

Prompts para incrementar la productividad

La pregunta en la estrategia de ventas

“Planear con Preguntas: Cómo diseñar una estrategia comercial que crece con el mercado”

Objetivo:

Mostrar cómo las preguntas estratégicas bien formuladas son el punto de partida para construir un plan comercial anual sólido, alineado con las oportunidades reales del mercado y con visión de crecimiento.

5 Preguntas estratégicas clave del equipo comercial:

¿Qué segmentos de clientes tienen mayor potencial de crecimiento este año?

► Uso de datos de mercado: estudios sectoriales, evolución por industria, tasas de inversión por región.

¿Qué canales de venta están mostrando mayor eficiencia y conversión?

► Datos: análisis del CRM, métricas de ROI por canal (presencial, digital, distribuidores).

¿Cuál es nuestro diferencial más valorado según nuestros mejores clientes?

► Fuentes: entrevistas a clientes clave, análisis de reseñas, encuestas de satisfacción.

¿Qué cambios del mercado (económicos, tecnológicos, regulatorios) podrían impactar nuestras ventas?

► Fuentes: informes de tendencias (Deloitte, McKinsey, PwC), datos macroeconómicos, regulación sectorial.

¿Qué indicadores de éxito (KPI) debemos priorizar para alinear al equipo comercial con el crecimiento?

► Ejemplos: nuevos clientes captados, tasa de retención, valor promedio por venta, % de ventas consultivas.

Prompt:

Actúa como director de ventas de una empresa B2B con enfoque en crecimiento. Genera 5 preguntas estratégicas clave que todo equipo de ventas debe hacerse para definir su plan comercial anual. Luego, sugiéreme cómo responderlas con datos reales del mercado.

La pregunta en la calificación de clientes

"Calificar con Inteligencia: Cómo saber si un cliente realmente vale tu tiempo"

Objetivo:

Mostrar cómo formular preguntas de calificación que ayuden a identificar rápidamente si un prospecto está listo para avanzar en el proceso comercial, usando el modelo MEDDIC como referencia estructural.

Modelo MEDDIC:

(Metrics – Economic Buyer – Decision Criteria – Decision Process – Identify Pain – Champion)

Ejemplo de Cuestionario MEDDIC para soluciones tecnológicas industriales:

M – Métricas:

"¿Qué indicador de negocio (tiempo, costos, eficiencia) mejoraría si se resolviera este problema con nuestra solución?"

E – Decisor económico:

"¿Quién es responsable de aprobar el presupuesto para este tipo de proyectos en su empresa?"

D – Criterios de decisión:

"¿Qué factores (precio, soporte, escalabilidad, compatibilidad) son más importantes al elegir una solución como la nuestra?"

D – Proceso de decisión:

"¿Cómo es típicamente el proceso de evaluación y compra para este tipo de soluciones en su organización?"

I – Dolor identificado:

"¿Qué está perdiendo hoy su equipo al no tener resuelto este problema?"

C – Champion (patrocinador interno):

"¿Hay alguien dentro de su organización que también esté empujando esta iniciativa o que vea con claridad el beneficio?"

Prompt:

Crea un cuestionario de calificación de clientes potenciales basado en el modelo MEDDIC para una empresa que vende soluciones tecnológicas industriales. Cada pregunta debe estar enfocada en descubrir si el cliente está listo para avanzar en el proceso de compra.

La pregunta en la venta con visión de negocio

“Vender con Visión de Negocio: Las preguntas que descubren lo que el cliente aún no dice”

Objetivo:

Aprender a formular preguntas poderosas que revelen necesidades profundas —más allá del producto— en contextos de venta B2B y B2C, asociando cada pregunta a la etapa del embudo comercial correspondiente.

