CAPÍTULO 16



# CÓMO PEDIR REFERIDOS SIN INCOMODAR

*El momento, la frase y la forma de presentación que protegen la confianza*

**Una recomendación funciona mejor cuando nace de una experiencia positiva y deja que la otra persona decida si quiere conversar contigo.**

“¡Gracias, nos fue increíble!”. Cuando un cliente regresa de viaje y te escribe algo así, tu trabajo ya produjo una experiencia que la persona valora. Ese momento puede abrir una recomendación, siempre que la petición se haga con naturalidad y respeto.

El documento base incluye “Fuentes de leads” dentro del módulo de prospección y también registra “Ventas por referido” entre sus indicadores globales. No desarrolla una técnica específica para pedir recomendaciones. Este capítulo construye esa práctica: elegir el momento, formular una petición sencilla y proteger la relación con quien recomienda y con la persona referida.

## PIDE DESPUÉS DE ENTREGAR VALOR

La recomendación tiene más sentido cuando el cliente ya puede hablar desde su propia experiencia.

Puede ser después del viaje, cuando expresa satisfacción; después de que resolviste una situación importante; o cuando te dice espontáneamente que volvería a trabajar contigo. HubSpot y Salesforce coinciden en priorizar a clientes satisfechos y pedir referencias después de que hayan experimentado valor.
Evita pedir un referido cuando el cliente todavía no ha vivido el servicio.

Busca una señal real: agradecimiento, comentario positivo, reseña o reconocimiento concreto sobre tu atención.



## HAZ UNA PETICIÓN FÁCIL DE ACEPTAR O RECHAZAR

Pedir un referido puede sentirse incómodo cuando suena a obligación. Reduce esa presión con una frase breve:

> “Me da mucho gusto que hayan disfrutado el viaje. Si conoces a alguien que esté planeando algo parecido y crees que puedo ayudarle, ¿te sentirías cómodo compartiéndole mis datos?”.

También puedes adaptar el contexto: “Si alguien de tu familia está pensando en Japón y necesita orientación, con gusto lo atiendo. Puedes pasarle mi contacto”.

La petición debe permitir un sí, un no o un “ahora no” sin cambiar el tono de la relación.

Evita convertir el agradecimiento del cliente en una lista de favores: reseña, referido, publicación y testimonio al mismo tiempo. Elige la petición que tenga más sentido.



## FACILITA LA RECOMENDACIÓN

Si el cliente quiere recomendarte, haz que resulte sencillo.

Prepara una tarjeta digital, un enlace directo a tu canal de contacto o un mensaje breve que pueda reenviar. Incluye tu nombre, agencia, forma de contacto y una frase que explique qué tipo de ayuda ofreces.

“Adriana me ayudó con nuestro viaje familiar a Europa. Si estás organizando algo parecido, te comparto su contacto” funciona mejor que un catálogo de veinte páginas.




## NO CONVIERTAS UN REFERIDO EN CONTACTO FRÍO

Que un cliente conozca a alguien no significa que tú tengas permiso para escribirle.

La política vigente de WhatsApp Business establece que un negocio solo puede contactar a una persona cuando esta proporcionó su número y otorgó consentimiento explícito para recibir mensajes posteriores por WhatsApp. Evita pedir: “Pásame su teléfono y yo le escribo”.

Propón dos caminos: que tu cliente comparta tus datos y la otra persona te contacte, o que haga una presentación después de preguntarle si está de acuerdo.

Una presentación puede ser sencilla: “Ana, te presento a Mariana, la agente que nos ayudó. Mariana, Ana está planeando un viaje y me dijo que sí quería ponerse en contacto contigo”.

# UN CASO: LA RECOMENDACIÓN LLEGÓ DESPUÉS DEL VIAJE



Imagina este caso didáctico. Elena regresa de un viaje familiar y escribe: “Todo salió increíble. Gracias por estar pendiente”.

La agente responde al agradecimiento y añade: “Me da muchísimo gusto. Si conoces a alguien que esté planeando un viaje y crees que puedo ayudarle, puedes compartirle mis datos”.

Elena comenta que su hermana quiere viajar a Japón. La agente no pide su teléfono. Le envía una tarjeta digital y le dice: “Si a ella le sirve, compártesela. Y si prefiere que nos presentes, con gusto”.

Dos días después, Elena crea un grupo con su hermana. Ana confirma en el grupo que quiere conversar con la agencia por WhatsApp. La agente agradece la presentación y pregunta qué están planeando.

La recomendación abrió una conversación sin utilizar datos entregados a espaldas de la persona referida.

## SÉ ESPECÍFICO SOBRE QUIÉN PUEDES AYUDAR

“Recomiéndame con tus amigos” deja todo el trabajo al cliente.

Una petición más específica facilita que recuerde a alguien: “Si conoces a una familia que esté organizando su primer crucero…” o “si alguien de tu empresa necesita coordinar un viaje de trabajo…”.

La especificidad debe reflejar servicios que realmente atiendes.

## SI NO APARECE NADIE, TERMINA AHÍ

El cliente puede estar satisfecho y no conocer a nadie que necesite viajar ahora. Agradece y sigue cuidando la relación.

No repitas la solicitud en cada conversación. HubSpot recomienda elegir clientes satisfechos y momentos adecuados; insistir constantemente puede convertir una petición sencilla en ruido.

## REGISTRA DE DÓNDE LLEGA CADA CONTACTO

Cuando una persona referida te contacte, registra quién hizo la presentación y qué contexto compartió, sin convertir esa relación en permiso para revelar detalles posteriores.

Agradece al cliente que te recomendó: “Gracias por ponerme en contacto con Ana”. Después, la nueva conversación pertenece a la persona referida. Evita contar al recomendador cuánto gastó, qué decidió o cualquier detalle que no corresponda compartir.

# TU FICHA PARA PEDIR UN REFERIDO

Antes de pedirlo, registra cinco campos:

**Señal de satisfacción.** ¿Qué expresó el cliente que muestra una experiencia positiva? _____

**Motivo.** ¿Por qué este momento resulta natural para pedir una recomendación? _____

**Petición.** ¿Qué frase breve utilizarás? _____

**Forma de presentación.** ¿Compartirá tus datos o hará una introducción con permiso? _____

**Registro.** Si llega una consulta, ¿cómo documentarás su origen y agradecerás la referencia? _____

La ficha ayuda a preparar una petición respetuosa. No garantiza un referido y no sustituye el consentimiento de la persona que será contactada.

# PONLO A TRABAJAR HOY

Revisa tus conversaciones recientes y selecciona tres clientes que hayan expresado satisfacción de forma clara. Elige uno. Escribe la petición que usarías y prepara el recurso que podrá compartir.

Si recomienda a alguien, facilita la presentación y deja que la nueva persona decida si quiere conversar.

Pedir referidos sin incomodar consiste en reconocer el momento, hacer una petición sencilla y dejar que la confianza viaje de una persona a otra con permiso.

Extensión verificada del cuerpo editorial: 981 palabras.



**VER VIDEO**

**ESCANÉALO PARA VER EL CAPÍTULO COMPLETO**