



Ventas para Startups y PYMEs

Sonia Ferrer Rentero x CEIN

Sobre mí: Sonia Ferrer Rentero

Consultora en ventas B2B para Startups y PYMEs.

Mi experiencia:

- Factorial: de ser la vendedora número uno a liderar un equipo de 160 vendedores y managers en 6 mercados internacionales, en plena etapa de hipercrecimiento.
- Antes de eso: marketing y comunicación en Startups y PYMEs.

Formación:

- Doble grado en ADE + Marketing por la Universidad Nebrija.
- Otros cursos: coaching, comunicación, copywriting e IA.

Mis pasiones son pasar tiempo en naturaleza, viajar y surfear!



¿Qué trataremos hoy?

- 1 Canales de captación de clientes
- 2 Cómo captar tus 10 primeros clientes
- 3 Herramientas clave para ventas B2B y B2C
- 4 Bonus: IA en ventas.
- 5 Bonus: testeo de mercado
- 6 Habilidades clave en ventas
- 7 Fidelización del cliente

Canales de captación de clientes

Alex Hormozi, en su libro "\$100M Leads", desglosa los tipos de canales de captación en cuatro categorías:

	Audiencia "caliente"	Audiencia "fría"
1:1	Prospección en "caliente"	
1:muchos		



Canales de captación de clientes

Alex Hormozi, en su libro "\$100M Leads", desglosa los tipos de canales de captación en cuatro categorías:

	Audiencia "caliente"	Audiencia "fría"
1:1	Prospección en "caliente"	Prospección en "frío"
1:muchos		



Canales de captación de clientes

Alex Hormozi, en su libro "\$100M Leads", desglosa los tipos de canales de captación en cuatro categorías:

	Audiencia "caliente"	Audiencia "fría"
1:1	Prospección en "caliente"	Prospección en "frío"
1:muchos	Publicar contenido	



Canales de captación de clientes

Alex Hormozi, en su libro "\$100M Leads", desglosa los tipos de canales de captación en cuatro categorías:

	Audiencia "caliente"	Audiencia "fría"
1:1	Prospección en "caliente"	Prospección en "frío"
1:muchos	Publicar contenido	Anuncios de pago

📌 Una combinación de estos enfoques suele ser lo más efectivo.



Cómo captar tus 10 primeros clientes

Con prospección en "caliente"



Identifica tu red cercana

Comienza por tus contactos más próximos: amigos, familiares, ex-compañeros de trabajo, y conocidos profesionales.



Ofrece un valor insuperable

Asegúrate de que resuelves un problema real para ellos.
Puedes ofrecer descuentos especiales o pruebas gratuitas a cambio de feedback.



Pide testimonios y referencias

Una vez satisfechos, solicita testimonios que puedas usar en tus canales de captación, y pide que te refieran a otros potenciales clientes.

Herramientas clave para ventas B2B y B2C



CRM

Hubspot, Clientify, Pipedrive, Salesforce (gestión de relaciones con clientes).



Bases de datos

Kaspr, Apollo, Lusha (información de prospectos).



Entregabilidad de correos

Warmup Inbox (asegura que tus emails lleguen a destino).



Segmentación y prospección por IA

Clay, Kombo, Genesy, Willbe (suele incluir bbdds y entregabilidad).

Herramientas clave para ventas B2B



Centralitas

Aircall, Ringover (gestión de llamadas comerciales).



Grabación de llamadas

Avoma, Read.ai, Google Workspace pro (incluye análisis de interacciones por IA).



LinkedIn + Sales Navigator

Prospección y segmentación avanzada en LinkedIn.



Gestión de calendario

Calendly, CRM (coordinación de reuniones).



Grabación de pantalla

Loom (mensajes de vídeo personalizados).



Investigación de herramientas

Wappalyzer (identifica tecnologías usadas por prospectos).

Herramientas clave para ventas B2C



Asistentes de ventas por IA

Rauda, Lixsa, Klaviyo
(interacción automatizada con clientes).



Análisis de datos y visualización

Google Analytics + Looker Studio (informes de tráfico y comportamiento).



E-mail marketing

Mailchimp, Brevo, Beehiiv...
(newsletters y automatizaciones por e-mail).



