

El Guión de Ventas con el que he vendido +600.000€ en un año

¿Cuántas ventas más podrías cerrar si supieras exactamente qué decir, cuándo y cómo? No necesitas ser agresivo. No necesitas presionar. **Necesitas estructura, liderazgo y un proceso que funcione.**



Resultados Probados

Soy Joan Molina (@joan_molina25) y con este guión he vendido más de 600.000€ en un año. He cerrado 12.000€ en un solo día y creado procesos que han generado más de 400.000€ para empresas.



Enfoque Diferente

No lo hice siendo insistente. Lo hice **entendiendo cómo guiar una conversación de ventas real** - con estructura y sin presión.



Método Práctico

En esta guía te comparto exactamente cómo lo hago. Paso a paso. Punto por punto. **Sin adornos. Sin humo. Con intención.**

Si tus ventas terminan en un "me lo voy a pensar" o en "te digo algo la semana que viene"... aquí vas a entender por qué. Y sobre todo, **vas a aprender cómo evitarlo.**

Esta no es una guía para "vender más". Es una guía para **saber vender bien**. Y eso, lo cambia todo.



1-. La Estructura de una Buena Historia de Ventas

Piensa en tu reunión como una buena historia: tiene un inicio, un nudo y un desenlace. Tú eres quien dirige la narrativa. El marco es tu guion. Sin él, estás improvisando a ciegas y dejando el resultado al azar. **Las mejores ventas no suceden por accidente** - siguen una estructura narrativa clara que lleva al cliente por un viaje transformador.

Los seres humanos estamos programados para responder a las historias. Nuestro cerebro libera oxitocina cuando escuchamos una buena narrativa, creando conexión y confianza. Aprovechar este mecanismo natural te da una ventaja extraordinaria en cualquier conversación de ventas.



Inicio

Se conoce la situación del protagonista. Exploras dónde está ahora el cliente, cuáles son sus circunstancias actuales y qué le ha llevado a buscar una solución. Esta fase establece el contexto y la línea base desde donde partimos.

Aquí construyes empatía mostrando que entiendes su realidad actual. Es crucial escuchar activamente y hacer preguntas que revelen no solo hechos, sino también sentimientos y aspiraciones ocultas.



Nudo

Aparecen los conflictos y frustraciones. Profundizas en los problemas, obstáculos y consecuencias de no resolver su situación actual. Es el momento de elevar la tensión emocional.

Debes ayudar al cliente a ver claramente el coste de la inacción. Cuantifica el impacto de sus problemas en términos de tiempo, dinero, oportunidades perdidas o estrés emocional. Cuanto más tangible sea el dolor, más motivados estarán para resolverlo.



Desenlace

Llega la solución que transforma su historia. Presentas cómo tu propuesta resuelve sus problemas y le lleva al estado deseado. Es el momento de mostrar el camino hacia el éxito.

No te limites a explicar características - pinta una imagen vívida de cómo será su vida o negocio después de implementar tu solución. Construye un puente entre sus problemas actuales y un futuro mejor, haciendo que este futuro parezca inevitable con tu ayuda.

El secreto de una historia de ventas efectiva está en la **personalización y la autenticidad**. No estás recitando un guion rígido, sino adaptando una estructura probada a la situación única de cada cliente. La estructura te da control, pero la flexibilidad dentro de ella te da poder.

2-. Acuerdo de Atención – Sin Foco, No Hay Venta

La base de una venta exitosa es la **presencia completa del cliente**. No permitas llamadas donde estén conduciendo o multitarea. La calidad de atención en los primeros minutos determinará la probabilidad de cerrar la venta.



Lo que NO quieres

Personas distraídas o con atención dividida durante tu llamada de ventas.

- Notificaciones constantes o tecleo durante la conversación
- Respuestas con retraso o desconectadas del tema
- "Espera un momento" repetidos para atender otras cosas



Lo que SÍ necesitas

Atención total y respeto mutuo.

- Contacto visual sostenido o respuestas inmediatas
- Comentarios específicos sobre lo discutido
- Preguntas que profundizan en tu explicación



Establecer Atención

"¿Estás en un momento tranquilo para hablar? Si estás ocupado, prefiero reprogramar. Quiero darte el 100%, y necesito lo mismo por tu parte."



Tiempo Disponible

"¿Tienes los próximos 45 minutos sin interrupciones? Los clientes que están 100% presentes toman decisiones 3 veces más rápido."



