

Comerciales, dejen que los prospecten

Frédéric Le Pennec · 11 de febrero de 2025



¿Y si las llamadas de prospección que recibes se convirtieran en un campo de entrenamiento? Observa los ganchos, el tono, las objeciones y los sesgos para afinar tu propia práctica comercial.

Si eres comercial en B2B, sabes cuán difícil es obtener la atención de un interlocutor en la prospección telefónica. Sin embargo, ¿qué haces cuando eres tú quien recibe una llamada B2C? Si cuelgas inmediatamente, quizás estés perdiendo una oportunidad valiosa: observar en directo las técnicas de otros comerciales y aprender de ellas.

Cada llamada es una oportunidad para analizar qué capta o pierde la atención. En lugar de centrarte en el enfado, plantea estas preguntas:

¿En los primeros segundos, el prospecto capta tu atención o su discurso te da ganas de huir?

Una voz calmada y natural te da ganas de escuchar, a diferencia de un tono monótono o demasiado agresivo.

¿El discurso es claro y bien estructurado, o se pierde en detalles innecesarios?

¿Hace preguntas pertinentes o sigue mecánicamente su guión?

¿Insiste torpemente, responde inteligentemente o abandona tras el primer rechazo?

¿É? ¿Demuestra que entiende tu necesidad o continúa sin ajustar su discurso?

¿■■■■■■■■■■■■■■ ■■■■■■■■■■ ■■ ■■■■■■■■■■■■■■■? Algunos comerciales juegan con asociaciones engañosas: palabras exageradas ("revolucionario"), falsa urgencia ("oferta válida solo hoy"), comparaciones dudosas ("el Netflix del seguro") o referencias vagas ("te llamo tras un reporte de EDF..."). ¿Te convence o te desagrada?

[illegible]

En lugar de colgar inmediatamente, concédete unos minutos para analizar estas llamadas. Anota lo que funciona y lo que te molesta. ¡Quizás te des cuenta de que algunas aproximaciones que te irritan... son también las que utilizas sin darte cuenta!

Entonces, ¿listo para transformar estas llamadas indeseadas en una fuente de aprendizaje?