Otras específicas de inbound marketing

Semrush, Metricool, AnswerThePublic, Google Trends (análisis SEO y optimización de campañas).

Bonus: testeo de mercado

Testeo de Mercado

Antes de escalar cualquier estrategia, es vital validar su efectividad.

El testeo de mercado te permite entender:

- **Qué mensajes resuenan con tu audiencia**
- **Qué canales son más efectivos**
- **Qué ofertas generan mayor interés.**



A/B Testing

Método más práctico y sencillo de testear el mercado.

Consiste en **crear dos versiones de un mismo elemento** (por ejemplo, el asunto de un correo, el contenido de un mensaje, o el CTA de un anuncio) y **mostrarlas a segmentos de tu audiencia.**

Después, recoger información sobre cuál fue más efectiva, y seguir optimizando.

Bonus: IA en ventas. Ejemplo B2B

Paso	Qué hacer	Herramientas / Indicadores
1. Mapea el embudo de ventas o customer journey	Documenta cada tarea desde la generación del lead hasta cierre y post-venta. Marca las que aportan poco valor humano.	Diagrama de procesos.
2. Automatiza lo repetitivo	Ejemplo: Enriquecimiento y prospección : Clay, Kombo, Genesy.	<ul style="list-style-type: none">• % de leads generados por IA / total.• Tiempo medio de contacto ↓.

Bonus: IA en ventas. Ejemplo B2B

Paso	Qué hacer	Herramientas / Indicadores
3. Rediseña los roles	<ul style="list-style-type: none">• SDR clásico → Pipeline Automation Manager: configura, entrena y vigila los flujos de IA.• AE → Agente de ventas consultivas: se centra en <i>discovery</i> profundo, resolución de objeciones y cierre.• Sales Ops → Facilitación de AI: gobierno de datos y prompts.	Nuevas descripciones de puesto y OKRs.
4. Integra la IA en el CRM	Integra las apps en el CRM para que toda actividad IA deje huella auditable.	Ratio actividades IA registradas / actividades totales.

Bonus: IA en ventas. Ejemplo B2B

Paso	Qué hacer	Herramientas / Indicadores
5. Capacita al equipo	Formación en prompt engineering , supervisión de LLMs y análisis de conversaciones con Gong / Ringover.	<ul style="list-style-type: none">• % reps certificados en IA• curva de adopción.
6. Gobernanza y ética	Define políticas de privacidad y directrices de gestión de la IA.	Auditorías trimestrales de flujos de trabajo con IA.

3 Habilidades clave en ventas



Discovery y venta consultiva

Capacidad para **hacer las preguntas adecuadas y escuchar activamente** para entender las necesidades y problemas del cliente y, **en base a lo descubierto, ofrecer la solución más acertada** dentro de las capacidades de nuestro producto o servicio.



3 Habilidades clave en ventas



Discovery y venta consultiva

Capacidad para **hacer las preguntas adecuadas y escuchar activamente** para entender las necesidades y problemas del cliente y, **en base a lo descubierto, ofrecer la solución más acertada** dentro de las capacidades de nuestro producto o servicio.



Persuasión y copywriting

Habilidad para **comunicar nuestro valor diferencial de forma concisa, llamativa y efectiva**, e impulsando una **decisión de compra rápida**.



3 Habilidades clave en ventas



Discovery y venta consultiva

Capacidad para **hacer las preguntas adecuadas y escuchar activamente** para entender las necesidades y problemas del cliente y, **en base a lo descubierto, ofrecer la solución más acertada** dentro de las capacidades de nuestro producto o servicio.



Persuasión y copywriting

Habilidad para **comunicar nuestro valor diferencial de forma concisa, llamativa y efectiva**, e impulsando una **decisión de compra rápida**.



Negociación y cierre

Capacidad de **gestionar objeciones** y guiar al cliente hacia el acuerdo final, asegurando la **satisfacción mutua**.

3 Habilidades clave en ventas

Por supuesto, toman distintas formas en cada caso...:

Empresa producto

enterprise B2B - Software de optimización financiera para empresas.

Discovery y venta consultiva:

Cruciales por la complejidad y el largo ciclo de ventas.

La negociación y cierre también son fundamentales por el alto valor de los contratos.

Empresa producto online

B2C - Cosmética ecológica.