Recuperar Atención

"Noto algunas distracciones. ¿Prefieres que pausemos? Lo que voy a compartir es crucial y no quiero que pierdas ningún detalle."

Objetivo: Acordar respeto mutuo desde el principio. Si no puede prestarte atención durante 45-60 minutos, no está preparado para invertir en tu solución. Este acuerdo establece que **tú controlas el proceso**, comunicando tu posicionamiento como profesional valioso.



Consejo práctico

Si percibes falta de atención, haz una pausa y di: "¿Estás pudiendo seguir con tranquilidad? Preferiría reprogramar antes que avanzar sin tu atención completa."



3-. Química – Conecta Como Persona, No Como Vendedor

Antes de entrar en materia, **rompe el hielo desde lo humano**. Nada de frases de vendedor. Nada de postureo. Habla como si estuvieras con un amigo tomando café. Observa, comenta, relaja.



Conversación Natural

Habla como si estuvieras con un amigo tomando un café. La autenticidad genera confianza y elimina la tensión típica de las ventas.



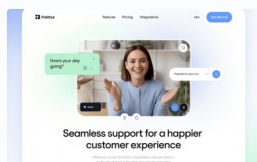
Conexión Humana

Establece primero la relación personal antes de pasar a la relación profesional. La venta viene después de la conexión.



Transición Elegante

Y justo después: "**¿Te parece que empecemos con la reunión?**"
Pequeño gesto, gran impacto. Activa la atención y marca que **ahora empieza algo con estructura**.



Frases que abren naturalmente

"¿Qué tal el día?" • "¿Cómo llevas la mañana/tarde?"
• "¿Estás en casa o currando fuera?" • "Te veo en manga corta... ¿allí hace calor?"



Objetivo Real

Destensar, conectar y crear un entorno auténtico. Esto no es una venta aún. Es un momento humano que construye la base de confianza.



Recuerda

La química no se fuerza. Se cultiva con autenticidad. Los clientes compran de personas que les caen bien, no de "vendedores perfectos".

4-. Marco – El Contrato Verbal Que Te Da El Control

Aquí es donde firmas el contrato invisible que **pone orden en la conversación**. Si no lo marcas tú, lo marcará él. Y si el cliente marca el camino, tú **respondes en lugar de liderar**.



El que pregunta y lidera

Toma el control de la conversación, establece el ritmo y la dirección. Mantiene el foco en los objetivos.



El que responde y sigue

Reacciona a las preguntas, sigue el camino marcado por el otro. Pierde la capacidad de dirigir.



Domina la conversación

Establece claramente que tú guiarás el proceso con preguntas específicas para conocer sus necesidades.



Marca el rumbo

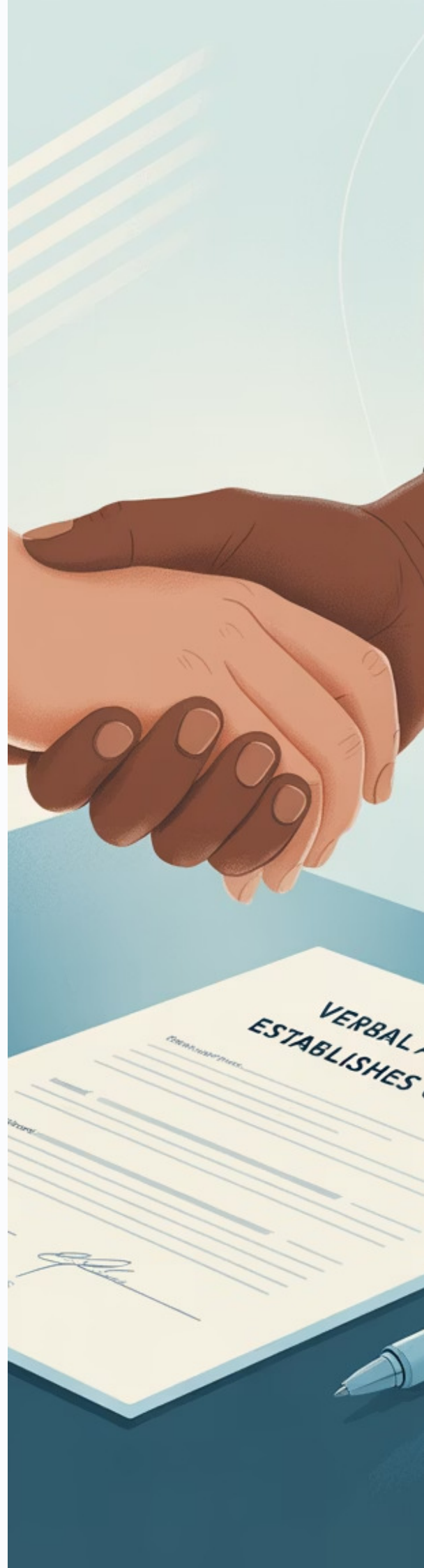
Define la estructura: "Voy a hacerte algunas preguntas para entender tu situación, luego veremos si puedo ayudarte."



