

MANUAL DE FORMACIÓN · CLOSER MBA'APO

Cerrá como un profesional.

Aperturas que abren puertas de verdad. Preguntas que descubren dolor real. Y objeciones que se responden con los números del prospecto — nunca con descuentos, nunca con presión, nunca con promesas vacías.

LO QUE HAY ADENTRO

- | | |
|--|---|
| 01 La mentalidad — cómo piensa un closer | 02 Las aperturas — los primeros 10 segundos |
| 03 El descubrimiento — preguntas que duelen | 04 El control — encaminar la conversación |
| 05 La presentación — el puente al precio | 06 Las objeciones — el playbook completo |
| 07 El cierre — urgencia honesta y después del sí | 08 El seguimiento — donde vive la plata |

“No necesitás aprender a vender más.
Necesitás aprender a **diagnosticar mejor** — y a cobrarlo **sin culpa**.”

“Nadie le regatea el precio a un buen médico. Porque antes de cobrar, el médico **diagnosticó**. Diagnosticó primero. Prescribió después.

Tu trabajo no es vender páginas web.

Es cobrar la deuda que la **invisibilidad** le debe a un negocio que hace bien su trabajo. Cuando cambiás el marco — de “estoy vendiendo una página” a “estoy diagnosticando por qué un buen negocio no aparece” — dejás de ser un vendedor molesto y pasás a ser el profesional que trae la solución. Y a los profesionales no se les discute el precio: se les agradece.

1 EL QUE PREGUNTA, CONTROLA

Quien hace las preguntas dirige la conversación. Hablá menos de lo que sabés; preguntá más de lo que ellos no saben de sí mismos.

2 DIAGNÓSTICO ANTES DE RECETA

Nunca presentes la oferta antes de conocer el dolor. Una receta sin diagnóstico es spam con buena letra.

3 EL PRECIO SE DEFIENDE CON NÚMEROS

Si el valor no está claro, un precio más bajo no lo salva. Si está claro, el precio es un detalle administrativo.

4 LA HONESTIDAD VENDE MÁS QUE LA PROMESA

“No te garantizo clientes” abre más puertas que cualquier exageración. Cero humo = cero desconfianza.

5 VENDÉ EL COSTO DE ESPERAR

La comparación nunca es “con o sin página”. Es “página ahora” contra cada mes perdiendo clientes sin saberlo.

6 LA FORTUNA VIVE EN EL SEGUIMIENTO

La mayoría de las ventas caen entre el 3.º y el 5.º contacto. El que sigue con elegancia, cobra.

$$\text{VALOR PERCIBIDO} = (\text{Resultado soñado} \times \text{Certeza de lograrlo}) \div (\text{Tiempo} \times \text{Esfuerzo})$$

RESULTADO

Que lo encuentren y lo elijan en Google, las 24 h.

CERTEZA

Páginas reales hechas, revisión previa y garantía de 30 días.

TIEMPO

3 a 5 días hábiles. No meses, no “pronto”.

ESFUERZO

Cero para el cliente: mandar fotos y datos. Nada más.

PECADO 1 — regatearse a sí mismo

Bajar el precio antes de que lo pidan. Si vos dudas de tu valor, él duda por vos. **El precio se enuncia una vez y se defiende con números.**

PECADO 2 — explicar de más

Después de un “sí” o de un precio, cada palabra extra siembra duda. **Pregunta, escuchá, silencio.** El que explica de más parece que pide permiso.

PECADO 3 — prometer clientes

Es la promesa que nadie puede cumplir y todos desconfían al instante. **Prometé presencia y mostrá casos:** eso sí lo controlás.

Tu trabajo en cada conversación: subir el numerador (sueño y certeza) y aplastar el denominador (tiempo y esfuerzo).

“ La primera línea no vende. **Gana el derecho** a una segunda línea.