Empresa servicios B2C -

Centro de entrenamiento boutique.

3 Habilidades clave en ventas

Por supuesto, toman distintas formas en cada caso....:

Empresa producto

enterprise B2B - Software de optimización financiera para empresas.

Discovery y venta consultiva:

Cruciales por la complejidad y el largo ciclo de ventas.

La negociación y cierre también son fundamentales por el alto valor de los contratos.

Empresa producto online

B2C - Cosmética ecológica.

Persuasión y copywriting: Clave debido a la naturaleza transaccional y la inmediatez.

Un buen **discovery previo** (a través de investigación de mercados) ayuda a cualificar al cliente y dirigir correctamente el mensaje.

Empresa servicios B2C

Centro de entrenamiento boutique.

3 Habilidades clave en ventas

Por supuesto, toman distintas formas en cada caso....:

Empresa producto

enterprise B2B - Software de optimización financiera para empresas.

Discovery y venta consultiva:

Cruciales por la complejidad y el largo ciclo de ventas.

La negociación y cierre también son fundamentales por el alto valor de los contratos.

Empresa producto online

B2C - Cosmética ecológica.

Persuasión y copywriting: Clave debido a la naturaleza transaccional y la inmediatez.

Un buen **discovery previo** (a través de investigación de mercados) ayuda a cualificar al cliente y dirigir correctamente el mensaje.

Empresa servicios B2C -

Centro de entrenamiento boutique.

Discovery: Entender objetivos del cliente.

Persuasión: Para el momento de la visita o la llamada inicial, no damos cabida a objeciones porque nuestro pitch invita al cierre inmediato.

Habilidades clave en ventas

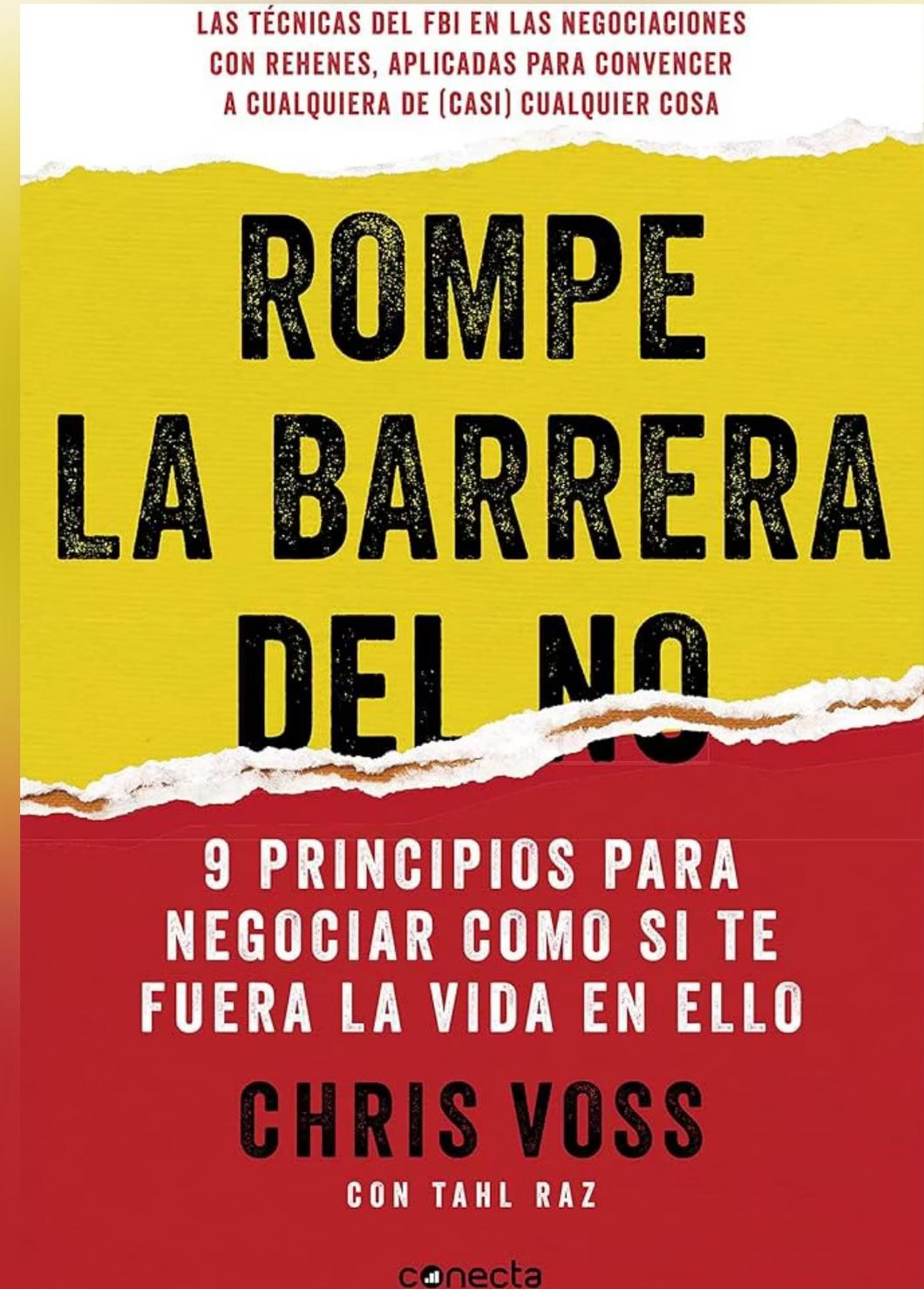
Y en todas las fases... encontramos la **Resolución de objeciones**.