Parte A. Venta con visión de negocio en B2B

5 Preguntas Clave B2B + Etapa del Embudo:

Pregunta	Etapa del Embudo	Intención Estratégica
“¿Qué impacto tendría resolver este problema en sus indicadores clave de negocio?”	Consideración	Conectar con valor económico real.
“¿Qué están dejando de ganar hoy por no resolver esto?”	Conciencia	Despertar urgencia desde el negocio.
“¿Qué iniciativas o proyectos ya están en marcha para abordar este tema?”	Consideración	Mapear el ecosistema de solución.
“¿Cómo afectaría esto a su equipo o a sus clientes si no se atiende en los próximos meses?”	Evaluación	Enfatizar implicación a corto plazo.
“¿Qué criterios serán clave para que ustedes decidan avanzar con un proveedor?”	Evaluación	Preparar el cierre desde el entendimiento de criterios.

Parte B. Venta con visión de negocio en B2C

5 Preguntas Clave B2C + Etapa del Embudo:

Pregunta	Etapa del Embudo	Intención Estratégica
“¿Qué es lo más importante para ti al momento de elegir este tipo de producto?”	Consideración	Identificar valores y motivadores.
“¿Qué te ha impedido resolver esto antes?”	Conciencia	Detectar objeciones latentes.
“¿Cómo te imaginas que sería tu día a día si esto ya estuviera resuelto?”	Evaluación	Activar deseo y visualización.

Pregunta	Etapas del Embudo	Intención Estratégica
"¿Qué experiencias negativas has tenido con otras marcas o soluciones?"	Consideración	Evitar errores del pasado.
"¿Qué tendría que pasar para que dijeras: 'Vale la pena comprar esto hoy'?"	Evaluación	Guiar hacia el cierre con motivación real.

Prompts:

B2B:

Dame 5 preguntas clave para detectar necesidades profundas en una venta B2B. Indica también en qué etapa del embudo de ventas conviene hacer cada una.

B2C:

Dame 5 preguntas clave para detectar necesidades profundas en una venta B2C. Indica también en qué etapa del embudo de ventas conviene hacer cada una.

NOTA: Puedes adaptarlos a tu industria específica (ej. alimentos, tecnología, servicios financieros) para obtener ejemplos contextualizados.

Actividad práctica sugerida:

"Pregunta con propósito"

Elige una venta reciente (real o simulada). Con base en tu industria, responde:

¿Qué pregunta hiciste que reveló una necesidad real?

¿En qué etapa del embudo la hiciste?

¿Qué podrías preguntar mejor en esa misma etapa la próxima vez?

🌀 Comparte en grupo. Identifica patrones y oportunidades de mejora en el estilo de entrevista comercial.

La pregunta en la actividad de marketing

“Conoce para Conectar: Cómo usar la pregunta correcta para construir buyer personas que convierten”

Objetivo:

Demostrar cómo las preguntas estratégicas en marketing permiten identificar segmentos clave, perfilar al cliente ideal y crear campañas más efectivas. El foco estará en el uso de la IA para generar Buyer Personas automáticos a partir de inputs mínimos.

Proceso estratégico de generación de buyer persona (pasos clave):

Definir el mercado

Pregunta: ¿Qué producto o servicio ofreces y en qué mercado estás?

► Ejemplo: Paneles de WPC para construcción decorativa (mercado: arquitectura y diseño)

Identificar la demanda potencial

Pregunta: ¿Cuántos potenciales consumidores podrían beneficiarse de esta solución?

► Ejemplo: Más de 20,000 arquitectos, 15,000 diseñadores y 10,000 constructoras en México

Segmentar el mercado

Pregunta: ¿Cómo puedes dividir ese mercado en grupos con características similares?

► Criterios B2B: Industria, tamaño de empresa, región, rol de compra

► Criterios B2C: Edad, estilo de vida, ingresos, ubicación, hábitos

Seleccionar el público objetivo

Pregunta: ¿A qué segmento específico vas a dirigirte en tu estrategia actual?

► Ejemplo: Arquitectos independientes en el norte de México con enfoque en proyectos residenciales sostenibles

Crear buyer persona

Pregunta: ¿Quién es ese cliente ideal y cómo piensa, compra y decide?