LAS 4 REGLAS DE TODA APERTURA

- | | | | |
|---|--|---|---|
| a) Nunca abras con “somos una agencia de diseño web”. Suena a todos los demás, y todos los demás ya fue ignorado. | b) Abrí con una observación real de su negocio. Especificidad = credibilidad. 2 minutos de investigación antes de escribir. | c) Pedí permiso por poco tiempo: “2 minutos” recibe un sí casi siempre. | d) Si preguntan “¿qué ofrecés?”, respondé con una pregunta, no con el catálogo. |
|---|--|---|---|

WHATSAPP FRÍO Apertura 1 – “El hallazgo” · LA MÁS POTENTE

Hola [Nombre], te escribo por esto: busqué “[rubro] en [ciudad]” en Google y tu negocio apareció en la página 3, debajo de [competencia], que hace menos trabajo que vos. **Tengo una idea de por qué pasa.** ¿Te la muestro en 2 minutos? Si no tiene sentido, te lo digo honesto.

POR QUÉ FUNCIONA: es una observación verificable, no una opinión. Micro-compromiso (2 min) + cláusula de honestidad que desarma la guardia. Nadie puede discutir lo que Google muestra.

WHATSAPP FRÍO Apertura 2 – “El elogio con evidencia”

¡Buenas, [Nombre]! Vi las fotos del trabajo en tu Facebook – **el [proyecto específico] quedó excelente.** Y una observación: el problema de tu negocio no es el trabajo. Es que **Google no lo muestra.** ¿Te muestro qué ve un cliente cuando te busca? Gratis, sin compromiso.

POR QUÉ FUNCIONA: el elogio específico prueba que no es mensaje en cadena. El giro “el problema no es X” crea un vacío de curiosidad que solo vos podés llenar.

REFERIDO Apertura 3 – “El puente”

Hola [Nombre], te escribo por recomendación de [Referente]: le acabamos de armar la página y la ficha de Google, y me dijo que hacés [rubro] en [zona]. Antes de contarte cualquier cosa: **¿hoy de dónde te llegan tus clientes?**

POR QUÉ FUNCIONA: la confianza viene importada del referente, y la primera pregunta ya arranca el diagnóstico a los 10 segundos. No sos un desconocido: sos “el de [Referente]”.

EL SEGUNDO MENSAJE – DONDE LA MAYORÍA ABANDONA

Si responde con una pregunta: ganaste. Respondé corto y devolvé otra pregunta. Pregunta por pregunta, la conversación avanza hacia el diagnóstico.

Si responde “¿qué ofrecen?”: no mandes el catálogo. “**Depende – ¿hoy de dónde te llegan los clientes?**” Primero el diagnóstico; la oferta después.

Si no responde en 48 h: un solo follow-up con valor nuevo (un caso de su rubro), y agenda: “te escribo el jueves”. Sin rogar, sin doble mensaje.

INBOUND · ESCRIBIÓ A NOSOTROS

Apertura 4 — “El filtro honesto”

¡Buenas, [Nombre]! Gracias por escribir. Antes de hablarte de precios, dejame hacerte **2 preguntas rápidas** — así te digo honestamente si esto te sirve, o si **no te conviene** y te lo digo también. ¿Va?

POR QUÉ FUNCIONA: nadie espera que un vendedor se descalifique a sí mismo de la venta. Eso compra credibilidad instantánea — y te entrega el control de la conversación.

VISITA / LLAMADA

Apertura 5 — “El diagnóstico en vivo”

¡Buen día! ¿[Nombre]? Estoy trabajando con [rubro]s de [zona] en Google y pasé por tu local. Te cuento lo único que encontré: cuando alguien te busca en el teléfono, **primero aparece tu competencia**. ¿Te doy 90 segundos para mostrarte cómo se arregla, o prefieres que pase en otro momento?

POR QUÉ FUNCIONA: la pregunta A/B (“ahora o después”) evita el sí/no. El dato concreto justifica la interrupción: no venís a vender, venís con un hallazgo.

WHATSAPP FRÍO

Apertura 6 — “La competencia que ya gana”

[Nombre], pregunta rápida: ¿sabés quién aparece primero en Google cuando alguien busca tu rubro en tu zona? Te digo: **es [competencia]**. No es mejor que vos — solo se ve primero. Y eso tiene arreglo, más simple de lo que pensás.

POR QUÉ FUNCIONA: dolor por comparación, sin insultar a nadie. “Más simple de lo que pensás” baja el miedo técnico antes de que aparezca.

ANTES DE ESCRIBIR TU PRIMER MENSAJE, CHEQUEÁ

Variante de respeto: si el prospecto suena mayor o formal, cambiá el “vos” por “usted”. El resto del guión queda igual.

