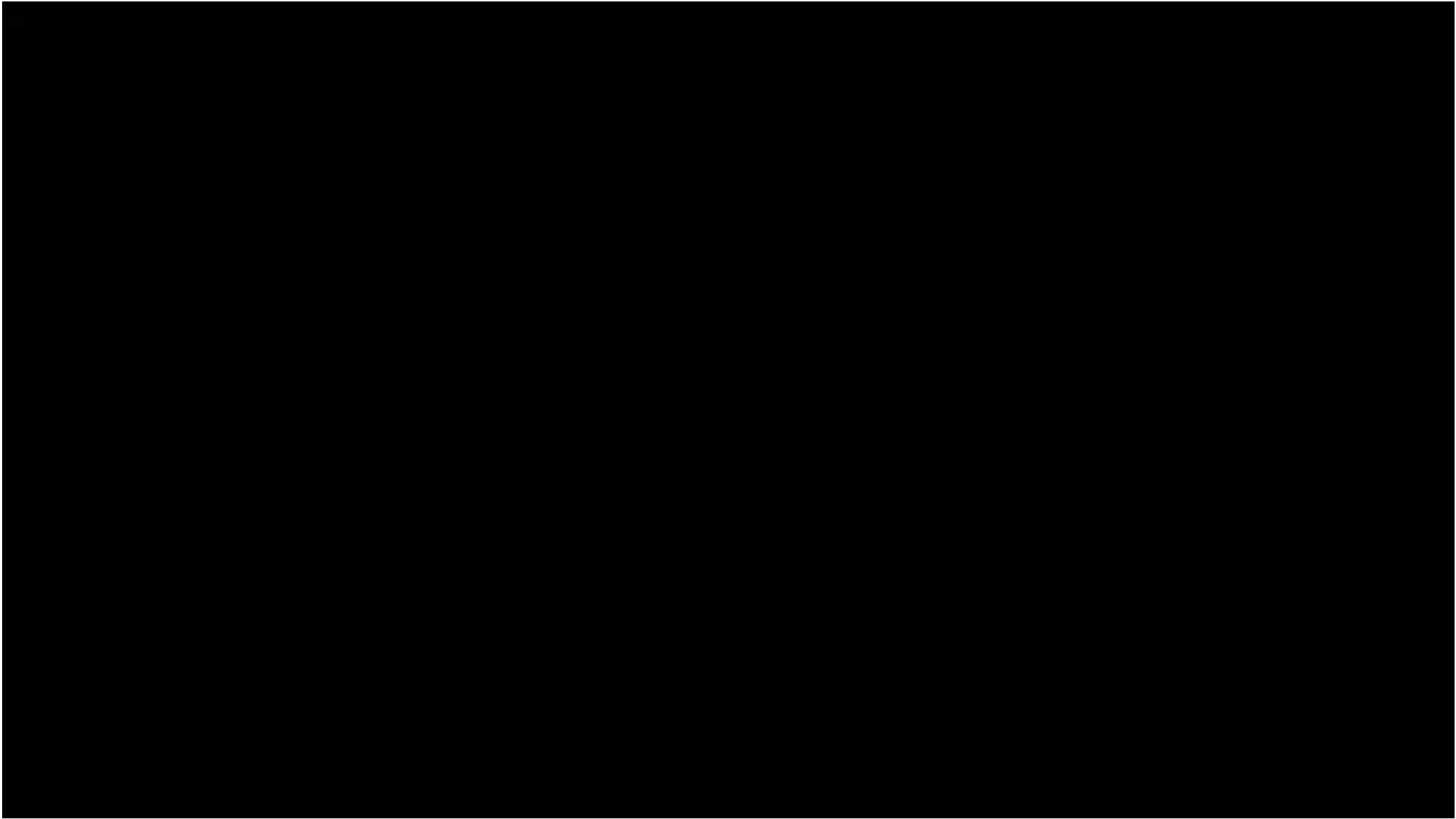
# Importante

Cuando quieres conectar con una persona con al intención de venderle, ¡se nota!, ¡se siente!  
Por eso es importante que de manera genuina te intereses en la persona