Cierra el marco

Obtén su permiso: "¿Te parece bien que empecemos?" Esto sella el contrato verbal que te da el control.

En cada venta hay dos papeles: el que **pregunta** y lidera, y el que **responde** y sigue. Tú decides qué rol tomas.



Estableciendo el Marco de la Conversación

"Mira, la reunión la vamos a dividir en dos partes. En la primera, quiero entender bien tu situación actual, tus objetivos y qué necesitas realmente. Y si veo que tiene sentido, pasamos a la segunda parte: te cuento cómo trabajo y, si todo cuadra, te haré una propuesta. ¿Te parece bien?"

Esta frase clara y directa establece el Marco de la conversación. Le estás comunicando al cliente cómo va a desarrollarse la reunión, qué puede esperar y cuál es el objetivo final.



Control estratégico

Al establecer el marco, tomas el control del proceso de ventas y te posicionas como el experto que guía la conversación.



Estructura clara

Creas una estructura que ambos podéis seguir, reduciendo la incertidumbre y estableciendo expectativas claras.



Profesionalidad

Demuestras preparación y seriedad, diferenciándote de vendedores improvisados.



Confianza

Reduces la ansiedad del cliente al saber exactamente qué esperar de la reunión.



Acuerdo mutuo

Al preguntar "¿Te parece bien?", obtienes un compromiso que facilita seguir el proceso.



Recuerda

Este no es un manual para "vender más". Es una guía para **aprender a vender bien**. Y eso lo cambia todo.



5-. Situación Inicial – Dónde Está Hoy Tu Cliente

Ahora empieza el diagnóstico. Y aquí tú eres el médico: **no puedes proponer una solución sin entender bien el problema**. Si no sabes dónde le duele, por qué le duele y desde cuándo, no podrás ayudarle de verdad.

Exploración clínica

Tu trabajo en esta fase es explorar su realidad actual, sin saltarte pasos, sin asumir nada. Como haría un buen médico con cada paciente.

Diagnóstico del dolor

¿Dónde está el dolor? ¿Desde cuándo lo arrastra? ¿Cómo le afecta en el día a día? Identifica los síntomas claros.

Valoración del coste

¿Qué le está costando esa situación? Tiempo, dinero, oportunidades, bienestar emocional...

Si él no toma conciencia de **lo que le está costando seguir igual**, no verá valor en avanzar.



Conciencia del problema

Ayúdale a verbalizar las dificultades y frustraciones que está experimentando ahora mismo.



Impacto actual

Explora cómo el problema está afectando su negocio, resultados o bienestar personal.



Claridad de diagnóstico

Cuanto más nítido quede el problema, **más fácil será que valore tu solución después**.

Punto clave

Un buen diagnóstico inicial es la diferencia entre una venta superficial y una transformación real para tu cliente.

Preguntas para Explorar la Situación Actual

Puedes abrir con algo como: "**Vale, cuéntame un poco... ¿dónde estás ahora mismo respecto a [problema que resuelves]?**"

Luego deja espacio para que hable. Sin prisas. Sin interrumpir. Tú estás ahí **para entender, no para responder**.



Preguntas sobre el origen

"¿Desde cuándo estás así?"

"¿Cómo empezó esta situación?"



Preguntas sobre el impacto

"¿Qué es lo que más te pesa de esta situación?"

"¿Cómo te está afectando en tu día a día?"



Preguntas sobre el coste

"¿Qué te está costando mantenerte en este punto?"
(tiempo, dinero, energía, oportunidades)



Preguntas emocionales

"¿Cómo te sientes con eso?"

"¿Qué emociones te genera esta situación?"



Escucha activa

Mantén contacto visual y demuestra interés genuino. No interrumpas.