Nunca en la apertura: el precio, la palabra “promo”, audios largos ni el catálogo completo.

El único objetivo: ganar la siguiente respuesta. Una venta se empieza a cobrar desde el segundo mensaje.

TONO PROFESIONAL — contadores, inmobiliarias, médicos

Usted, cero emojis, datos antes que adjetivos. “Encontré tres estudios contables en Asunción con ficha incompleta. El suyo es uno.”

TONO CERCANO — oficios, talleres, emprendedores

Vos, directo, con ejemplos de su mundo. “Mire: la gente busca ‘plomero en Ñemby’ y vos no salís. Salir cuesta menos de lo que pensás.”

TONO OCUPADO — el que responde a las 22 h con una palabra

Mensajes de 2 líneas máximo, una sola pregunta por mensaje, cero párrafos. Le escribís como quiere que le escriban: **corto y a lo útil**.

03 EL DESCUBRIMIENTO

PREGUNTAS QUE DUELEN – EL DIAGNÓSTICO EN 4 CAPAS

1
SITUACIÓN
cómo trabaja hoy

2
DOLOR
qué le molesta hoy

3
COSTO
cuánto le cuesta el dolor

4
SUEÑO
qué quiere lograr

No pasás de capa sin preguntar. Y no presentás nada hasta terminar la capa 4. Sin excepciones.

1 SITUACIÓN — entender cómo consigue clientes hoy

- ¿Hoy, de dónde te llegan los clientes?
Dejalo hablar 2 minutos. Anotá sus palabras exactas.
- ¿Cuánto de eso te lo debe Google o Facebook? ¿Tenés ficha o página hoy? ¿Quién la cuida?

2 DOLOR — que él mismo vea la herida

- Cuando alguien te busca en Google, ¿qué encuentra? ¿Lo sabés?
Si duda: “¿te muestro ahora mismo?” — abrí el teléfono DELANTE de él. Google no miente.
- ¿Cuándo fue la última vez que una consulta nueva te escribió de la nada?
- ¿Perdiste algún trabajo porque nunca te encontraron? ¿Qué pasó?

3 COSTO — la capa que paga la venta. Anotá los números.

- Un trabajo tuyo promedio, ¿cuánto deja?
ANOTÁ ese número: es tu arma de cierre. Lo llamamos [X].
- ¿Cuántas consultas nuevas creés que perdés por mes por no aparecer?
Lo llamamos [N].
- Entonces si perdés [N] trabajos al mes... ¿cuánto es eso en un año?
Silencio. Que él haga la cuenta. No la hagás vos.

4 SUEÑO — conectar la solución con lo que quiere de verdad

- Si en 6 meses el teléfono te suena solo, ¿qué cambia para vos y para tu familia?
- ¿Qué te gustaría que la gente vea al buscarte? ¿Qué tipo de trabajo querés que te llamen más?

LA TRANSICIÓN A LA PRESENTACIÓN (SOLO DESPUÉS DE LA CAPA 4)

Con lo que me contás, te voy a ser honesto: tu trabajo está a la vista de quien ya te conoce, e invisible para quien podría pagarte. Eso tiene solución simple. ¿Te la muestro en 3 minutos?

“ No controlás una conversación hablando más. La controlás decidiendo **qué se pregunta después.**

1 · EL PERMISO PASO A PASO

“¿Te parece si te hago **3 preguntas rápidas** y te digo honestamente si esto tiene sentido para tu caso? Si no lo tiene, te lo digo y no te robo más tiempo.” El sí inicial compromete al flujo completo.

2 · LA ETIQUETA

Nombrá lo que siente **antes** de responder: “Te entiendo, a todos les pasa al principio.” La gente baja la guardia cuando se siente entendida, no convencida. Pero primero: escuchá completo.

3 · EL REENCAUZE POR PREGUNTA

Si se va a las nubes (“es que el país está difícil”), no discutas: “**Sí, y justamente por eso te pregunto: de los clientes que sí te quedan, ¿de dónde vienen?**” Toda desvío vuelve por pregunta.

4 · EL ECO Y EL SILENCIO

Repetí su número (“¿300 mil... por trabajo?”) y **callate 5 segundos**. El eco hace que el número pese; el silencio hace que lo procese. Quien habla primero después de la cuenta, cede.

