

— GUÍA PRÁCTICA DE —

VENTAS

POR WhatsApp

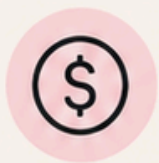
CÓMO CONVERTIR
CONVERSACIONES
EN VENTAS



MENSAJES QUE
CONECTAN



ESTRATEGIAS QUE
CONVIERTEN



MÁS VENTAS,
MÁS RESULTADOS



LO QUE DECÍS, VENDE.

FLOR ROMERO



1. QUIÉN SOY Y POR QUÉ PUEDO AYUDARTE

¡Bienvenida/o! Soy Flor Romero, marketer digital, y ayudo a negocios de servicios a crecer con publicidad en Instagram y a vender más por WhatsApp.

Hace más de 10 años que trabajo en ventas, tanto de productos físicos como digitales, de forma presencial y online. Y hace 3 años decidí especializarme también en marketing y publicidad para acompañar a mis clientes en todo el proceso: no solo generar consultas, sino convertirlas en ventas reales.

Hoy trabajo gestionando campañas y guiando a mis clientes en el cierre de ventas. Porque hay algo que veo todos los días: no alcanza con que te escriban... si no sabés qué decir después.

Trabajo con esteticistas, terapeutas, psicólogos, entrenadores, profes y muchos otros negocios de servicios. Y en casi todos veo el mismo problema: responden el precio directo, mandan demasiada información o esperan que la otra persona decida sola.

Entonces las conversaciones quedan abiertas, los mensajes no se responden y las ventas se pierden.

Y muchas veces el problema no es el precio ni el servicio.

El problema es no saber guiar la conversación.

Esta guía nace justamente de eso:

de ver todos los días consultas que podrían convertirse en clientes... pero no lo hacen porque nadie les enseñó cómo llevar esa conversación hacia el cierre.

Mi objetivo con esta guía es ayudarte a responder con más seguridad, saber qué decir en cada momento y dejar de perder ventas que ya estaban al alcance de un mensaje.

Todo lo que vas a encontrar acá está basado en experiencia real.

No es teoría.

Es una guía práctica para que empieces a aplicarlo hoy mismo.



2. ANTES DE EMPEZAR: VENDER NO ES PRESIONAR

Hay algo que probablemente te está frenando más de lo que pensás:
el miedo a parecer insistente.

Muchas personas que venden servicios sienten que si vuelven a escribir,
hacen seguimiento o intentan cerrar, están molestando.

Entonces responden... y esperan.

Y si la otra persona no contesta, lo dejan ahí.

Pero hay algo importante que tenés que entender:

Vender no es perseguir.

Vender bien es guiar a la persona hacia una decisión, ayudándola a resolver
algo que ya vino a buscar.

Porque si alguien te escribió, no fue por casualidad.

Tiene un problema.

Tiene una necesidad.

Y está evaluando opciones.

Tu rol no es quedarte esperando a que decida sola.

Tu rol es acompañarla.

Y te voy a decir algo que veo todos los días:

Muchas ventas se pierden no porque la persona no quiera comprar...
sino porque nadie la guió.

Quedan conversaciones abiertas, mensajes sin responder y personas
interesadas que nunca avanzaron.

¿Y por qué pasa esto?

Porque del otro lado hay miedo.

Miedo a insistir.

Miedo a parecer pesada.

Miedo a vender mal.

Pero hay un cambio de mentalidad que te va a destrabar todo:

Insistir no es molestar cuando estás ayudando a la persona a resolver el
problema por el que te escribió.

Porque muchas veces, si vos no guiás la conversación, la persona duda, se
pierde o simplemente se va.

Pensalo así:

¿Cuántas veces viste una notificación de una app como MercadoPago?

No es casualidad.

Las grandes empresas saben que una persona no compra en el primer contacto.

Hace falta repetición, confianza y presencia.

De hecho, muchas veces se necesitan varios contactos para que alguien tome la decisión.

Entonces, ¿por qué vos tendrías que desaparecer después del primer mensaje?

Además, hay algo que pocas veces se dice:

cuando no respondés o no hacés seguimiento, la persona siente que perdió el tiempo.

Siente que no la ayudaron.

Que no le resolvieron nada.

Y eso también es una mala experiencia.

Por eso, en vez de pensar:

"no quiero molestar"

empezá a pensar:

"esta persona vino con un problema, y yo puedo ayudarla a resolverlo"

No estás vendiendo por vender.

Estás ofreciendo una solución.

Y cuando cambiás esa forma de ver las cosas, pasa algo clave:

dejás de sentirte pesada

y empezás a sentirte segura.

Quedate con esta idea:

No estás respondiendo mensajes. Estás guiando una decisión.

Y cuando la persona siente que la estás ayudando de verdad, la venta deja de ser incómoda...

y empieza a fluir.



3. POR QUÉ TE ESCRIBEN PERO NO COMPRAN

Si sentís que esto te pasa seguido, quiero que sepas algo:
no sos la única.

De hecho, es mucho más común de lo que pensás.

Personas que te escriben...

te preguntan...

parecen interesadas...

pero después:

te dejan de responder

te clavan el visto

te dicen "lo voy a pensar"

o simplemente desaparecen.

Y eso frustra.

Porque sentís que estabas cerca... pero la venta no se dio.

Ahora, veamos qué está pasando realmente.