Prompt:

Sabiendo que nuestro producto es [Producto] dirigido a [Segmento de mercado], con un presupuesto limitado y un alto interés en [Tema de interés], crea el/los Buyer Persona siguiendo los pasos del proceso, profundizando en:

Información demográfica y profesional de los decisores de compra

Motivaciones principales y expectativas de la solución

Desafíos y objeciones comunes

Canales preferidos para investigar y comprar"

Asegúrate de preguntar antes:

¿Qué producto o servicio ofreces?

¿En qué región ofreces el producto o servicio?

¿Para quién es el producto o servicio?

¿En qué están interesados?

Salida esperada de la IA:

Ficha de Buyer Persona (B2B ejemplo):

Nombre: Andrea, la Arquitecta Sostenible

Rol: Arquitecta independiente con despacho propio

Edad / Perfil: 38 años, trabaja en Monterrey, especializada en diseño sustentable

Objetivos: Aumentar eficiencia en materiales sin perder estética

Retos: Clientes con presupuestos reducidos, desconfianza en nuevos materiales

Canales que consulta: Pinterest, Instagram, ferias de diseño, LinkedIn

Objeciones: Durabilidad de materiales, entregas tardías, soporte técnico limitado

Mensajes clave: Soluciones durables, fáciles de instalar, que aporten valor ecológico visible

USA EL GPT CREADO POR DITIA

<https://chatgpt.com/g/g-67cb72362a3c81918d70e78023d04d9a-generador-de-buyer-personas>

La pregunta del coach de ventas

"Coaching Comercial: Cómo una sola pregunta puede destrabar una venta"

Objetivo:

Mostrar cómo las preguntas adecuadas dentro de una sesión de coaching pueden generar autoconciencia, responsabilidad y acción en los vendedores, especialmente cuando están estancados. Se enseña también a usar IA como asistente estratégico para diseñar sesiones de coaching.

Prompt:

Actúa como un coach de ventas senior en una empresa Fortune 500. Diseña una sesión de coaching de 30 minutos para un vendedor que está estancado en la mitad del embudo de ventas. Incluye:

5 preguntas para generar conciencia

3 preguntas para activar acción

Una frase de cierre con inspiración basada en sus fortalezas."

Modelo de sesión de coaching de 30 minutos

Parte 1. Conciencia del problema (5 preguntas poderosas)

¿Qué parte de tu proceso crees que no está funcionando como debería?

¿Qué te dice tu intuición sobre por qué los prospectos no avanzan?

¿Qué señales has ignorado últimamente que podrían darte pistas?

¿Qué parte del embudo te frustra más y por qué?

¿Cómo estás influyendo —positiva o negativamente— en el avance del cliente?

Parte 2. Activación de responsabilidad (3 preguntas clave)

¿Qué puedes hacer esta semana para mejorar tu tasa de avance?

¿Qué conversación estás evitando que podría destrabar una oportunidad?

¿Qué harías diferente si tuvieras total confianza en tu enfoque?

Parte 3. Cierre inspirador (1 frase personalizada)

"Tienes una capacidad especial para crear confianza rápidamente. Si conectas desde ahí, tus clientes se abrirán y el camino avanzará contigo."

Versión avanzada del prompt (para líderes):

"Soy líder de un equipo de ventas. Dame 7 preguntas poderosas para usar en mis reuniones uno a uno con mis vendedores, que los ayuden a reflexionar sobre sus metas, obstáculos personales y compromiso con los resultados."

Realiza preguntas como:

¿Qué es lo que más te enorgullece de este trimestre?

¿Cuál es la conversación difícil que sabes que debes tener?

¿Qué creencia te está limitando en este momento?

¿Qué harías si supieras que no puedes fallar?

Contáctanos...

Goretty Meza

Líder en EJECUCIÓN | **DITIA**

gmeza@ditia.mx

477 175 5565

Jorge Navarro

Líder en EJECUCIÓN | **DITIA**

jnavarro@ditia.mx

477 134 3084