Veamos qué nos dice Chris Voss en "Rompe la Barrera del No".

📄 Chris Voss es ex-negociador de rehenes del FBI.

En su libro, comparte estrategias de negociación basadas en su experiencia, para aplicar a las ventas.

Su enfoque ayuda a influir en las decisiones de la otra parte sin crear confrontación.



Habilidades clave en ventas

Veamos qué nos dice Chris Voss en "Rompe la Barrera del No":

- **Refleja:** Repite las últimas 2 - 3 palabras o la información más importante que dijo tu prospecto



Habilidades clave en ventas

Veamos qué nos dice Chris Voss en "Rompe la Barrera del No":

- **Refleja:** Repite las últimas 2 - 3 palabras o la información más importante que dijo tu prospecto
- **Resalta:** Lee entre las líneas y resalta las emociones que está reflejando tu prospecto. *“Por lo que me cuentas, entiendo que...”*



Habilidades clave en ventas

Veamos qué nos dice Chris Voss en "Rompe la Barrera del No":

- **Refleja:** Repite las últimas 2 - 3 palabras o la información más importante que dijo tu prospecto
- **Resalta:** Lee entre las líneas y resalta las emociones que está reflejando tu prospecto. *“Por lo que me cuentas, entiendo que...”*
- **Pregunta calibrada:** Busca información que no podrías tener sin la ayuda de tu prospecto. Por lo general, empiezan por “Cómo” y “Qué”.



Habilidades clave en ventas

Veamos qué nos dice Chris Voss en "Rompe la Barrera del No":

- **Refleja:** Repite las últimas 2 - 3 palabras o la información más importante que dijo tu prospecto
- **Resalta:** Lee entre las líneas y resalta las emociones que está reflejando tu prospecto. *“Por lo que me cuentas, entiendo que...”*
- **Pregunta calibrada:** Busca información que no podrías tener sin la ayuda de tu prospecto. Por lo general, empiezan por “Cómo” y “Qué”.
- **Una auto-acusación:** Esto reconoce las emociones negativas que el prospecto probablemente está pensando. Con ello, adelantas y anulas las posibles objeciones. *“No sé si esto tiene sentido pero...”*



Habilidades clave en ventas

Veamos qué nos dice Chris Voss en "Rompe la Barrera del No":

- **Refleja:** Repite las últimas 2 - 3 palabras o la información más importante que dijo tu prospecto
- **Resalta:** Lee entre las líneas y resalta las emociones que está reflejando tu prospecto. *“Por lo que me cuentas, entiendo que...”*
- **Pregunta calibrada:** Busca información que no podrías tener sin la ayuda de tu prospecto. Por lo general, empiezan por “Cómo” y “Qué”.
- **Una auto-acusación:** Esto reconoce las emociones negativas que el prospecto probablemente está pensando. Con ello, adelantas y anulas las posibles objeciones. *“No sé si esto tiene sentido pero...”*
- **Pregunta no orientada:** Pregunta que no hace sentir presionado al prospecto en decirte “sí”. *“¿Estarías dispuesto a...?”*



Habilidades clave en ventas: Practiquemos.