Toma notas

Anota palabras clave y frases exactas que usa. Serán valiosas después.



Profundiza

Haz preguntas de seguimiento para entender las capas más profundas.



Objetivo de esta fase:

Entender su situación con profundidad. Que él mismo tome conciencia del dolor real y del coste de seguir igual. Sin intentar venderle nada todavía.

6-. Situación Final — ¿Qué Quiere Conseguir y Para Qué?

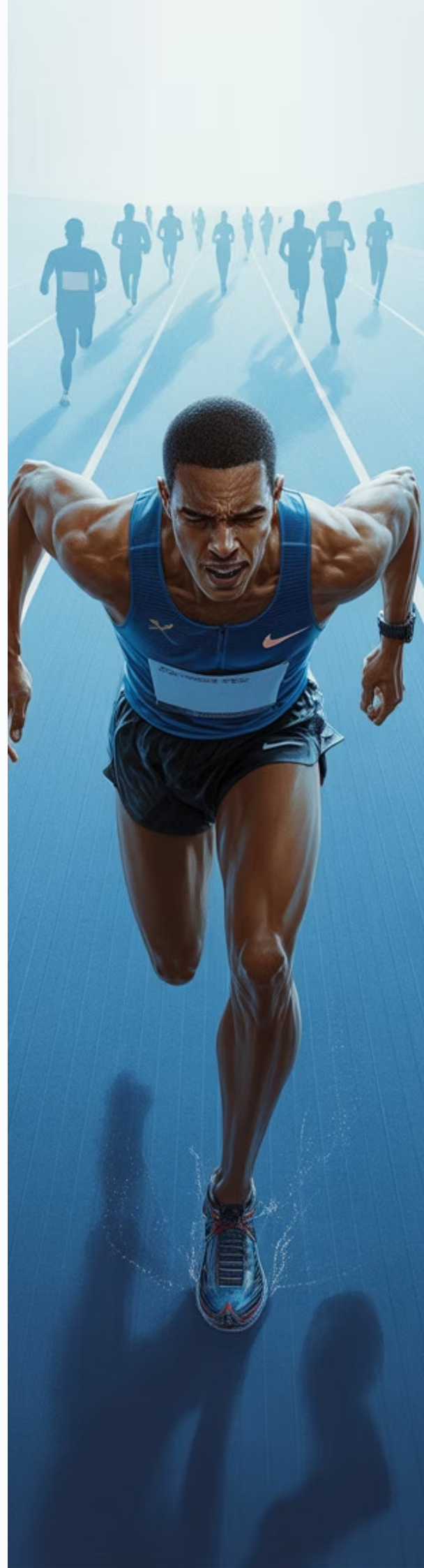
Esta fase es crítica. Acabas de pasar por su situación actual, sus frustraciones, su bloqueo... Y ahora le haces mirar hacia adelante, imaginarse ya **sin ese dolor**, con sus objetivos cumplidos.



⚠ ¡Atención!

Y es justo aquí donde no puedes cometer el error de vender. Este no es el momento de presentar tu método. Este es el momento de **profundizar en ese futuro deseado y entender por qué lo quiere de verdad.**

Tu objetivo no es solo saber a dónde quiere ir, sino por qué quiere llegar ahí. El "quiero facturar más" no vale si no entiendes qué cambiaría en su vida con eso, qué haría diferente, qué demostraría con ese resultado y cómo se sentiría.



Preguntas Clave para Explorar la Situación Deseada

Estas preguntas te permiten descubrir no solo los objetivos superficiales del cliente, sino las motivaciones profundas que hay detrás de ellos.



Pregunta de impacto

"Imagínate que empezamos a trabajar hoy... ¿qué tendría que pasar en los próximos 2 o 3 meses para que tú digas: 'Joan, esto ha sido una buena inversión?'"



Pregunta de cambio

"¿Qué estarías haciendo diferente si ya hubieras resuelto esto?"



Pregunta de consecuencias

"¿Qué impacto tendría esto en tu vida, tu trabajo, o en casa?"

"¿Qué cambiaría para ti realmente?"



Pregunta de motivación

"¿Y por qué eso es importante para ti ahora?"



Punto clave

Cuando comprendes **por qué** algo es importante para alguien, tienes la llave para mostrarle el valor real de tu propuesta.



Escucha profunda

Presta atención a las palabras exactas y emociones que expresa al hablar de su futuro deseado.