5 · EL RELOJ VISIBLE

“Tengo 5 minutos y te muestro lo esencial; si te interesa, seguimos después.” Tu tiempo escaso = valor de tu tiempo = él presta atención **ahora**.

6 · SEÑALES DE COMPRA

Pregunta el plazo (“¿en cuánto está listo?”), revisa su Google delante tuyo, pregunta cómo se paga, menciona al socio... **Señal de compra + más explicación = venta muerta**. Pasá al cierre.

EL CAMINO COMPLETO, SIEMPRE EN ESTE ORDEN

1 · APERTURA

Hallazgo específico + pregunta.

2 · PERMISO

“¿3 preguntas y te digo si aplica?”

3 · DIAGNÓSTICO

4 capas. Anotá [X] y [N].

4 · TRANSICIÓN

“¿Te la muestro en 3 min?”

5 · PRESENTACIÓN

Puente + precio con marco.

6 · CIERRE

O una venta, o una cita con fecha.

LA REGLA DE SALIDA — NINGUNA CONVERSACIÓN TERMINA EN HUMO

Ninguna conversación se cierra con “después te busco”. Se cierra con “**te escribo el jueves a las 10, ¿va?**” Fecha y hora, o no existe. Lo que no está agendado, no pasa.

NOVATO VS. CLOSER — LA MISMA CONVERSACIÓN, DOS RESULTADOS

✗ EL NOVATO...

Abre con “somos una agencia de diseño web”.

Presenta la oferta en el primer minuto.

Nombra el precio desnudo y espera el no.

Responde “es caro” con un descuento.

Suelta un “luego te escribo” y reza.

✓ EL CLOSER...

Abre con un hallazgo específico del negocio de él.

Diagnostica las 4 capas antes de mostrar nada.

Lo divide por el valor de un trabajo suyo, que él mismo dijo.

Responde con sus números: [X] y [N]. El descuento no existe.

Agenda día y hora antes de cerrar el chat. Siempre.

1

SU DOLOR, EN SUS PALABRAS

“Vos me dijiste: ‘**nadie me encuentra y pierdo como 2 trabajos al mes**’. Exactamente eso es lo que vamos a arreglar.” Usá las frases que anotaste. Su frase exacta vale más que tu mejor argumento.

2

LA PRESCRIPCIÓN COMPLETA

“Esto es lo que te corresponde a tu caso”: página profesional con **dominio .com** + **ficha de Google Business optimizada** + **WhatsApp Business listo** + hasta **15 fotos** + **SEO básico** + sistema de **reseñas con link y QR**. Todo armado por nosotros, entrega en **3-5 días hábiles**. Vos solo mandás fotos y datos.

3

LA PRUEBA, NO LA PROMESA

“No es teoría: te mando la página de [negocio de su rubro] – **mirá cómo aparece él en Google**.” Ejemplo real de su mismo rubro > cualquier slide. Si no hay de su rubro, del más parecido. **Nunca prometas clientes; mostrá casos.**

4

EL PRECIO, CON MARCO Y CON CUENTA

Nunca el número desnudo: “**Un trabajo tuyo deja [X] – me lo dijiste vos. La página completa, con todo lo que te conté, cuesta Gs. 1.650.000, pago único: menos que dos trabajos tuyos. Y trabaja todos los días del año, feriados incluidos.**”

EL BONO, SIEMPRE AL FINAL (NUNCA EN EL MEDIO)

“Y mirá, además: el primer mes de mantenimiento lo cubrimos nosotros – cambios en tu página, respuesta a reseñas y publicaciones en tu ficha de Google, sin costo el primer mes. Después querés seguir o no: lo decidís vos.” → El bono cierra el sí; el upsell del mantenimiento se hace el día 30, no hoy.

✗ NO LO DIGAS ASÍ

- ✗ “La página sale 1.650.000.” (frío, sin marco)
- ✗ “Tenés que pagar todo por adelantado.”
- ✗ “Está en promoción / te hago descuento.”
- ✗ “No sé, fijate si te sirve...”

✓ DECILO ASÍ

- “Menos que dos trabajos tuyos – y trabaja los 365 días.”
- “El pago reserva tu lugar de producción esta semana – y te queda la garantía de 30 días a tu favor.”
- “El precio es real y estable: no jugamos con precios, jugamos con resultados.”
- “Con lo que me contaste, esto ataca justo tu problema. Si no fuera tu caso, te lo diría.”