“Esto no cumple nuestras expectativas”

- Refleja:
- Una auto-acusación:
- Pregunta no orientada:



Habilidades clave en ventas: Practiquemos.

“Esto no cumple nuestras expectativas”

- **Refleja:** ¿No cumple vuestras expectativas?
- **Una auto-acusación:** Entiendo, tal vez no lo he sabido aplicar específicamente a vuestro caso.
- **Pregunta no orientada:** ¿Qué sí cumpliría vuestras expectativas?



Habilidades clave en ventas: Practiquemos.

“No es una prioridad ahora mismo”

- **Resalta:**
- **Una auto-acusación:**
- **Pregunta calibrada:**



Habilidades clave en ventas: Practiquemos.

“No es una prioridad ahora mismo”

- **Resalta:** Entiendo que ahora tienes otras cosas más importantes ahora
- **Una auto-acusación:** Lo último que quiero es hacerte perder el tiempo
- **Pregunta calibrada:** Puedo preguntarte... ¿Qué sí es prioritario para ti?

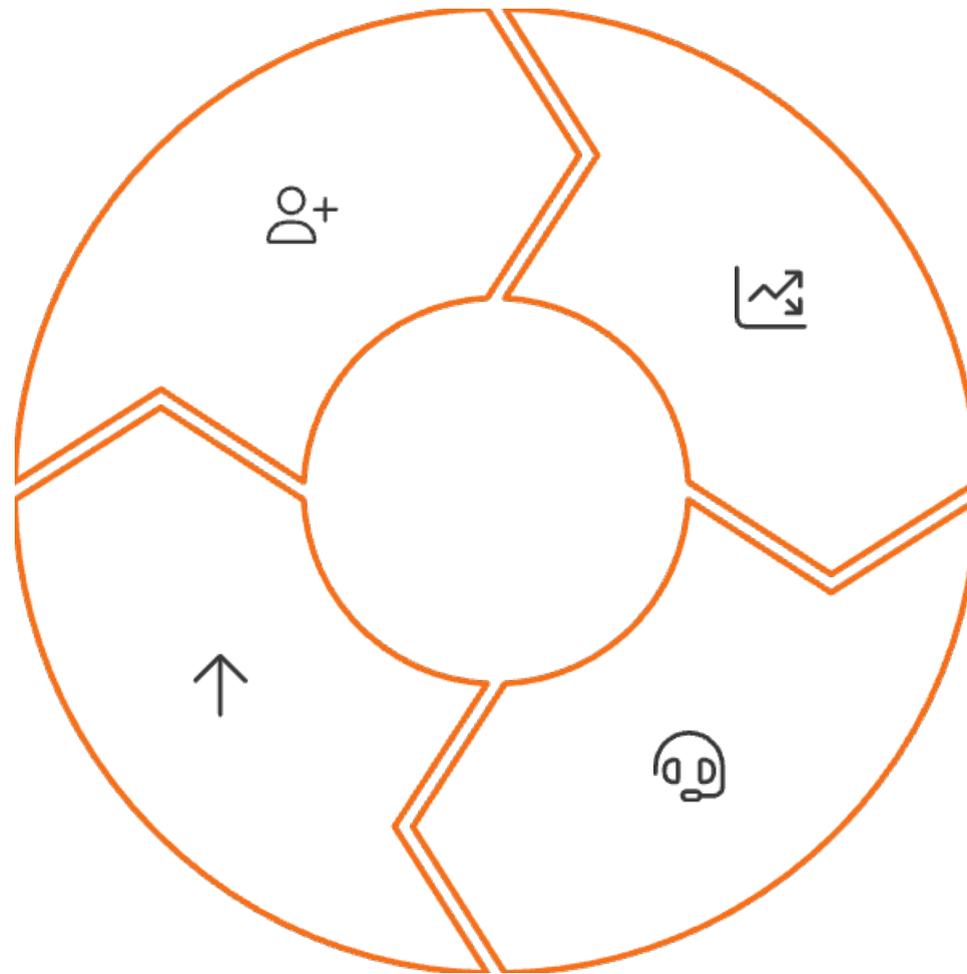


Fidelización y recurrencia del cliente

Una vez que has captado a un cliente, el verdadero trabajo comienza.