Conexión de valor

Relaciona sus motivaciones profundas con los beneficios específicos de tu solución.



Guía estratégica

Usa estas respuestas para orientar tu propuesta exactamente hacia lo que más valora.



La Importancia de la Comprensión Profunda

⊗ Recuerda esto:

Si no entiendes lo que te dice, **no avances**. Tu trabajo es **comprender con precisión lo que quiere y por qué lo quiere**. No puedes ayudar a alguien que ni tú ni él saben lo que necesita.

Si no puedes repetir con claridad lo que quiere lograr y por qué, no puedes hacerle una propuesta coherente después. Esta fase es fundamental para construir una propuesta de valor que realmente resuene con el cliente.



Visualización clara

Que el cliente se vea ahí, sin el problema.



Conexión emocional

Que entienda que ese objetivo **tiene un valor real y emocional para él**.



Estrategia preparada

Que tú captes exactamente lo que está en juego para poder usarlo más adelante... cuando el bloqueo aparezca.

Beneficios de la comprensión profunda

Propuesta personalizada

Personalizar tu oferta exactamente a sus necesidades específicas

Lenguaje compartido

Hablar en sus términos, usando sus propias palabras y expresiones

Conexión emocional

Conectar emocionalmente con sus verdaderas motivaciones y deseos

Anticipación estratégica

Anticipar y superar objeciones antes de que surjan en la conversación

7-. Problemas y Dificultades – Lo Que Le Está Frenando De Verdad

Después de haber visualizado el destino, toca volver a la realidad. Y aquí no lo haces con dureza, sino con verdad. Este es el momento del "golpe suave": esa pregunta que lo obliga a mirar lo que lo está frenando... sin excusas.

El golpe suave

"Vale... y si eso es lo que quieres, ¿qué crees que te está impidiendo conseguirlo ahora mismo?"

Dicho desde la neutralidad. Sin juicio. Solo conciencia. Aquí empieza a reconocer su bloqueo. **Tú no lo nombras. Él lo descubre.**

Pregunta neutral

Planteas la pregunta sin juicio ni presunción, invitándole a la reflexión honesta

Apertura al cambio

Se abre la puerta a la solución, ahora desde su propia conciencia

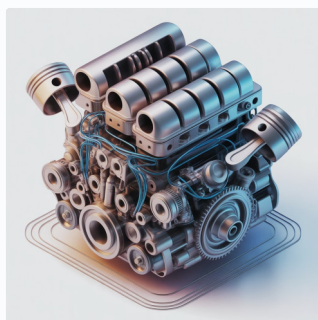


Reflexión personal

El cliente reflexiona sobre sus propios obstáculos y limitaciones reales

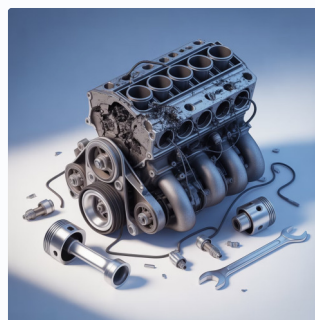
Descubrimiento

Reconoce por sí mismo lo que le está bloqueando, aumentando su compromiso



Lo que funciona

Preguntas abiertas que invitan a la reflexión y auto-descubrimiento



Lo que no funciona

Señalar directamente sus problemas o pretender que ya sabes qué le pasa



El Momento de Máxima Elevación de Consciencia

Ya está abierto. Ahora vas más profundo. No es solo entender qué lo bloquea... Es que se haga responsable de no haberlo resuelto antes.



Exploración de intentos previos

"¿Has buscado alguna solución antes?"

"¿Qué cosas has intentado hasta ahora?"



Análisis de expectativas

"¿Qué esperabas que pasara con eso?"

"¿Y por qué crees que no te ha funcionado?"

La pregunta transformadora:

"¿Y por qué crees que no has podido solucionarlo por ti mismo antes?"



Espejo de responsabilidad

Esta pregunta lo saca de culpar al entorno, al mercado o al tiempo...



Mirada interior

...Y lo hace mirar dentro. **Ahí empieza el cambio real.**

Poder de la pregunta

Esta pregunta tiene un poder transformador porque:

- Elimina la posibilidad de culpar a factores externos
- Genera responsabilidad personal
- Crea el espacio para aceptar ayuda externa
- Prepara el terreno para tu solución



No Le Rescates Emocionalmente

Déjale pensar. Déjale incomodarse. No lo tapes. No lo alivies. **Este es el momento más importante de toda la conversación.**



Identificación clara

Que identifique con claridad qué lo bloquea.