# Importante

Tus reales intenciones son detectadas y anticipadas por las Neuronas Espejo



No podemos engañar a las Neuronas Espejo  
**¿Qué hacemos entonces?**

Convencerte a ti mismo que  
**QUIERES AYUDAR A RESOLVER  
PROBLEMAS**

Cuando logres esto, la magia sucederá

# En resumen

- Prospectar es identificar personas a las que podemos genuinamente ayudar con nuestros productos/servicios
- Necesitas olvidarte de comunicar las características y beneficios de tus productos / servicios y debes entender, en cambio, que problema resuelves
- Vamos a definir que problema. Necesidad o anhelo resuelves con tus productos/servicios
- Vas a identificar también, quien tiene ese problema, necesidad o anhelo
- Vas a aterrizar tu concepto de cliente ideal, en un buyer persona, con la intención de encontrar a esa persona entre la multitud

- Una vez que hayas encontrado a tu buyer persona, vas a comunicarles que eres un experto de confianza con la intención de ganarte su confianza y que te permitan ayudarles
- Debes ser genuino con tus intenciones de ayudar, debes dejar en un papel secundario tus intenciones de hacer que la gente compre tus productos, lo primordial es ayudarles a resolver su problema, eso te permitirá hacerte de una reputación magnética que atraiga a otras personas para que les ayudes

# Prospectar (conclusión)

Perseguir



Antes vs Ahora

Atraer





# PRÁCTICA

Para la próxima sesión

1. ¿Qué problema resuelves **TU** con tus productos y servicios?
2. ¿Quién tiene ese problema, necesidad o anhelo? Responde con un buyer persona que contenga: Nombre, puesto, responsabilidad dentro de la empresa, características importantes que nos permitan encontrarlo
3. ¿Dónde están esas personas? Responde definiendo tipo de empresa, industria y demás datos que nos permitan ir ahí a buscar a las personas que tienen el problema que resuelves

# PRÁCTICA

Para la próxima sesión

Recibirás dos formatos de ayuda para tu práctica

- Guía “Tu, ¿Qué problema resuelves?”
- Formato “Define a tu buyer persona”

La próxima sesión, de manera individual, revisaremos los avances y haremos ajustes

# Sesión 2

Cada uno de los participantes debe definir

1. El problema, necesidad o anhelo que resuelve con los productos/servicios de la empresa
2. El Buyer Persona que tiene ese problema, necesidad o anhelo

# Tema 1.

## Tus productos

# Tus productos

Características y beneficios

¿Qué productos/servicios vendes?

Anótalos

# Tema 2.

## ¿Qué problema resuelves?

¿Qué problemas, necesidades o anhelos  
resuelves con tus productos/servicios?

Anótalos

Debe ser un problema, necesidad o anhelo que sepas y te  
guste resolver



## TIPS

Para definir el  
problema que  
resuelves



# Tema 3.

## ¿Quién tiene esos problemas?

¿Quién tiene esos problemas, necesidades o  
anhelos?