Onboarding

Asegura una **bienvenida fluida** y una comprensión total del producto o servicio. Primeras impresiones que marcan la diferencia.

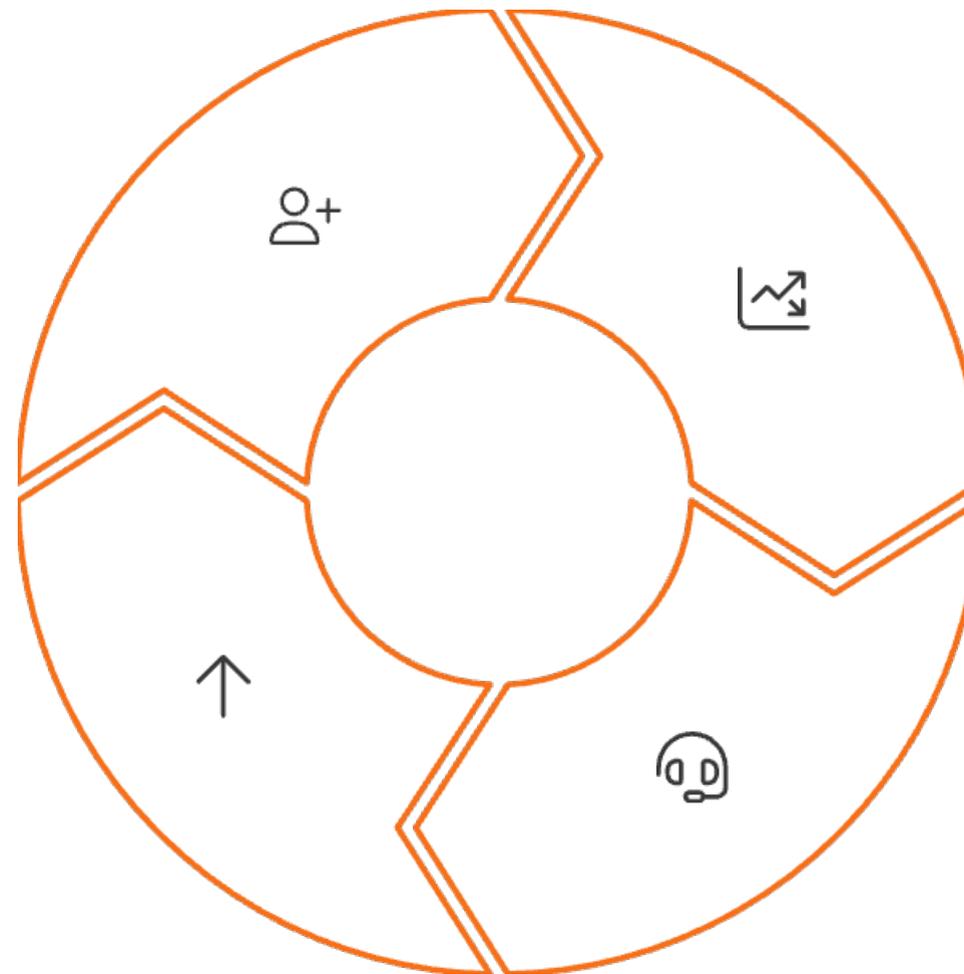


Fidelización y recurrencia del cliente

Una vez que has captado a un cliente, el verdadero trabajo comienza.

Onboarding

Asegura una **bienvenida fluida** y una comprensión total del producto o servicio. Primeras impresiones que marcan la diferencia.