LEY 1 – se nombra una vez

El precio se dice claro, completo, y no se repite disculpándose. Quien lo repite, lo baja. **Dicho una vez, defendido con números.**

LEY 2 – se divide, nunca se justifica

No expliques cuánto trabajas: dividí por sus ingresos. “Dos trabajos tuyos” pesa menos que cualquier lista de tareas. **Su bolsillo, sus términos.**

LEY 3 – después, silencio

Nombra el precio y contá hasta 7. El silencio no es un vacío: es el lugar donde él decide. **Quien llena el silencio, lo compra caro.**

“ Después del precio: **silencio**. Quien explica de más, parece dudar de lo que explica.

E

ESCUCHÁ COMPLETO
no interrumpas la objeción

A

AISLÁ
"¿aparte de eso, algo más?"

R

RESPONDÉ
con SUS números del diagnóstico

C

CERRÁ DEVUELTA
"¿si eso está resuelto, arrancamos?"

TODA OBJECIÓN ES UNO DE ESTOS 4 MIEDOS — IDENTIFICÁ EL MIEDO, NO LA FRASE

DINERO: "es caro" · "no tengo ahora" · "mucho por adelantado"

CREENCIA: "¿funcionará?" · "no sé tecnología" · "¿garantizás clientes?"

TIEMPO: "llamame después" · "lo voy a pensar"

DIFERENTE: "mi caso es distinto" · "mi sobrino me la hace"

"Es caro"

Miedo: dinero · traducción real: "aún no veo cómo me lo devuelve"

¿Caro comparado con **¿qué?** Me dijiste que un trabajo te deja [X]. La página entera cuesta **menos que dos trabajos** y te trabaja los 365 días. Lo caro es lo otro: seguir invisible, perdiendo [N] consultas al mes. La pregunta no es si podés pagarla — es **cuánto más podés pagar por no tenerla.**

CIERRE: "¿Te parece caro como gasto, o como apuesta sin datos? Te paso 2 casos reales de tu rubro y lo miramos juntos."

"Lo voy a pensar"

Miedo: tiempo + creencia · traducción real: "tengo un miedo que todavía no te dije"

Claro, y está bien — es una decisión real. Solo una pregunta: **¿qué es lo que más te frena: el precio, o saber si esto va a funcionar para vos?** → [responde] → respondé SOLO eso, y devolvé: **¿qué tendrías que ver para decir hoy que sí?**

CIERRE: "Pensalo 10 minutos mientras te mando un caso de tu rubro. Te escribo a las [hora]."

"Consulta con mi pareja / mi socio"

Miedo: diferente · traducción real: "no quiero decidir solo"

Bien — decisión de dos es decisión firme. **¿Qué le vas a contar?** Hacemos esto: te armo el resumen en 3 líneas — qué es, cuánto cuesta, qué resuelve — para que quede claro. **¿Lo hablás hoy y te escribo mañana a esta hora?**

CIERRE: fecha y hora del siguiente contacto, confirmada en el momento. "¿Mañana a las 10, entonces?"

“Tengo Facebook / ya posteo en Instagram”

Miedo: creencia · traducción real: “creo que lo que tengo ya alcanza”

Y quedate con Facebook: es tu casa, ahí están tus seguidores. Pero la gente que **no te conoce** no te busca en Facebook — te busca en Google. Y ahí hoy gana tu competencia. La ficha y las reseñas **no reemplazan tu Facebook: lo alimentan**. Juntos son la diferencia entre “me recomendaron” y “me encontraron”.

CIERRE: “¿Te muestro en 2 minutos qué aparece hoy cuando alguien te busca en Google?”

“Mi sobrino me la hace más barata”

Miedo: dinero + diferente · traducción real: “quiero pagar menos, aunque no confío en el resultado”

Y puede que quede linda. Pero la página es el 20% del trabajo. El otro 80% es la **ficha de Google optimizada, las reseñas con QR, el WhatsApp conectado** y el mantenimiento para que el sitio no muera a los 3 meses — eso hacemos todos los días, con **garantía de 30 días por escrito** y entrega en 3-5 días hábiles. Si tu sobrino puede con todo eso y responde cuando algo falla: hazlo con él, en serio. Si no... este es nuestro oficio.