Anótalos

BUYER PERSONA

# Formato Define a tu buyer persona

DEFINE A TU BUYER PERSONA																																																			
¿QUÉ PRODUCTO O SERVICIO VENDES?																																																			
¿QUÉ PROBLEMA, NECESIDAD O ANHELO SOLUCIONA TU PRODUCTO O SERVICIO?																																																			
PERFIL DE TU BUYER PERSONA																																																			
DATOS DEMOGRÁFICOS	COMPORTAMIENTOS																																																		
<table border="1"> <tr><td>EDAD</td><td></td></tr> <tr><td>SEXO</td><td></td></tr> <tr><td>¿DONDE VIVE?</td><td></td></tr> <tr><td>¿A QUÉ SE DEDICA?</td><td></td></tr> <tr><td>NIVEL SOCIO-ECONÓMICO</td><td></td></tr> </table>	EDAD		SEXO		¿DONDE VIVE?		¿A QUÉ SE DEDICA?		NIVEL SOCIO-ECONÓMICO		<table border="1"> <tr><td>¿UTILIZA REDES SOCIALES?</td><td></td></tr> <tr><td>¿CUALES UTILIZA?</td><td></td></tr> <tr><td>¿COMPRA POR INTERNET?</td><td></td></tr> <tr><td>¿COMPRA EN TIENDAS FÍSICAS?</td><td></td></tr> <tr><td>¿LEE REVISTAS ANTES DE COMPRAR?</td><td></td></tr> <tr><td>¿QUÉ MÉTODOS DE PAGO PREFERE?</td><td></td></tr> <tr><td>OTROS COMPORTAMIENTOS RELEVANTES (Ejemplo: Es viajero frecuente, suele visitar grandes shoppings, etc.)</td><td></td></tr> </table>	¿UTILIZA REDES SOCIALES?		¿CUALES UTILIZA?		¿COMPRA POR INTERNET?		¿COMPRA EN TIENDAS FÍSICAS?		¿LEE REVISTAS ANTES DE COMPRAR?		¿QUÉ MÉTODOS DE PAGO PREFERE?		OTROS COMPORTAMIENTOS RELEVANTES (Ejemplo: Es viajero frecuente, suele visitar grandes shoppings, etc.)																											
EDAD																																																			
SEXO																																																			
¿DONDE VIVE?																																																			
¿A QUÉ SE DEDICA?																																																			
NIVEL SOCIO-ECONÓMICO																																																			
¿UTILIZA REDES SOCIALES?																																																			
¿CUALES UTILIZA?																																																			
¿COMPRA POR INTERNET?																																																			
¿COMPRA EN TIENDAS FÍSICAS?																																																			
¿LEE REVISTAS ANTES DE COMPRAR?																																																			
¿QUÉ MÉTODOS DE PAGO PREFERE?																																																			
OTROS COMPORTAMIENTOS RELEVANTES (Ejemplo: Es viajero frecuente, suele visitar grandes shoppings, etc.)																																																			
INTERESES	PROBLEMA / SOLUCIÓN																																																		
<table border="1"> <tr><td>LIBROS</td><td></td></tr> <tr><td>SERIES</td><td></td></tr> <tr><td>PELÍCULAS</td><td></td></tr> <tr><td>EDUCACIÓN</td><td></td></tr> <tr><td>HOBBIES</td><td></td></tr> <tr><td>DEPORTES</td><td></td></tr> <tr><td>REFERENTES</td><td></td></tr> <tr><td>VIDA SOCIAL</td><td></td></tr> <tr><td>REDES SOCIALES</td><td></td></tr> <tr><td>LUGARES FÍSICOS</td><td></td></tr> <tr><td>COMIDAS</td><td></td></tr> <tr><td>SITIOS WEB</td><td></td></tr> <tr><td>MÚSICA</td><td></td></tr> <tr><td>OTROS INTERESES</td><td></td></tr> </table>	LIBROS		SERIES		PELÍCULAS		EDUCACIÓN		HOBBIES		DEPORTES		REFERENTES		VIDA SOCIAL		REDES SOCIALES		LUGARES FÍSICOS		COMIDAS		SITIOS WEB		MÚSICA		OTROS INTERESES		<table border="1"> <thead> <tr> <th>PROBLEMA</th> <th>SOLUCIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	PROBLEMA	SOLUCIÓN																				
LIBROS																																																			
SERIES																																																			
PELÍCULAS																																																			
EDUCACIÓN																																																			
HOBBIES																																																			
DEPORTES																																																			
REFERENTES																																																			
VIDA SOCIAL																																																			
REDES SOCIALES																																																			
LUGARES FÍSICOS																																																			
COMIDAS																																																			
SITIOS WEB																																																			
MÚSICA																																																			
OTROS INTERESES																																																			
PROBLEMA	SOLUCIÓN																																																		
	DESCRIPCIÓN GENERAL																																																		
	EMPRESA																																																		
	<table border="1"> <tr><td>CANTIDAD DE EMPLEADOS</td><td></td></tr> <tr><td>GIRO</td><td></td></tr> <tr><td>MERCADO</td><td></td></tr> <tr><td>INDUSTRIA</td><td></td></tr> <tr><td>PRINCIPAL ACTIVIDAD</td><td></td></tr> <tr><td>NACIONAL O INTERNACIONAL</td><td></td></tr> <tr><td>DIRECCION OFICINAS CENTRALES</td><td></td></tr> <tr><td>WEBSITE</td><td></td></tr> <tr><td>TELÉFONO</td><td></td></tr> <tr><td>WHATSAPP</td><td></td></tr> <tr><td>OTROS DATOS IMPORTANTES</td><td></td></tr> </table>	CANTIDAD DE EMPLEADOS		GIRO		MERCADO		INDUSTRIA		PRINCIPAL ACTIVIDAD		NACIONAL O INTERNACIONAL		DIRECCION OFICINAS CENTRALES		WEBSITE		TELÉFONO		WHATSAPP		OTROS DATOS IMPORTANTES																													
CANTIDAD DE EMPLEADOS																																																			
GIRO																																																			
MERCADO																																																			
INDUSTRIA																																																			
PRINCIPAL ACTIVIDAD																																																			
NACIONAL O INTERNACIONAL																																																			
DIRECCION OFICINAS CENTRALES																																																			
WEBSITE																																																			
TELÉFONO																																																			
WHATSAPP																																																			
OTROS DATOS IMPORTANTES																																																			
PUESTO / RESPONSABILIDAD																																																			
RAZONES POR LAS QUE COMPRA TU PRODUCTO/SERVICIO																																																			