Reconocimiento de intentos

Que reconozca que ha intentado cosas y no ha funcionado.



Aceptación de límites

Que asuma que no ha podido solo... y que por eso está aquí.



Conciencia del coste

Que vea que **seguir igual tiene un coste emocional, económico y personal.**

El silencio en este punto es tu mejor herramienta. Permite que el cliente procese, reflexione y llegue a sus propias conclusiones.



Incomodidad

Momento de tensión necesaria



Claridad

Visión de la situación actual



Motivación

Impulso genuino para el cambio

⊗ ¡Punto clave!

Este momento de incomodidad es necesario para que el cliente pueda ver con claridad la necesidad de cambio. Si lo rescatas emocionalmente, le quitas la oportunidad de sentir el peso de su situación actual y, por tanto, la motivación para cambiarla.

8-. Cualificación — Ahora Decides Tú

Hasta aquí el cliente te ha contado su historia. Ahora es tu turno de decidir si **tiene sentido avanzar contigo**. Porque no vendes a todo el mundo. Vendes a quien puede, quiere y está listo para hacerlo.

Este es el cambio de energía clave: Hasta aquí, él hablaba. Ahora tú evalúas. Y él empieza a sentirse elegido... o descartado. Eso cambia su percepción. Refuerza tu autoridad. Y aumenta su deseo.

Los 4 criterios de cualificación



Problema adecuado

¿Tiene el problema exacto que resuelves?



Compromiso

¿Está comprometido con solucionarlo?



Capacidad

¿Tiene capacidad de invertir (o acceso a los recursos)?



Decisión

¿Toma decisiones por sí mismo?



i Estos cuatro criterios son fundamentales para determinar si el cliente es adecuado para tu oferta. Si falta alguno de ellos, es probable que la venta no se cierre o que la relación no sea satisfactoria a largo plazo.



Filtrar

Evalúa si cumple los criterios necesarios



Decidir

Determina si es el cliente adecuado para ti



Posicionarte

Establece tu autoridad en la conversación

Preguntas de Cualificación que Elevan la Conversación

Importancia

"¿Cómo de importante es para ti resolver esto ahora?"

Compromiso

"Si ves que tiene sentido, ¿te ves dando el paso para solucionarlo?"

Decisión

"¿Eres tú quien toma decisiones o lo comentas con alguien más?"

Inversión

"¿Cuál sería tu techo para invertir en un producto o servicio que realmente te ayude a conseguir esto?"



Objetivo de esta fase:

- Ver si esta persona **tiene el perfil, el compromiso y los recursos**.
- Mostrar que tú eliges a tus clientes, no al revés.
- Preparar el terreno para que cuando presentes tu solución... **no haya sorpresas**.

¿Por qué esta última es tan potente? Porque no le preguntas "¿cuánto puedes pagar?", que suena a regateo, le preguntas **cuánto valor está dispuesto a poner sobre la mesa por una solución real**. Eso te posiciona como profesional, no como opción.

Esta fase de cualificación cambia completamente la dinámica de poder en la conversación. Ya no eres tú quien está intentando vender, sino quien está evaluando si el cliente merece tu solución.

9-. Speech Pre-Venta – Devuelve la Visión con Seguridad y Autoridad

Este no es un "pitch". Es el momento donde tú, como profesional, **cierras el análisis con una decisión clara: esta persona encaja contigo**. Y lo haces desde la experiencia, no desde la necesidad. Aquí no estás esperando que te diga que sí. Aquí tú decides si vale la pena que avancéis juntos.



Tu declaración de compatibilidad

"Después de más de [X años/reuniones/clientes] ayudando a personas en esta situación, te digo con total seguridad: somos 100% compatibles para trabajar juntos."

"Con lo que me has contado, lo que te pasa, lo que quieres y lo que te está frenando... yo sí puedo ayudarte. Y sé cómo hacerlo."



Tu posicionamiento

Esta frase marca tu postura: Tú estás convencido. Tú llevas la guía. **La necesidad está de su lado.**

Construye el "por qué tú" desde sus puntos

Ahora construye el "por qué tú" desde sus propios puntos. Hazlo sencillo. Claro. Con beneficios, no con técnica.