Medición de la Satisfacción

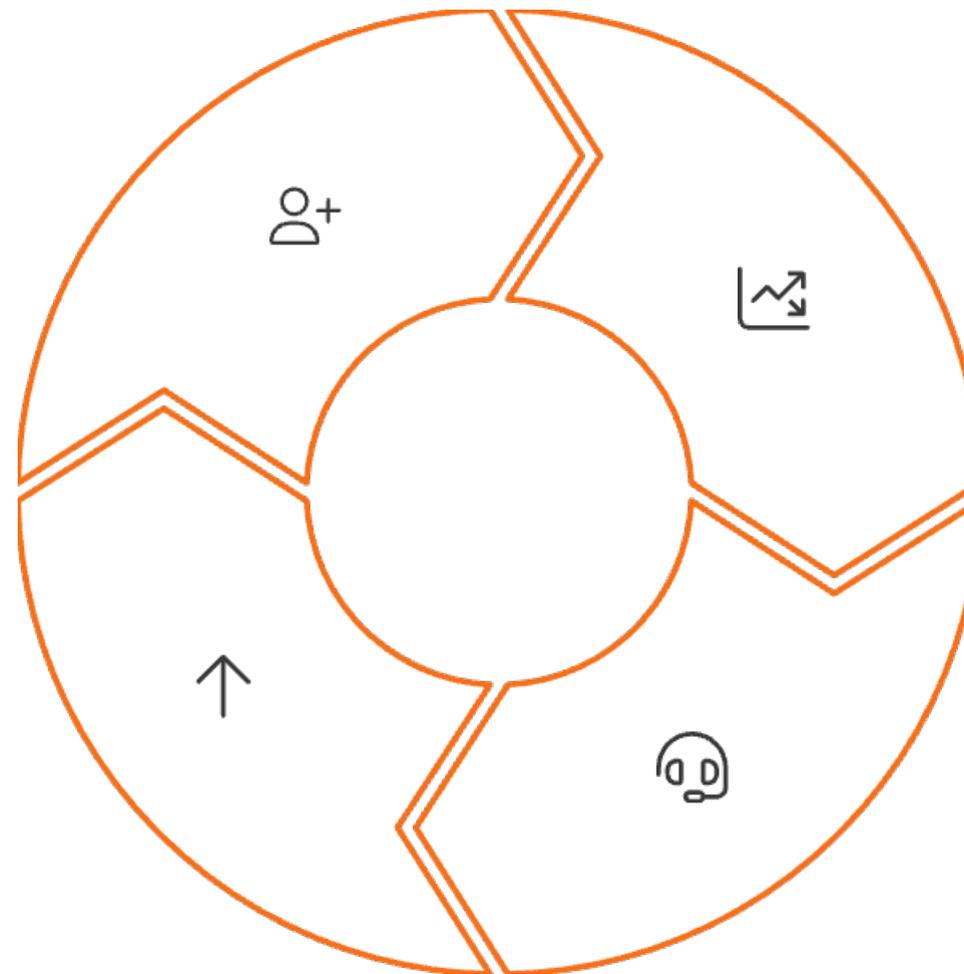
Encuestas regulares (NPS) y **feedback constante** para identificar áreas de mejora y prevenir el "churn".

Fidelización y recurrencia del cliente

Una vez que has captado a un cliente, el verdadero trabajo comienza.

Onboarding

Asegura una **bienvenida fluida** y una comprensión total del producto o servicio. Primeras impresiones que marcan la diferencia.



Medición de la Satisfacción

Encuestas regulares (NPS) y **feedback constante** para identificar áreas de mejora y prevenir el "churn".

Seguimiento Postventa

Soporte proactivo y personalizado. Demuestra que tu compromiso no termina con la venta.