## TIPS

# Para definir tu BUYER PERSONA



# Tema 4

## ¿Dónde están?

# ¿Dónde puedes encontrar a tu BUYER PERSONA? Anótalo

# PRÁCTICA

Para la próxima sesión

1. Cada participante va a conseguir, de preferencia en LinkedIn, **100 personas** que cumplan con las características definidas para el BUYER PERSONA y conseguirá sus datos de contacto (mail, whatsapp, teléfono del conmutador de la empresa)
2. La próxima sesión mostrarán el listado en Excel con estas columnas: Nombre, Puesto, Empresa, Contacto (mail, whatsapp, tel ofna)



# PRÁCTICA

Para la próxima sesión

Ejemplo de búsqueda de contactos en LinkedIn

# Sesión 3

# Tema 1.

# Vendedor de Valor



¿Quieres vender más?  
*Be an Expert!*

*Julio López*



# Tema 2.

## Comparte valor con tus prospectos

## COMPARTE VALOR CON TUS PROSPECTOS

Ahora si, el momento de que el mundo sepa que eres un experto en resolver ese problema que tú resuelves con los productos y servicios de la empresa, ha llegado.

# COMPARTE VALOR CON TUS PROSPECTOS

## INSTRUCCIONES

Lo que vamos a hacer es muy sencillo vas a escribir un ¿sabías qué? breve, de 80 palabras, acerca del problema que tú resuelves, ese en el que eres experto y en el que ayudarás a las personas a resolver

# COMPARTE VALOR CON TUS PROSPECTOS

## INSTRUCCIONES

Una vez escrito, eso que escribiste será tu primera entrada de un blog, pero además lo pondremos en vídeo para que aprendas hablar frente a la cámara, con una herramienta que te va a facilitar las cosas de una manera espectacular.



# COMPARTE VALOR CON TUS PROSPECTOS

## INSTRUCCIONES

Adelante, manos a la obra, escribe esas 80 palabras y grábalas en video.

Mucho éxito, disfrútalo, diviértete haciéndolo

# Tema 3.

## 100 prospectos

## 100 prospectos

Recuerdas la lista que hiciste con 100 nombres de personas que cumplen el perfil del BUYER PERSONA, bueno, ahora vas a compartirles a ellos el ¿sabías que?

1. ¿Tienes los datos de contacto?
2. ¿Está “bien para enviarse”?, ¿le arreglarías algo para enviarlo?

## 100 prospectos

Además, vas a subir a la red social que más impacto tenga entre tu buyer persona el ¿sabías que?

¿Qué quieres que suceda después de que les hayas enviado tu ¿sabías que?

**ADELANTE, ¡Manos a la obra!**



**POR SU  
ATENCIÓN  
¡GRACIAS!**

**COFIDE**<sup>®</sup>  
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

# CONTÁCTANOS



## PÁGINA WEB

[www.cofide.mx](http://www.cofide.mx)



## TELÉFONO

01 (55) 46 30 46 46

## DIRECCIÓN



Av. Río Churubusco 594 Int. 203,  
Col. Del Carmen Coyoacán, 04100  
CDMX

## SIGUE NUESTRAS REDES SOCIALES



COFIDE



Cofide SC



Cofide SC



@cofide.mx