Ejemplo:

"Somos compatibles porque vamos a conseguir que tomes control de tu negocio, para dejar atrás la frustración de sentir que haces mucho y avanzas poco. Podrás alcanzar la claridad que ahora te falta, tomar decisiones con confianza, y además disfrutar de tu tiempo, sin estar siempre apagando fuegos."

Este ejemplo le refleja su historia... con resolución.



Refleja su problema

Demuestra que entiendes su situación actual



Presenta tu solución

Conecta su necesidad con tu capacidad



Visualiza el resultado

Pinta la imagen clara del éxito final

Tu Declaración de Compatibilidad

Si tú no eres capaz de explicar **por qué tiene sentido trabajar contigo**, el cliente tampoco lo verá. Aquí es donde te diferencias del resto: No describes tu servicio. **Le pintas una visión clara de lo que va a conseguir contigo.**



Tu declaración efectiva

"Somos compatibles porque conseguiremos ___ para el problema ___, alcanzarás ___ y además disfrutarás de ___."



El reflejo perfecto

Haz que esa frase **refleje sus bloqueos, sus deseos y lo que realmente quiere conseguir.**

Esta declaración es la base de tu cierre con autoridad. Si te cuesta escribirla, **no tienes claro el valor que vendes.** Y si no lo tienes tú, no lo va a ver tu cliente.



Objetivo de esta fase:



Encaje perfecto

Declarar que el cliente **encaja contigo, sin necesidad ni duda**



Conexión problema-solución

Crear una conexión lógica y emocional entre su problema y tu solución



Solución a medida

Mostrar que tu proceso **responde exactamente a sus bloqueos, deseos y contexto**



Preparación mental

Preparar la mente del cliente para que, en el cierre, solo tenga que decir que sí

10-. Cierre — Donde el "Sí" Se Convierte en Decisión

Has hecho todo bien hasta aquí. Ahora toca **rematar con liderazgo, naturalidad y firmeza tranquila**. Y lo más importante: **no vendas desde la necesidad. Quien necesita ayuda es él, no tú.**

Evalúa su temperatura antes de dar el valor



Pregunta clave

"Del 1 al 10, ¿cuánto encaja contigo esto que te acabo de contar?"



Si dice menos de 10

Preguntas: "¿Qué faltaría para que en lugar de un [7] fuera un 10?"

Localizas la objeción real y la trabajas como vimos antes.



Si dice 10

Avanzas. Pero **no sueltes el valor aún**.



Consejo clave

Esta evaluación te permite identificar cualquier objeción oculta antes de pasar al cierre final. Si el cliente no está completamente convencido, es mejor abordar sus dudas ahora que después de presentar el precio.



Refuerza el Valor Antes de Decir la Inversión



Recuerda el beneficio

Hazle recordar lo que está a punto de conseguir, con frases cortas, claras y de beneficio.



Presenta la inversión

Nunca digas precio. Nunca digas coste. Dices: **inversión** y **valor**.

"La inversión para trabajar juntos es de [€]."



Mantén el silencio

Y te callas. **Silencio absoluto.** Este es su momento. Déjale pensar cómo pagarlo, no si pagarlo.

"Perfecto. Pues trabajaremos justo en lo que me contaste: desbloquear ese punto donde estás atascado, tener claridad para avanzar, y que recuperes control y motivación. Y lo haremos de forma estructurada, con seguimiento real y todo el apoyo que necesitas."

Esto no es repetir el servicio. Es devolverle su deseo envuelto en una solución clara.

El poder del silencio

Confianza

Muestra total seguridad en tu propuesta

Sin justificaciones

Evita que empieces a justificar el precio

Espacio mental

Da tiempo al cliente para procesar

Presión positiva

Mantiene la tensión necesaria para decidir



Punto clave

La forma en que presentas el valor y la inversión marca la diferencia entre una conversación de regateo y una decisión profesional. Con el enfoque correcto, el cliente evalúa el valor que recibirá, no solo el dinero que gastará.

Pregunta de Cierre y Liderazgo en la Decisión

Pregunta de cierre, corta y al grano:

"¿Continuamos hacia delante?"

Tono **calmado, seguro, sin sonrisa ansiosa ni voz acelerada**. Eres un profesional, no un buscador de clientes.



