CAPÍTULO 09



¿ESTE PROSPECTO ESTÁ LISTO PARA AVANZAR?

Método BANT para saber qué está confirmado, qué falta y cuál es la siguiente conversación

Calificar una oportunidad no significa juzgar al cliente. Significa reconocer qué está listo, qué sigue pendiente y qué conversación corresponde ahora.

Un prospecto pide una cotización para viajar en verano. Le gusta el destino, pregunta por formas de pago y dice que revisará la propuesta con su pareja. Tú podrías pensar que está “casi cerrado”. Sin embargo, todavía no sabes si las fechas están definidas, quién participará en la decisión final o qué condición puede detener el viaje.

Calificar una oportunidad sirve para reconocer qué está claro y qué falta por resolver. BANT son las iniciales de Budget, Authority, Need y Timeline: presupuesto, autoridad, necesidad y tiempo. En turismo, Authority se traduce de forma práctica como quién participa o aprueba la decisión. Utilízalo como una brújula de conversación, no como un examen que el cliente debe aprobar.

CALIFICAR NO SIGNIFICA DESCARTAR



Una persona puede tener una necesidad real y todavía no estar preparada para reservar. Tal vez espera autorización de vacaciones, necesita hablar con su familia o aún desconoce cuánto puede destinar al viaje. Eso no la convierte en un mal prospecto.

La pregunta útil es otra: ¿qué tendría que aclararse para que pueda tomar una decisión informada?
BANT te ayuda a ordenar esa respuesta. Registra únicamente lo que el viajero confirmó y deja como pendiente aquello que todavía desconoces. Así evitas perseguir una venta que no puede avanzar y abandonar una oportunidad que solo necesita tiempo o información.

LOS CUATRO ELEMENTOS DEL MÉTODO BANT

B — BUDGET: EL PRESUPUESTO ORIENTA

En turismo, preguntar por presupuesto permite seleccionar opciones realistas y evitar propuestas que después obliguen a empezar desde cero. Hazlo con naturalidad: “¿Qué rango quieren cuidar para este viaje?” o “¿Hay un monto que prefieran no superar?”.

Al revisar el presupuesto, también conviene entender cómo necesita organizar el pago. Un cliente puede aceptar el precio total y necesitar claridad sobre anticipo, parcialidades o fecha límite. Distingue siempre las condiciones confirmadas por el proveedor de cualquier posibilidad que todavía debas verificar.

Evita utilizar el presupuesto como juicio sobre el viajero. Tu tarea es entender qué puede y quiere destinar, y explicar qué alternativas existen dentro de ese marco.

A — AUTHORITY: DESCUBRE QUIÉN PARTICIPA

En una venta corporativa, autoridad suele referirse a quien puede aprobar la compra. En turismo, la decisión puede compartirse entre una pareja, una familia, un grupo de amigos o una empresa.

Pregunta sin incomodar: “¿Quién más necesita revisar esta propuesta?” o “¿Hay alguien que deba estar de acuerdo antes de reservar?”. Si otra persona participa, procura que la información importante llegue también a ella o acuerda cómo la revisarán juntos.

No conviertas a tu contacto en mensajero de una propuesta que nunca explicaste al resto. Saber quién participa te ayuda a organizar la conversación y evita interpretar como objeción lo que quizá es una decisión pendiente.

N — NEED: CONFIRMA QUÉ VIAJE NECESITA

La necesidad es la razón que da sentido a la propuesta. Puede ser descansar, celebrar, facilitar un viaje con niños, evitar conexiones complicadas o controlar los gastos.

Recupera lo que ya aprendiste: escucha, aclara y pregunta con intención. Después resume: “Entonces, lo más importante es mantener una sola base para no cambiar de hotel todos los días. ¿Correcto?”.

Una necesidad confirmada te permite defender una recomendación con criterio. Si todavía no sabes qué quiere proteger el cliente, el precio terminará ocupando demasiado espacio en la conversación.

