

GUÍA DE LLAMADA – UEES

Enfoque: Venta consultiva | Control de conversación | Conversión

 **Esta guía no es un libreto. Es una estructura que permite liderar la llamada, personalizar la oferta y avanzar de forma natural hacia el cierre.**

1 Apertura y encuadre de la llamada

Objetivo: Tomar control, generar confianza y preparar al Lead para la indagación.

Qué debe hacer el asesor:

- Presentarse con nombre y universidad.
- Explicar brevemente la intención de la llamada.
- Anticipar que se harán preguntas para personalizar la información.

Ejemplo recomendado:

“En esta llamada quiero explicarte cómo la UEES puede ayudarte a avanzar en tu proyecto académico y profesional, resolver tus dudas y acompañarte en el proceso de admisión. Antes de contarte los detalles del programa, me gustaría conocerte un poco más para brindarte información alineada a lo que estás buscando.”

 *Aquí se evita empezar directo con información o precios.*

2 Indagación (sondeo funcional)

Objetivo: Conocer el contexto real del Lead para personalizar la propuesta.

Ejes mínimos de indagación

- Motivación académica (¿por qué este programa?)
- Objetivo profesional (¿para qué lo necesita?)
- Situación actual (trabajo, estudios, disponibilidad)
- Expectativa de modalidad y tiempos

Ejemplos de preguntas:

- “¿Qué te motivó a interesarte en este programa?”
- “¿Cómo se conecta este estudio con lo que haces hoy o lo que te gustaría lograr?”
- “¿Qué tan importante es para ti la flexibilidad de horarios?”

 **Error a evitar:** hacer preguntas y no usar las respuestas después.

Bajada del programa (propuesta de valor personalizada)

Objetivo: Conectar el programa UEES con lo que el Lead ya dijo.

Qué debe incluir

- Objetivo del programa
- Modalidad y dinámica académica
- Beneficios diferenciales UEES
- Enfoque aplicado / profesional
- Acompañamiento académico

Regla clave:

Cada característica debe estar conectada con algo que el Lead mencionó en la indagación.

Ejemplo:

“Por lo que me comentabas de tu trabajo y tu objetivo de crecer profesionalmente, este programa en UEES te permite aplicar lo aprendido desde el inicio, con una modalidad flexible que se adapta a tus tiempos.”

Pre cierres (validaciones intermedias)

Objetivo: Medir interés y avanzar sin fricción hacia el cierre.

Momentos clave para pre cerrar:

- Después de explicar modalidad
- Al hablar de tiempos de inicio
- Al mencionar duración u horarios
- Antes de hablar de costos

Ejemplos:

- “Con esta modalidad, ¿te sentirías cómodo estudiando?”
- “¿Este enfoque se ajusta a lo que estabas buscando?”
- “¿El inicio en esta fecha te funciona?”

 **Si no hay pre cierres → el cierre final se cae.**

5 Presentación de costos y becas (oferta escalonada)

Objetivo: Presentar el valor del programa con estrategia, cuidar el valor percibido y maximizar la probabilidad de cierre.

♦ Orden correcto de la oferta

1. Precio full (sin descuento)

Siempre se debe iniciar presentando el valor total del programa, reforzando previamente el valor académico y profesional.

Ejemplo:

“Teniendo en cuenta todo lo que revisamos del programa y su enfoque, el valor total es de \$____.”

2. Validación de presupuesto

Antes de ofrecer cualquier beneficio, se debe validar si el valor se ajusta al presupuesto del Lead.

Ejemplo:

“¿Este valor se ajusta al presupuesto que tenías contemplado para tu formación?”

3. Beca del 30 % (primer apoyo)

Ante una objeción por precio, se ofrece la beca del 30 % como primer incentivo.

Ejemplo:

“Justamente para apoyarte en este proceso, y de acuerdo a tu perfil, UEES puede asignarte una beca del 30 %, con la que el valor quedaría en \$____.”

4. 10 % adicional (cierre estratégico → total 40 %)

Si el Lead aún percibe el valor como alto, o si existe intención clara de cierre en el momento, se presenta el 10 % adicional, explicando que este se suma a la beca inicial, alcanzando el 40 % total.

Ejemplo:

“Entiendo lo que me comentas. Para ayudarte a avanzar hoy mismo, puedo gestionar un 10 % adicional sobre la beca que ya revisamos, dejando el descuento total en 40 % y el valor final en \$____. Este apoyo es excepcional y requiere que dejemos el proceso cerrado hoy.”

⚠ **Disclaimer – Uso estratégico de becas (obligatorio)**

Las becas deben manejarse de forma escalonada y estratégica. Entregar desde el inicio el 30% o 40 % de descuento reduce el valor percibido del programa y debilita la negociación.

El 10 % adicional debe utilizarse exclusivamente como herramienta de cierre o en escenarios donde el Lead ya manifiesta intención clara de avanzar. Esta estrategia permite mayor control de la conversación y cierres más efectivos.

6 **Cierre comercial (directo y claro)**

Objetivo: Definir acción concreta, no dejar la llamada abierta.

Ejemplos de cierre

- “Con lo que revisamos, ¿avanzamos hoy con tu inscripción?”
- “¿Te acompaño ahora mismo a asegurar tu cupo?”
- “¿Activamos entonces la beca del 30% o la del 40%?”
- “¿Qué necesitarías para avanzar hoy?”

⚠ **Evitar:**

✗ “¿Alguna duda?”

✗ “Quedo pendiente”

7 **Manejo de objeciones**

Objetivo: Entender antes de responder.

Regla: Nunca rebatir sin indagar.

Ejemplo:

“Entiendo, ¿qué es lo que más te frena en este momento?”

Luego se responde conectando con:

- Beneficio
- Solución
- Siguiente paso

8 **Cierre con agenda de seguimiento**

Objetivo: Que ninguna llamada termine sin compromiso.

Ejemplo

“Entonces quedamos en hablar mañana a las 6:00 pm para avanzar con el proceso. ¿Te parece bien?”

✓ Fecha + hora + objetivo claro.

⚠ **Disclaimer – Seguimiento y continuidad del proceso**

Para garantizar una gestión consultiva efectiva y dar continuidad adecuada al proceso, el seguimiento debe realizarse preferiblemente por llamada, ya que este canal permite resolver dudas, validar objeciones y avanzar de manera estructurada hacia el cierre.

No se recomienda derivar proactivamente el seguimiento a WhatsApp con mensajes como “escribeme si tienes alguna duda”, ya que esto diluye el compromiso del Lead y debilita el avance comercial.

Toda interacción debe cerrar con un compromiso claro y definido, estableciendo fecha, hora y objetivo del siguiente contacto.