



Manual de Ingeniería Comercial EJE 360 Del “Like” al Contrato Firmado

Introducción

La Venta como Proceso Industrial

Vender no es un evento fortuito; es una **reacción en cadena cuidadosamente diseñada**.

Cuando uno de los eslabones falla, todo el sistema pierde eficiencia.

El **Método EJE Comercial 360™** convierte la curiosidad digital en rentabilidad real mediante un protocolo estructurado que elimina la improvisación y transforma cada interacción con el prospecto en un paso dentro de un proceso de conversión.

En este modelo, cada etapa cumple una función específica dentro del sistema comercial:

atención → confianza → diagnóstico → decisión → cierre → fidelización.

I. El Flujo de Conversión EJE 360™

Etapa 1: El Anzuelo Digital

Validación Social

Objetivo: Generar autoridad antes del contacto comercial.

Principio EJE:

Antes de vender un producto, debes posicionar tu autoridad para resolver el problema del cliente.

El contenido digital no busca vender inmediatamente, sino **construir confianza y relevancia en la mente del prospecto**.

El “Like” no genera ingresos directos, pero sí mide algo fundamental:
la aceptación social y el nivel de atención del mercado.

Etapa 2: Nurturing

Campaña de 5 Correos Estratégicos

El objetivo del nurturing es **educar al prospecto y fortalecer la relación**, no saturarlo con promociones.

La secuencia recomendada dentro del Método EJE es:

1. Bienvenida

Entrega inmediata del valor prometido.

2. El Problema

Exposición clara del “dolor” que el prospecto enfrenta.

3. La Solución

Presentación de la metodología o enfoque que permite resolver ese problema.

4. Prueba Social

Testimonios, resultados o casos de éxito que validen la solución.

5. Llamado a la Acción

Invitación directa a iniciar una conversación.

Esta secuencia transforma interés inicial en **disposición para una interacción comercial**.

Etapa 3: Radar de WhatsApp

Proximidad Estratégica

Acción: Enviar un mensaje breve, personal y profesional.

El objetivo no es vender.

El objetivo es **establecer proximidad y preparar el terreno para la llamada estratégica**.

Principio EJE:

WhatsApp no vende; WhatsApp abre la conversación.

Etapa 4: La Llamada Quirúrgica

Filtro de Información (F1 + CENSO)

La llamada inicial es el **filtro más importante del proceso**.

Su objetivo no es cerrar la venta, sino **calificar al prospecto y vender la entrevista**.

F1 – Presentación

Uso de referencia, contexto y autoridad.

El enfoque no debe ser el de un vendedor tradicional, sino el de un **consultor que analiza una situación y propone soluciones**.

CENSO – Calificación del Prospecto

Preguntas de Dolor (Abiertas)

Permiten comprender el problema real.

Ejemplos:

- ¿Cómo te afecta actualmente no tener esta solución?
- ¿Qué consecuencias tendría no resolverlo en el corto plazo?

Preguntas de Filtro (Cerradas)

Permiten evaluar la viabilidad de la oportunidad.

Ejemplos:

- ¿Quién participa en la decisión final?
 - ¿Existe presupuesto para resolver esta situación?
-

Etapas 5: La Cita Estratégica

Interacción Directa

Las reuniones presenciales o videollamadas profundas permiten una comunicación mucho más completa que los canales digitales.

Factores que aumentan la probabilidad de conversión:

- comunicación no verbal
- mayor nivel de confianza
- claridad en las necesidades del cliente
- posibilidad de resolver dudas en tiempo real

Por esta razón, las reuniones directas suelen generar **tasas de conversión significativamente más altas**.

Regla EJE:

Si no existe agenda clara, no existe una cita estratégica.

Etapas 6: Manejo de Objeciones

Despeje de Pista

Las objeciones no representan rechazo; representan **falta de claridad o necesidad de mayor información**.

La técnica recomendada consiste en tres pasos:

1. Escuchar completamente la objeción.
2. Validar la preocupación del cliente.
3. Replantear el valor de la solución.

Principio EJE:

Cuando el cliente objeta el precio, generalmente aún no percibe el valor completo de la solución.

Etapas 7: El Cierre

Consecuencia Lógica

El cierre no debe sentirse como presión comercial, sino como la **conclusión natural de un proceso bien ejecutado**.

Cuando el cliente comprende el problema, la solución y el valor generado, la decisión se vuelve evidente.

Regla de Oro del Cierre:

Haz la pregunta de cierre y guarda silencio.

En muchas negociaciones, quien habla primero pierde ventaja.

II. El Centro de Mando

Control y Salud del Sistema Comercial

Checklist del Ingeniero Comercial

Antes de concluir la jornada comercial, revisa lo siguiente:

- ¿He definido con precisión mi Buyer Persona?
- ¿Mi propuesta responde claramente a Problema, Solución y Resultado?
- ¿Documenté las objeciones del día para mejorar el guion de ventas?
- ¿El seguimiento postventa incluye oportunidades de upselling o fidelización?

Dashboard de Salud del Sistema (KPIs)

Eficiencia de Apertura

Citas logradas vs. intentos de contacto.

Conversión Comercial

Propuestas presentadas vs. contratos firmados.

NPS (Net Promoter Score)

Nivel de satisfacción del cliente después de la venta.

Estos indicadores permiten evaluar **la salud real del sistema de ventas**.

III. Errores Fatales a Evitar

Improvisar

El vendedor que no utiliza un proceso estructurado deja resultados al azar.

Presionar en frío

Intentar cerrar en el primer contacto destruye la confianza.

Sordera emocional

Ignorar señales verbales y no verbales durante la entrevista.

Olvidar el seguimiento

La venta no termina con la firma del contrato; ahí comienza la fidelización del cliente.

Reflexión Final

Cuando el proceso de ventas depende de la improvisación, la empresa está dejando ingresos al azar.

La **Ingeniería Comercial EJE 360™** convierte la atención digital en un sistema estructurado capaz de transformar prospectos en clientes y clientes en relaciones comerciales duraderas.

Un sistema bien diseñado no depende de la suerte.

Depende de **un proceso que funciona una y otra vez**.

Miguel Ávalos

Director Comercial

Creador del **Método EJE Comercial 360™**

 442 369 2136

 miguel@manosalawebqro.com

 www.manosalawebqro.com