T — TIMELINE: DISTINGUE VIAJAR DE DECIDIR

La fecha del viaje y la fecha de decisión no son lo mismo. Una persona puede querer viajar en agosto y necesitar definir la reserva esta semana porque espera confirmar vacaciones o porque una condición de tarifa tiene vigencia limitada.

Pregunta: “¿Cuándo necesitan tener esta decisión resuelta?” y, cuando corresponda, explica con precisión qué disponibilidad o condición podría cambiar. Evita inventar urgencia. Si la tarifa vence, dilo; si no existe una fecha límite real, no la fabriques.

El tiempo te ayuda a saber cuándo volver a contactar y qué información debe estar lista.

UN CASO: LA VENTA NO ESTABA DETENIDA POR EL PRECIO

Imagina este caso didáctico. Laura solicita vacaciones de verano para dos adultos y dos niños. Indica un rango de presupuesto que permite preparar opciones y confirma que quiere un hotel con actividades infantiles. La propuesta le gusta.

Sin embargo, todavía necesita revisar las fechas con su pareja y ambos esperan la confirmación de vacaciones laborales. La agente registra:

- **Presupuesto:** confirmado.
- **Decisión:** participan ambos adultos.
- **Necesidad:** descanso familiar con actividades para niños.
- **Tiempo:** fechas de viaje tentativas; decisión pendiente de vacaciones laborales.

"Laura quiere viajar. Solo necesita confirmar las fechas con su pareja. La oportunidad sigue viva".

La acción correcta no es enviar un descuento ni preguntar cada día si ya pagarán. Es acordar cuándo tendrán la información pendiente y retomar entonces la propuesta, verificando nuevamente disponibilidad y condiciones.

BANT permitió ver que la oportunidad seguía viva, pero todavía no estaba lista para reservar.

NO CONVIERTAS BANT EN UNA ETIQUETA

Evita clasificar a las personas como "buenas", "malas", "calientes" o "frías" únicamente por cuatro respuestas. BANT simplifica una realidad más compleja. Puede ayudarte a priorizar, pero no explica por sí solo confianza, preferencias, cambios familiares o imprevistos.

Utilízalo como una fotografía del momento. Un pendiente hoy puede estar resuelto mañana. Un presupuesto confirmado puede cambiar si cambia el viaje. Actualiza la ficha cuando recibas nueva información.

UN CONSEJO IMPORTANTE

BANT te orienta, pero cada viajero es único. Escucha con atención, mantén una conversación abierta y actualiza la información a medida que cambien sus planes.

Las mejores decisiones llegan con información actualizada.



EL CASO DE LAURA EN RESUMEN

Tiene un interés real en viajar con su familia, un presupuesto definido y una necesidad clara. Solo falta confirmar las fechas con su pareja y la aprobación de sus vacaciones laborales.

El siguiente paso es acordar cuándo tendrá esa información y retomar la conversación.

CADA VIAJE TIENE SU MOMENTO.

TU FICHA DE AVANCE

Para cada oportunidad, registra cinco campos:

- **B** — **Presupuesto.** ¿Qué rango o condición económica está confirmado?
- **A** — **Decisión.** ¿Quién participa y qué falta acordar?
- **N** — **Necesidad.** ¿Qué prioridad debe resolver tu propuesta?
- **T** — **Tiempo.** ¿Cuándo quiere viajar y cuándo necesita decidir?
- ✓ — **Siguiente acción.** ¿Qué harás tú, qué hará el cliente y cuándo retomarán contacto?

Marca cada elemento como confirmado o pendiente. No llenes los espacios con suposiciones.

PONLO A TRABAJAR HOY

Abre tres conversaciones activas y completa la ficha. Después revisa cuál puede avanzar hoy y cuál necesita otro tipo de atención. Tal vez debas aclarar un presupuesto, incluir a otra persona, profundizar en una necesidad o esperar una fecha acordada.

El objetivo no es presionar a todos para cerrar. Es dedicar tu tiempo a la conversación que corresponde.

Un prospecto está listo para avanzar cuando sabes qué está confirmado, qué sigue pendiente y cuál es el siguiente paso para ambos.

VER VIDEO

ESCANÉALO PARA VER EL CAPÍTULO COMPLETO