CAPÍTULO 15

EL SEGUIMIENTO DECIDE LA VENTA

Cómo volver a escribir con una razón, un momento y un siguiente paso

Dar seguimiento no consiste en repetir el mismo mensaje. Consiste en recordar qué falta, retomar cuando tiene sentido y saber cuándo dejar espacio.



“Lo voy a revisar y te aviso”. La propuesta ya está en manos del cliente y ahora aparece una de las partes más delicadas de la venta: qué hacer después. Muchos agentes se quedan inmóviles por miedo a molestar; otros escriben demasiado pronto y convierten el seguimiento en una persecución.

El documento base coloca “Calendario 3-2-1” y “Seguimiento inteligente” dentro del módulo de prospección, cuyo objetivo es mantener un flujo constante de oportunidades mediante atracción y seguimiento. Sin embargo, el PDF no explica qué significa ese calendario ni fija una frecuencia concreta. Por eso, este capítulo no inventa una fórmula universal. Vamos a trabajar una idea más útil: cada seguimiento debe tener una razón, un momento y un siguiente paso.

EMPIEZA POR EL PENDIENTE, NO POR EL SALUDO

Antes de volver a escribir, revisa la última conversación. ¿Qué quedó por resolver?

Tal vez el cliente debía confirmar vacaciones, hablar con su pareja, revisar presupuesto o elegir entre dos alternativas. También puede ocurrir que el pendiente sea tuyo: verificar disponibilidad, consultar una política o corregir una cotización.

ESE DATO DEBE SER EL PUNTO DE PARTIDA.

EJEMPLO UTIL

“Hola, Laura. Quedamos en revisar el viaje cuando tuvieras confirmadas las fechas. ¿Ya las pudieron definir?”

Tiene contexto y una pregunta concreta.

EJEMPLO A EVITAR

“Hola, solo paso a dar seguimiento”

Obliga al cliente a reconstruir toda la conversación y no explica qué necesitas de él.

CADA CONTACTO NECESITA UNA RAZÓN

Un seguimiento útil puede cumplir distintas funciones: recuperar una decisión pendiente, entregar información prometida, avisar de un cambio real, aclarar una duda o confirmar si el proyecto sigue vigente.

Pregúntate antes de enviar: ¿por qué escribo hoy?

Si la única respuesta es “porque ya pasaron unos días”, busca primero el contexto. El tiempo por sí solo no convierte un mensaje en útil.

Cuando tengas información nueva, dilo desde el principio: “Ya confirmé la política de cambio que me preguntaste”. Si dependes de una respuesta del cliente, recuerda el acuerdo: “Quedamos pendientes de saber si pueden viajar la segunda semana de agosto”.

El seguimiento funciona mejor cuando continúa la conversación anterior.



ACUERDA CUÁNDO VOLVER A HABLAR

Siempre que sea natural, convierte el seguimiento en un acuerdo.
“¿Te parece si lo retomamos el jueves?” permite que ambos sepan cuándo volverán a hablar. Si el cliente acepta, registra la fecha y cumple.

Salesforce define una cadencia de ventas como una secuencia estructurada de contactos durante un periodo determinado. También señala que el canal, el número de intentos, el espacio entre ellos y el enfoque del mensaje forman parte de esa estructura. Sus propios ejemplos cambian según el tipo de oportunidad; por eso no conviene copiar una misma frecuencia para todos los viajeros.

En turismo, una familia que espera autorización de vacaciones necesita un ritmo distinto al de alguien que debe decidir antes de una fecha límite real.

NO CASTIGUES EL SILENCIO

Que una persona no responda todavía no explica por qué. Puede estar ocupada, haber pospuesto el viaje, estar comparando o simplemente no haber tomado una decisión.
Evita mensajes como “veo que leíste y no respondiste” o “sigo esperando tu confirmación”. Convierten el silencio en una deuda.
Puedes retomar con contexto: “Hola, Diego. Te escribo por las opciones de Japón que revisamos. Si el viaje sigue en tus planes, puedo actualizar disponibilidad; si lo pausaste, también me sirve saberlo”.
Ese mensaje permite continuar o cerrar sin reproche.

