



RETO SEMANAL

Prospección



Los diferentes tipos de prospección

"Esta semana vamos a transformar la teoría en acción. El objetivo es que diseñes y ejecutes un plan de prospección claro, organizado y enfocado en resultados. Sigue estos pasos prácticos para avanzar de manera consistente:

Paso 1: Establece tus objetivos claros

Dedica 10-15 minutos a definir tus metas para esta semana.

- **Número de prospectos a contactar:** ¿Cuántas personas quieres alcanzar esta semana? Sé realista, pero ambicioso.
- **Número de reuniones o llamadas a agendar:** Establece un objetivo concreto de conversiones.

1. Escribe tus objetivos y compártelos contigo mismo de forma visible:

- Ejemplo: 'Voy a contactar a 20 prospectos esta semana y agendar 3 reuniones.'
- Desglose diario: Si trabajas 5 días, eso significa contactar a 4 prospectos cada día.

2. Consejo adicional: Usa post-its, una pizarra o notas en tu móvil para recordarte estas metas diariamente.

Los diferentes tipos de prospección

Paso 2: Crea una rutina diaria de prospección

Reserva bloques de tiempo en tu agenda:

Define dos bloques diarios de 30-60 minutos exclusivamente para prospectar. Por ejemplo:

- De 9:00 a 10:00: Buscar prospectos en LinkedIn o bases de datos.
- De 16:00 a 16:30: Enviar mensajes personalizados o hacer llamadas.

1. Divide tus tareas:

- **Lunes:** Crea tu lista de prospectos. Busca al menos 20 nombres y datos de contacto.
- **Martes a viernes:** Contacta a 4 prospectos diarios. Dedicar la primera mitad del tiempo a enviar mensajes o hacer llamadas y la segunda mitad a planificar seguimientos.

2. Consejo práctico: Haz una lista de reproducción motivadora para tus sesiones de prospección. ¡Te ayudará a mantenerte enfocado y con energía!

Los diferentes tipos de prospección

• Paso 3: Mide tus resultados y ajusta tu enfoque

1. Lleva un registro diario:

Usa una hoja de cálculo o un cuaderno para anotar:

- Nombre del prospecto.
- Canal de contacto (LinkedIn, email, llamada).
- Respuesta recibida (Sí, No, Pendiente).
- Próximo paso (seguimiento, reunión agendada, etc.).

2. Analiza tus avances:

Al final de la semana, revisa tus números:

- ¿Cuántos prospectos contactaste?
- ¿Cuántos respondieron?
- ¿Cuántas reuniones agendaste?

3. Ajusta según los resultados:

- Si una estrategia no funcionó (por ejemplo, mensajes en LinkedIn), prueba otro canal (como llamadas o email).
- Si tus mensajes no generan respuestas, reescribe uno basándote en lo que aprendiste esta semana.

Los diferentes tipos de prospección

Motivación final:

La tarea no es hacer todo perfecto; es dar el primer paso. Cada contacto que hagas esta semana es una oportunidad de aprender, mejorar y acercarte más a tus objetivos.

Así que, ¡manos a la obra! Estoy deseando escuchar cómo te va. Recuerda: el éxito no llega solo, lo construyes con cada acción que tomas. ¡Tú puedes hacerlo!"