La analogía de la madre

Tu madre no te preguntaba si querías hacer las cosas. Te las mandaba con cariño y convicción: "Haz la cama." "Ponte la chaqueta." "Pon la mesa."



Tu nuevo rol de guía

Tú ahora haces lo mismo. **Lideras el siguiente paso sin pedir permiso**. Das el paso como quien sabe lo que hace.



"Genial, te envío ahora mismo los datos de pago y mientras haces el pago abro tu ficha de cliente."

Cortito, directo, con flow profesional. No esperas a que "te confirme", das el paso como quien sabe lo que hace.



Liderazgo

Guía la conversación con seguridad y sin vacilación



Dirección clara

Marca el siguiente paso sin pedir permiso



Asunción positiva

Actúa asumiendo que la venta ya está hecha

Una Vez Haya Pagado, No Cierres en Seco



Momento de celebración

Este es un momento emocional para el cliente. Ha tomado una decisión valiente. Y tú estás ahí no solo para venderle... Sino para acompañarle.

"¿Y cómo vas a celebrar esta decisión que acabas de tomar?"



Refuerzo de conexión

Aquí te relajas, empatizas, te acercas. Refuerzas la conexión humana. Ya es tu cliente, pero sobre todo, **ahora es tu responsabilidad.**

Cierre con compromiso emocional:



"Gracias por confiar en mí. Voy a trabajar para devolverte cada euro y cada gramo de confianza que acabas de depositar en este paso."

Ahí no vendes. Ahí **te conviertes en alguien a quien no se quiere fallar.**

Objetivo de este cierre:



Liderazgo sin arrogancia

Tomar el liderazgo total sin mostrar prepotencia



Acción concreta

Convertir el "sí" en pasos inmediatos a seguir



Mentoría

Guiar como lo haría un mentor, no un vendedor



Compromiso emocional

Cerrar el ciclo emocional con empatía y responsabilidad

Este momento final de celebración y compromiso es fundamental para iniciar la relación con el cliente desde un lugar de confianza y responsabilidad mutua.

11-. Ahora Ya Lo Tienes. ¿Qué Vas a Hacer Con Ello?

Ya no se trata de no saber vender. Ahora sabes **qué hacer, en qué orden y con qué intención**. Lo que tienes entre manos **no es un guión para sonar bien en llamadas**. Es una herramienta para **liderar conversaciones que terminan en decisiones**, no en excusas.

Herramienta de liderazgo

Este es el guión con el que yo he cerrado tickets de 9.900€, vendido más de 600.000€ en un año, y ayudado a empresas a facturar cientos de miles. Y ahora, lo tienes tú.

600.000€

Ventas en un año

Resultados conseguidos con este guión de ventas estructurado

9.900€

Ticket más alto

Venta individual cerrada siguiendo este proceso paso a paso

100%

Estructura

La diferencia entre los que venden y los que improvisan

Aplica Este Guión y Transforma Tus Ventas



Estructura vs. Suerte

La diferencia entre los que venden y los que improvisan? Uno tiene estructura. El otro tiene suerte.



Decisión en tus manos

Es momento de pasar de la teoría a la acción. ¿Vas a seguir improvisando o empezarás a liderar tus ventas con una estructura probada?



Aplica Este Guión y Transforma Tus Ventas



Domina el proceso

Léelo. Repásalo. Entrénalo. **Y si lo aplicas como está aquí escrito, va a cambiar la forma en la que vendes.**

No se trata de memorizar un texto, sino de interiorizar un proceso que te permite guiar conversaciones hacia decisiones positivas, tanto para ti como para tus clientes.



Lidera con estructura

Cada fase de este proceso tiene un propósito específico. Desde establecer el marco inicial hasta cerrar con compromiso emocional, cada paso está diseñado para crear una experiencia de venta profesional, ética y efectiva.

La clave está en la práctica consistente y en la adaptación a tu propio estilo y sector, manteniendo siempre la estructura fundamental.

✓ Recuerda:

Este no es un guión para "vender más". Es una guía para **saber vender bien**. Y eso lo cambia todo.

Este guión te proporciona:

Estructura clara

Una estructura definida para cada conversación de ventas

Preguntas efectivas

Preguntas específicas que elevan la conciencia del cliente

Liderazgo

Técnicas para liderar el proceso en lugar de seguirlo

Cualificación

Métodos para cualificar correctamente a tus prospectos

Cierre con autoridad

Estrategias para cerrar con autoridad y sin presión