



**ALEJANDRO
SÁNCHEZ**
ASESORÍA EMPRESARIAL

Autodiagnóstico: ¿Qué tipo de vendedor eres?

Acciones para mitigar el “déjame pensarlo” de tus clientes

*Hola, y bienvenido a este
autodiagnóstico*

*Responde por favor las
siguientes 5 preguntas y
descubre por qué algunos
clientes se te resisten.*

*Hazlo según como tu actúas, y
no como “debería ser”*

PREGUNTAS DE OPCIÓN MÚLTIPLE

(Una respuesta por pregunta)



1.- Cuando un cliente te dice “cuéntame de tu producto”, tu...

- a) Empiezas con características técnicas y beneficios
- b) Haces una pregunta sobre su situación actual
- c) Le cuentas un caso de éxito similar
- d) Le dices “mejor te cuento lo que NO hacemos”

2.- Tu cliente duda y pide más tiempo. ¿Qué haces?

- a) Le envías más información y estudios de caso
- b) Le preguntas ¿qué más te preocupa?
- c) Le ofreces un descuento por tiempo limitado
- d) Le propones una reunión corta para resolver dudas

3.- ¿Qué frase usas más a menudo?

- a) Nuestro producto tiene X funcionalidad que te ayudará en Y
- b) ¿Cómo estás manejando actualmente este problema?
- c) Clientes como tú han logrado mejorar Z en 30 días
- d) ¿Te parece una locura si probamos algo diferente?

4.- Cuando pierdes una venta, ¿qué crees que falló?

- a) El cliente no entendió todo el valor que ofrecíamos
- b) No logré identificar su verdadera necesidad
- c) El precio o la competencia fueron mejores
- d) No compartí el riesgo lo suficiente

5.- ¿Cómo preparas una llamada importante?

- a) Reviso las características de nuestro producto que puedan interesarle
- b) Investigo su empresa, su rol y posibles dolores
- c) Busco un caso de éxito de una empresa familiar
- d) Preparo una hipótesis de cuál podría ser su miedo oculto

Y HE AQUÍ LOS RESULTADOS



Suma cuantas A, B, C o D elegiste. La letra con más respuestas es tu perfil principal

Mayoría A: Vendedor técnico

Te enfocas en características, funciones y datos.

El cliente se puede resistir porque siente que no entiendes su contexto.

Se termina bloqueando por que no sabe a qué atenerse.

Mayoría B: Vendedor consultivo

Preguntas mucho, escuchas más.

El cliente se puede resistir porque se siente interrogado.

Se puede bloquear si no ve soluciones concretas rápidamente.

Mayoría C: Vendedor por casos

Usas ejemplos, testimonios y referencias.

El cliente se puede resistir porque duda: “¿Mi caso es diferente?”.

Se bloquea por escepticismo.

Mayoría D: Vendedor provocador

Desafías al cliente con preguntas incómodas o perspectivas nuevas. El cliente puede resistirse por que se siente atacado.

Se bloquea por que teme que pongas en peligro su prestigio.

¿QUÉ DEBERÍAS HACER SEGÚN TU PERFIL?



Si eres vendedor técnico (Mayoría A):

Acción 1: Antes de hablar de tu producto, pregunta: ¿Qué es lo que más te frustra de tu situación actual?

Acción 2: Traduce cada característica en un beneficio comercial específico para el cliente con quien estás hablando

Acción 3: Límitate a máximo 3 funcionalidades por caso. Demasiados datos abruman.

Si eres vendedor consultivo (Mayoría B):

Acción 1: Alterna preguntas con micro - soluciones (después de cada respuesta, ofrece un dato útil)

Acción 2: Termina la interacción con una recomendación concreta, y no con “¿qué te gustaría hacer?”

Acción 3: Practica frases como “Por lo que me dices, lo más convenientes sería...”

Si eres vendedor por casos (Mayoría C):

Acción 1: Asegúrate de que el caso sea realmente espejo (misma industria, tamaño y problema)

Acción 2: Después del caso, pregunta: ¿en qué se parece y en qué se diferencia tu situación?

Acción 3: Ofrece un piloto de bajo riesgo para que el mismo cliente genere su propio caso

Si eres vendedor provocador (Mayoría D):

Acción 1: Suaviza el desafío con un premiso previo (¿Te parece si te comparto una perspectiva distinta?)

Acción 2: Acompaña la provocación con una solución concreta (no solo el problema)

Acción 3: Ofrece una garantía de satisfacción para reducir el riesgo profesional que generas

Este autodiagnóstico

Solo es el primer paso. Es para que te hagas una idea inicial de cómo lo estás haciendo y qué puedes hacer.

Si te interesa profundizar en estos temas, o conocer técnicas más específicas para realizar en la práctica, estamos para servirte.



Alejandro Sánchez asesoría empresarial
Bogotá DC, Colombia
www.alejandrosesoria.com
contacto@alejandrosesoria.com