Fidelización y recurrencia del cliente

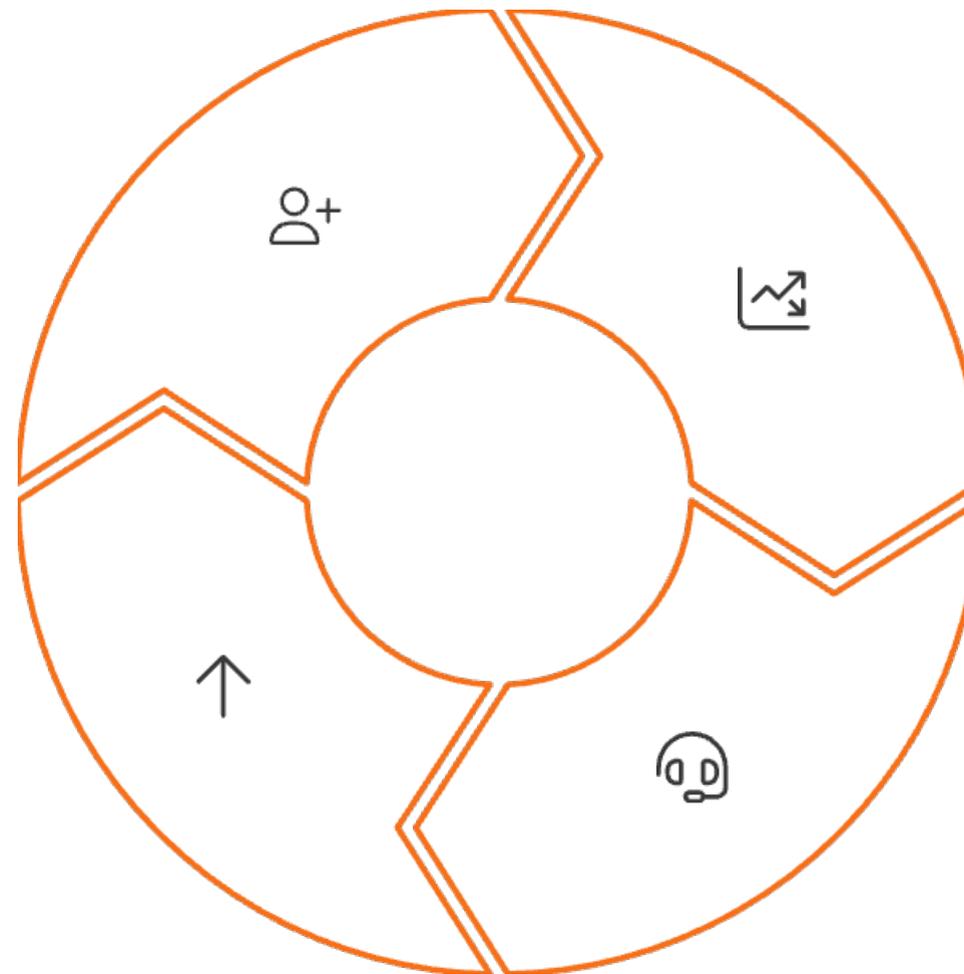
Una vez que has captado a un cliente, el verdadero trabajo comienza.

Onboarding

Asegura una **bienvenida fluida** y una comprensión total del producto o servicio. Primeras impresiones que marcan la diferencia.

Upselling

Identifica **oportunidades para ofrecer productos o servicios** complementarios o de mayor valor que beneficien al cliente.



Medición de la Satisfacción

Encuestas regulares (NPS) y **feedback constante** para identificar áreas de mejora y prevenir el "churn".

Seguimiento Postventa

Soporte proactivo y personalizado. Demuestra que tu compromiso no termina con la venta.



Fidelización y recurrencia

Aplicando la fidelización a **Empresa producto enterprise B2B** - Software de optimización financiera para empresas:

- **Onboarding** personalizado con gestor de cuenta dedicado
- **Seguimiento proactivo** para renovaciones, con reunión trimestral
- **Medición constante** de satisfacción (NPS) in-app
- **Upselling de módulos o servicios adicionales** en base a necesidades detectadas, o funcionalidades más usadas



Fidelización y recurrencia

Aplicando la fidelización a **Empresa producto online B2C - Cosmética ecológica**.

- **Tutoriales en vídeo** sobre cómo usar los productos, llegan al mail
- Recibido el envío, se envía **encuesta de satisfacción** automatizada
- Mails automatizados con **sugerencias de próximas compras** en base a compra anterior (upselling)
- **Soporte al cliente ágil** por asistente de ventas por IA + equipo humano, durante todo el proceso



Fidelización y recurrencia

Aplicando la fidelización a **Empresa servicios B2C** - Centro de entrenamiento boutique.

- **Onboarding con plan de entrenamiento personalizado**, que se vuelca en la app del centro
- **Encuestas periódicas de satisfacción** por WhatsApp o la app del centro
- **Seguimiento de progreso y ofertas** de clases o servicios exclusivos en base a actividad

¡Y esto sería todo por hoy!

Muchas gracias por vuestro tiempo e implicación :)

Puedes contactarme en:

sonia@ventasconsoniaferrent.com

LinkedIn: Sonia Ferrer Rentero

www.ventasconsoniaferrent.com