

CFGM ACTIVIDADES COMERCIALES · 1.º · PV · UNIDAD 5

Preparar la venta con información del cliente

Prospección, consulta del CRM, argumentario con pruebas y calidad de los datos

5

PARA EMPEZAR

En esta unidad aprenderás a...

- Elegir prospectos con una técnica de prospección adecuada al producto y justificar por qué encajan.
- Consultar en la aplicación de gestión de clientes (CRM) la cuenta, los contactos, el historial, las oportunidades y la siguiente actividad.
- Elaborar un argumentario con característica, ventaja, beneficio y prueba, incluidos los límites del producto.
- Preparar una entrevista de ventas: objetivo, preguntas, cita y documentación de apoyo.
- Distinguir hechos, preferencias y juicios, detectar duplicados y datos desactualizados y registrar la próxima acción.

SITUACIÓN DE PARTIDA · CASO FICTICIO

Una situación de partida



Lunes 08/02/2027. Marina prepara la entrevista con Academia Cumbre y, al abrir la aplicación de gestión de clientes (CRM) de Linde Equipamiento (empresa ficticia), encuentra dos cuentas casi iguales: CU-002 y CU-017. En una de ellas hay una nota del 14/09/2026 que dice «entrega inmediata».

Antes de llamar a Marcela, la directora de la academia, Marina quiere asegurarse de tres cosas:

❓ ¿De dónde sacarías los nombres de posibles clientes para vender sillas a academias?

❓ ¿Qué datos de un cliente te gustaría tener delante antes de llamarle por segunda vez?

❓ Si una nota de hace casi cinco meses promete algo, ¿puedes repetirla hoy sin comprobarla? ¿Por qué?

MAPA DE LA UNIDAD

Lo que vamos a ver

- **5.1** Prospección
- **5.2** Consulta del CRM
- **5.3** Argumentario
- **5.4** Preparación de la entrevista
- **5.5** Calidad de los datos

Cliente frente a prospecto

Cliente

- Ya ha comprado
- Está en la cartera
- Se le hace seguimiento

VS

Prospecto

- Todavía no ha comprado
- Encaja: necesidad, pago y decisión
- Se busca y se selecciona

CLAVE

Cada selección lleva su porqué escrito.

Consultar el CRM antes de una visita

1. **Cuenta**
   La empresa y sus datos.
2. **Contactos**
   Quién decide, usa y paga.
3. **Oportunidades**
   Ventas posibles abiertas.
4. **Historial**
   Qué quedó pendiente.
5. **Siguiente actividad**
   La próxima acción con fecha.

CLAVE
Un CRM es una base relacionada, no una hoja con nombres.

Un argumento con prueba

1 → 2 → 3 → 4

Característica
Un dato del producto.

Ventaja
Qué permite ese dato.

Beneficio
Qué gana el cliente.

Prueba
Dato o demostración.

CLAVE

Un beneficio sin prueba es solo una opinión del vendedor.

Calidad de los datos

TIPO	EJEMPLO
Hecho	Pidió respaldo regulable
Preferencia	Prefiere el correo
Juicio	«Cliente difícil» (fuera de la ficha)

CLAVE

Separar hechos, preferencias y juicios protege al cliente.

Preparar la entrevista

🎯

Objetivo

Concreto, medible y con fecha

❓

Preguntas

Abiertas, cerradas y de comprobación

📎

Documentación

Con su versión y su fecha

CLAVE

Se lleva solo lo que se va a usar, sin datos de otros clientes.

CASO RESUELTO · PASO A PASO

Caso · La nota de septiembre



Marina

¿Prometo la silla «para mañana» por una nota vieja?

1. **Duplicado** CU-002 y CU-017: una sola cuenta.
2. **Nota** 14/09/2026, sin confirmar.
3. **Comprobar** Disponibilidad con Román.
4. **Argumentario** Respaldo, 10 días, garantía 3 años.
5. **Clave** No prometer sin confirmar.

✔ **Mira la fecha de la nota antes de prometer nada.**

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

Antes de una visita, el primer dato que se consulta en el CRM es...

A La cuenta del cliente

B El color de su logotipo

C La opinión del vendedor anterior

✔️ Se consultan cuenta, contactos, oportunidades, historial y siguiente actividad.

REPASO

Ideas clave

- **Prospección.** Cliente y prospecto. Un cliente es quien ya ha comprado; un prospecto (o cliente potencial) es quien todavía no, pero podría hacerlo.
- **Consulta del CRM.** Qué es un CRM. Un CRM (gestión de relaciones con clientes) es una aplicación que guarda en un solo lugar los datos de cada cliente y todo lo que ocurre con él.
- **Argumentario.** Característica, ventaja, beneficio y prueba. Un argumentario es el conjunto ordenado de razones por las que un cliente debería comprar.
- **Preparación de la entrevista.** El objetivo de la entrevista. Antes de la cita se fija qué se quiere conseguir: un objetivo concreto, medible y con fecha.
- **Calidad de los datos.** Hecho, preferencia y juicio. En el CRM conviene distinguir tres tipos de anotaciones.

PARA TERMINAR

Para pensar

1. ¿Qué tres datos del CRM mirarías antes de llamar a un cliente?
2. ¿Cómo convertirías «es un buen producto» en un argumento con prueba?
3. ¿Por qué un duplicado en el CRM perjudica al cliente?



¡Ahora te toca a ti!

Repasa, practica y comprueba lo que has aprendido.

📝 **Resumen**

✅ **Test**

👆 **Interactivos**

Libro, presentaciones, resúmenes y tests gratis en **josesande.com**