CADA CONTACTO NECESITA UNA RAZÓN

Un seguimiento útil puede cumplir distintas funciones: recuperar una decisión pendiente, entregar información prometida, avisar de un cambio real, aclarar una duda o confirmar si el proyecto sigue vigente.

Pregúntate antes de enviar: ¿por qué escribo hoy?

Si la única respuesta es “porque ya pasaron unos días”, busca primero el contexto. El tiempo por sí solo no convierte un mensaje en útil.

Cuando tengas información nueva, dilo desde el principio: “Ya confirmé la política de cambio que me preguntaste”. Si dependes de una respuesta del cliente, recuerda el acuerdo: “Quedamos pendientes de saber si pueden viajar la segunda semana de agosto”.

El seguimiento funciona mejor cuando continúa la conversación anterior.



CUÁNDO APORTAR ALGO NUEVO

No todos los seguimientos necesitan una promoción. Aportar valor puede significar resolver una duda, explicar una condición o actualizar información que afecta la decisión.

Si aparece una tarifa nueva, una disponibilidad distinta o un requisito relevante, compártelo solo si realmente se relaciona con la consulta. Evita utilizar cualquier novedad como excusa para escribir.

Un mensaje útil responde a la situación del cliente; no al deseo del agente de aparecer otra vez en su pantalla.

CUÁNDO PAUSAR O CERRAR

El seguimiento también necesita una salida.

Si el cliente dice que no continuará, registra la decisión y respétala. Si pide que no le escribas más, detén la comunicación. En WhatsApp Business, las empresas deben respetar las solicitudes de dejar de recibir mensajes y el alcance del consentimiento otorgado.

Si después de varios intentos razonables no existe respuesta, puedes enviar un cierre respetuoso: “Para no llenarte de mensajes, voy a pausar esta consulta. Si más adelante quieres retomarla, con gusto la revisamos nuevamente”.



TU FICHA DEL SIGUIENTE SEGUIMIENTO

Antes de escribir, registra cinco campos:

Pendiente.
¿Qué falta resolver?

Responsable.
¿Quién debe hacer el siguiente movimiento: cliente, agente o proveedor?

Razón del contacto.
¿Por qué tiene sentido escribir ahora?

Momento.
¿Existe una fecha acordada o una condición que marque cuándo retomar?

Salida.
¿Qué harás si responde sí, todavía no o no desea continuar?

Esta ficha es una herramienta editorial de PEO Contigo. No prescribe una frecuencia universal; ayuda a mantener continuidad y contexto.

HERRAMIENTA PRÁCTICA

Completa los cinco campos antes de volver a contactar.

CAMPO	LO QUE SÉ	ACCIÓN
PENDIENTE		
RESPONSABLE		
RAZÓN DEL CONTACTO		
MOMENTO		
SALIDA		

EJEMPLO DIDÁCTICO - SOFÍA Y LAS VACACIONES FAMILIARES

Completa los cinco campos antes de volver a contactar.

CAMPO	EJEMPLO	ACCIÓN
PENDIENTE	Confirmar vacaciones del esposo.	Preguntar si ya definieron fechas.
RESPONSABLE	Cliente.	Esperar la confirmación familiar.
RAZÓN DEL CONTACTO	Retomar el pendiente acordado.	Revisar disponibilidad cuando tengan fechas.
MOMENTO	Lunes, acordado con Sofía.	Escribir ese día.
SALIDA	Si el viaje se pausa, registrar y detener el seguimiento.	Reabrir solo si el cliente desea retomarlo.

Abre cinco oportunidades activas y completa la ficha. Detecta cuáles tienen un seguimiento acordado, cuáles dependen de una acción tuya y cuáles están recibiendo mensajes sin una razón clara.
Después elige una sola acción para cada conversación.
El seguimiento decide muchas ventas porque evita que las conversaciones se pierdan. Su valor está en recordar qué falta, aparecer cuando tiene sentido y saber cuándo dejar espacio.
Extensión verificada del cuerpo editorial: 996 palabras.

VER VIDEO
ESCANÉALO PARA VER EL CAPÍTULO COMPLETO