CIERRE: “Te mando un ejemplo terminado para que compares con datos, no con promesas.”

“¿Me garantizás clientes?”

Miedo: creencia · LA OBJECCIÓN MÁS IMPORTANTE — acá se gana o se pierde la confianza

No. Y quiero que notes algo: el que te garantiza clientes sin conocer tu oficio te está vendiendo humo. Lo que te garantizo es esto: una **presencia profesional completa en 3-5 días**, que hace mucho más fácil que te encuentren y te elijan. La calidad del trabajo la ponés vos — y por lo que vi, está de sobra. Desconfiá de las promesas mágicas; mirá casos reales: te paso el enlace ahora mismo.

CIERRE: “¿Te sirve mirar 2 casos de tu rubro antes de decidir? Vos ponés los ojos, nosotros los hechos.”

“Llamame en unos meses”

Miedo: tiempo · traducción real: “hoy no duele lo suficiente”

Puedo, y te espero. Pero antes, la cuenta que hicimos: cada mes sin estar en Google son **[N] consultas que se van a tu competencia** — $[N] \times 6$ meses ya lo sabés calcular. Si asumís ese costo a propósito, perfecto: es una decisión válida. Si no, arrancamos esta semana y **en 5 días hábiles ya está trabajando para vos**.

CIERRE: “¿Qué tiene que pasar en estos meses para que ese costo valga la pena?”

“¿Todo por adelantado, sin conocernos?”

Miedo: dinero + creencia · traducción real: “¿qué riesgo corro yo?”

Así es, y te lo digo de entrada porque prefiero la verdad. El pago reserva tu lugar de producción – y **el riesgo no lo cargás vos**: revisás todo antes de publicar, tenés **30 días de garantía** (si algo falla, lo arreglamos sin costo) y el **primer mes de mantenimiento corre por nuestra cuenta**. Lo que no hacemos es reembolso, y es declarado: trabajamos para que mires para adelante, no al reloj.

CIERRE: “¿Te muestro el proceso paso a paso para que veas exactamente qué te cubre?”

“No tengo fotos buenas”

Miedo: diferente · traducción real: “mi material no está a la altura”

Perfecto – casi todos empiezan igual. **Con el celular alcanza**: te paso una mini-guía – trabajos terminados (antes/después), vos trabajando, tu local, y 2 o 3 mensajes de clientes felices. **15 fotos bien elegidas valen más que 50 profesionales mal usadas**. Las fotos salen en un día; del resto nos encargamos nosotros.

CIERRE: “¿Te parece si hoy elegís 15 y mañana ya está en producción?”

“Estoy ocupado, ahora no puedo atenderte”

Miedo: tiempo · traducción real: “no me hiciste ganar tu lugar en mi agenda”

Te respeto el tiempo – por eso seré breve: **¿mañana a las 10 o mejor a las 15?** Te llamo yo, te tomo 7 minutos, y si no aplica te lo digo honesto y no te molesto más. Lo peor que podés hacer es dejarlo flotando en un “luego te escribo”.

CIERRE: **dos opciones concretas de horario**. Nunca “avisame cuándo podés”.

“ Una objeción respondida con argumentos se olvida. Una respondida con **los números del prospecto** se cobra.

A

CIERRE POR RESUMEN — el infalible

“Resumamos: página profesional con dominio propio + ficha de Google optimizada + WhatsApp listo + reseñas con QR. Listo en 3-5 días hábiles, garantía de 30 días, y el primer mes de mantenimiento gratis. **¿Con qué número te mando los datos del pago para reservar tu lugar de esta semana?**” — El resumen hace el trabajo: la pregunta final asume el sí.

B

CIERRE A/B — dos sabores del sí

“¿Arrancamos con la página sola, o querés que desde el día uno **también muestre tu catálogo de productos?**” — Elegir entre dos versiones del sí desactiva el no. Para negocios con productos: el catálogo se suma (Básico +450 mil / Estándar +750 mil / Completo +1.200 mil según cantidad).

C

CIERRE HONESTO — para el que duda de verdad

“Mirá, no te voy a presionar. Solo te pido una cosa: **no decidas por inercia**. Si es que no te conviene, decime que no y listo — va a ser un placer igual. Pero si es miedo al cambio, eso no se arregla esperando.” — La presión cero paradoja: más cierres, porque el que duda se siente respetado.

