

Objetivo:

Conseguir nuevos clientes y aumentar las ventas.

Alcance:

Desde conseguir el primer número hasta conseguir un nuevo cliente.

Lineamientos Básicos:

- Es facultad exclusiva de la Gerencia de Operaciones cualquier excepción a lo establecido en el presente procedimiento.
- Es responsabilidad de Encargado de Tienda que se siga este proceso.

Descripción de Actividades:

1. ¿Qué es la prospección?

La prospección es el proceso de **identificar y contactar a posibles clientes** (escuelas, instructores, gimnasios o practicantes) con el fin de **convertirlos en oportunidades de venta** y, eventualmente, en clientes frecuentes.

El objetivo no es solo vender, sino **construir relaciones duraderas** basadas en confianza y en el valor de nuestros productos.



2. Objetivos de la prospección

◆ Identificación de clientes potenciales

Busca **escuelas, dojos, gimnasios o instructores** en tu zona que **aún no compran con nosotros**. Puedes enfocarte en:

- Profesores o dueños de academias.
- Tiendas deportivas locales.
- Equipos o clubes de artes marciales.

◆ Generación de interés

Antes de contactar, **investiga** un poco sobre la persona o negocio:

- ¿Qué disciplina enseñan (karate, taekwondo, jiu-jitsu, MMA...)?
- ¿Qué tipo de productos pueden necesitar (uniformes, guantes, protectores, tatamis, etc.)?

Esto te permitirá **recomendar el producto ideal** según sus necesidades y mostrar conocimiento del sector.

◆ Conversación y seguimiento

Durante la llamada o visita:

1. Escucha los problemas o necesidades del prospecto.
2. Ofrece soluciones concretas (“Tenemos uniformes personalizados con bordado del dojo”, “Nuestros guantes tienen garantía y descuentos por volumen”).
3. Busca siempre **una acción siguiente**: agendar una reunión, enviar catálogo o muestra, o simplemente mantener el contacto.

3. Primera llamada o primer contacto

👤 Cómo encontrar contactos

- **Online:** Directorios de academias, Facebook, Google Maps, LinkedIn.
- **Eventos:** Torneos, exhibiciones, ferias deportivas.
- **Referencias:** Pide a tus clientes actuales que te recomienden otros dojos o instructores.
- **Redes Sociales:** Sigue páginas de artes marciales locales y revisa quién las administra o comenta.

💡 *Consejo:* Mantén un registro con el nombre, teléfono, escuela, disciplina y fecha de contacto.

📞 Cómo realizar la llamada

1. Preséntate de forma clara y amable:

“Hola, soy [Tu nombre] de [Nombre de la empresa]. Nos especializamos en artículos de artes marciales, y quería presentarte nuestras opciones de uniformes y equipo para academias.”

2. Muestra interés genuino:

“¿Cuántos alumnos tienes actualmente?” o “¿Qué tipo de equipo usas más?”

3. Menciona beneficios, no solo precios.

4. Finaliza **pidiendo referencias**:

“¿Conoces a algún otro profesor o dojo que pudiera estar interesado?”

4. Herramientas recomendadas

- **Seguimiento de clientes:** Usa Excel o un CRM sencillo (como HubSpot o Notion) para registrar llamadas, respuestas y fechas de seguimiento.
- **Plantillas:** Guarda tus mejores guiones de llamadas, mensajes de WhatsApp y correos electrónicos.
- **Calendario:** Agenda recordatorios para hacer seguimientos a los 3 o 7 días.

💡 *Ejemplo de seguimiento:*

“Hola [Nombre], solo quería confirmar si pudiste revisar el catálogo que te envié. Tenemos una promoción especial esta semana para academias.”

5. Seguimiento y mejora continua

Cada semana, revisa tus resultados:

- ¿Cuántos nuevos contactos hiciste?
- ¿Cuántos te respondieron?
- ¿Cuántos mostraron interés real?
- ¿Cuántos se convirtieron en clientes?

🔄 Recuerda: la prospección es un proceso constante. No se trata de suerte, sino de **constancia y mejora continua**.

Cada llamada o mensaje suma experiencia y te acerca más a nuevos clientes.

6. Consejos finales

- Aprende sobre los productos: conoce tallas, materiales y diferencias entre modelos.
- Sé puntual con tus seguimientos.
- Muestra pasión por las artes marciales: los instructores valoran a quien entiende su mundo.
- Mantén una actitud positiva, incluso ante rechazos.
- Celebra cada nuevo contacto o venta, ¡cada paso cuenta!

EMISIÓN INICIAL:	ÚLTIMA REVISIÓN:	RESPONSABLE DEL PROCESO:	AUTORIZA:	PROCESO:	CLAVE:	HOJA:
Oct. - 2025	Oct. - 2025	Encargado Tienda	Dirección General	PROSPECCION CLIENTES	TD03-23	1 de 1