URGENCIA HONESTA — o ninguna

Manejamos **cupos reales de producción por semana** (la entrega es en 3-5 días hábiles porque cada página se arma a medida). Si esta semana no hay lugar, se agenda la próxima — y lo decís sin drama. **La urgencia falsa mata la confianza** que tanto costó construir. ¿Cupo real? Decilo. ¿No hay? No lo inventes.

DESPUÉS DEL SÍ — 3 pasos, el mismo día

1) Pedí las fotos y los datos con la mini-guía. **2)** Registrá el pago 100% y confirmá el inicio: “tu página entra en producción hoy”. **3)** Día 25-30, presentá el mantenimiento como continuidad del bono: “tu primer mes gratis termina el día X — ¿seguimos con Cuidado o Cuidado+? El + es el que eligen casi todos.” **El upsell es el día 30, nunca el día 0.**

LOS MICRO-SÍ — UNA CADENA DE SÍES CHICAS TERMINA EN UN SÍ GRANDE

1. “¿Te muestro cómo se ve?” → sí a mirar.
2. “¿Algo así te serviría para tu negocio?” → sí a la solución.
3. “¿Si estuviera listo el viernes, te serviría?” → sí al plazo.
4. “¿Transferencia o efectivo?” → sí a la forma de pago. Ya está dentro.

“ El silencio después de la pregunta de cierre es tu herramienta más cara. **El que habla primero, la paga.** ”

“ El 80% de las ventas “perdidas” son **ventas retrasadas**. El que sigue con elegancia y sin rogar, cobra.

LA REGLA 3-2-1 DEL FOLLOW-UP

DÍA 1

Gracias + resumen de 3 líneas + un caso real de su rubro. Cero presión.

DÍA 3

Valor nuevo: un dato de su competencia en Google, una reseña, un ejemplo. Nunca “¿pensaste?”.

DÍA 7

Puerta abierta: “no te insisto más. Cuando decidas mirar esto, arrancá por acá. ¡Éxitos con [su meta]!”.

CHECKLIST ANTES DE CADA CONVERSACIÓN

- ✓ Investigaste 2 minutos: rubro, zona y cómo aparece hoy en Google
- ✓ Vas a anotar sus números en vivo: [X] por trabajo y [N] consultas
- ✓ Objetivo único de hoy: diagnóstico completo o cita con fecha y hora
- ✓ Variante usted/vos decidida según el tono del prospecto
- ✓ Tenés 1 caso real de su rubro, con el enlace listo para mandar
- ✓ Mínimo 3 preguntas de costo antes de nombrar el precio
- ✓ No prometés clientes: prometés presencia y mostrás casos
- ✓ El próximo contacto queda agendado con día y hora, siempre

LA CUENTA DEL CLOSER — LO QUE SE MIDE, SE COBRA

10 CONVERSACIONES

aperturas con respuesta, por semana.

3 DIAGNÓSTICOS

completos: 4 capas + [X] y [N] anotados.

1 VENTA

o una cita agendada con fecha y hora.

100% SEGUIMIENTOS

al día. El pipeline es el sueldo del mes que viene.

Es un juego de números con técnica. Cuantas más conversaciones dignas abras, más diagnósticos tendrás. Cuantos más diagnósticos, más ventas. Y cada venta, con el manual en la mano, deja de ser suerte.

1 VENTA = GS. 1.650.000

+ CATÁLOGO: HASTA +1.200.000

+ MANTENIMIENTO: 99-199/MES

CADA MESA ES MATEMÁTICA, NO SUERTE

Las 10 frases que un closer no olvida nunca.

- 01 **Diagnosticá primero.** Prescribí después.
- 02 El que **pregunta**, controla.
- 03 No vendés páginas: **cobrás la deuda de la invisibilidad.**
- 04 El precio se defiende con **números**, nunca con descuentos.
- 05 Su **frase exacta** vale más que tu mejor argumento.
- 06 Después de preguntar: **silencio.**
- 07 Aislá la objeción, o vendés **con un ancla en el pie.**
- 08 **No prometas clientes.** Mostrá casos. La honestidad cierra.
- 09 Urgencia **real** — o urgencia ninguna.
- 10 La fortuna vive en el **seguimiento.**