Muchas veces, cuando alguien pregunta precio, la respuesta suele ser algo así:

"Hola! Sí, el tratamiento sale \$... Te incluye esto, esto y esto..."

O directamente se manda un flyer con toda la información.

O peor:

se manda un audio largo sin siquiera preguntar si la persona puede escucharlo.

Y ahí, sin darte cuenta, la conversación se corta.

¿Por qué pasa esto?

Porque no estás teniendo una conversación.

Estás dando información.

Y vender no es eso.

Cuando respondés con todo de golpe:

no hacés preguntas

no entendés qué necesita la persona

no generás ida y vuelta

no guiás la conversación

Entonces la otra persona queda sola del otro lado... intentando decidir.

Y en ese momento pasa algo clave:

empieza a comparar.

Y si no le diste contexto, ni valor, ni razones claras...

se va.

Acá es donde aparece una de las confusiones más grandes.

Cuando esto pasa, muchos profesionales piensan:

"no quiso"

"es caro"

"no estaba lista para comprar"

"solo preguntaba por curiosidad"

"no valoran mi trabajo"

Pero en la mayoría de los casos... no es eso.

No es que no quieran comprarte.

Es que no llegaron a ver el valor real de lo que ofrecés.

Si vos solo mostrás características (qué incluye, cuánto dura, qué tiene),

pero no explicás:

por qué lo necesita

qué problema le soluciona

qué resultado puede esperar

la persona no logra conectar con lo que ofrecés.

Y cuando llega el precio...

no tiene con qué justificarlo.

Entonces duda.
Compara.
Y muchas veces, desaparece.

Por eso es tan importante entender esto:
la venta no se pierde en el precio.

La venta se pierde antes.
Se pierde cuando no generás necesidad.
Se pierde cuando no mostrás valor.
Se pierde cuando no guiás la conversación.

Y esto tiene una consecuencia directa:
estás perdiendo dinero todos los días.

Porque muchas veces sos buena en lo que hacés.
Tenés experiencia.
Das un excelente servicio.
Pero si no sabés comunicarlo...
quedás en las sombras.

Y si además estás invirtiendo en publicidad, el problema es aún mayor:
no solo perdés ventas...
estás perdiendo plata.

Tenés que entender algo:

No es que no quieran comprarte.
Es que no llegaron a ver el valor de lo que ofrecés, porque nadie los guió en la conversación.



4. LOS ERRORES MÁS COMUNES AL VENDER POR WHATSAPP

Si sentís que te escriben pero no compran, muy probablemente estés cometiendo alguno de estos errores.

Y lo importante no es solo identificarlos...
sino entender por qué hacen que la venta se corte.

1. Responder solo con el precio

Este es el error más común de todos.

La persona pregunta... y automáticamente recibe el precio.

Ejemplo:

Cliente:

"Hola, ¿cuánto sale?"

Vendedor:

"Hola! Sale \$20.000"

¿Qué pasa acá?

La conversación muere.

No hay ida y vuelta.

No hay contexto.

No hay razón para seguir respondiendo.

Y lo más importante: no hay ninguna pregunta que invite a continuar.

Entonces la persona hace lo más fácil:

no responde.

2. Mandar demasiada información junta

Otro error muy común es querer explicar TODO en un solo mensaje.

Ejemplo:

"Hola! El tratamiento incluye limpieza profunda, exfoliación, máscara, hidratación, dura 1 hora, trabajamos con productos X, está pensado para pieles mixtas, secas y grasas y sale \$25.000"

¿Qué pasa acá?

La persona se abruma.

No sabe qué responder.

No hay una conversación.

No hay un camino claro.

Y de nuevo: no hay ninguna pregunta que la invite a seguir.

3. No hacer preguntas

Este es uno de los errores más graves.

Porque sin preguntas, no hay venta.

Ejemplo:

Cliente:

"Hola, quería info"

Vendedor:

"Sí, hacemos sesiones de X, duran tanto, incluyen esto y salen tanto"

¿Qué pasa acá?

No entendés qué necesita la persona.

No podés adaptar tu propuesta.

No generás conexión.

Estás informando... pero no estás guiando.

4. No terminar los mensajes con una pregunta

Este es uno de los errores más importantes... y casi nadie lo tiene en cuenta.

Si no hacés una pregunta, la conversación depende de que el otro quiera seguir.

Y la mayoría de las veces... no lo hace.

Ejemplo:

"Sí, el tratamiento es para mejorar la piel, dura una hora y sale \$20.000"

Fin.

¿Qué pasa acá?

No hay nada que responder.

La conversación queda en pausa...
y muchas veces termina en visto.

En cambio, cuando terminás con una pregunta, pasa algo distinto:

"Sí, el tratamiento es para mejorar la piel y dura una hora. ¿Es para vos o para alguien más?"

Ahora hay algo que responder.

Regla simple:

Si tu mensaje no termina con una pregunta, la conversación corre riesgo de morir.

5. Responder como si fuera atención al cliente y no venta

Se responde correctamente... pero sin intención de avanzar.

Ejemplo:

Cliente:

"¿Qué incluye?"

Vendedor:

"Incluye A, B y C"

¿Qué pasa acá?

No hay dirección.

No hay propuesta.

No hay avance.

Y otra vez: no hay pregunta.

6. No mostrar el valor del servicio

Este es uno de los errores más graves.

Se habla de lo que incluye... pero no de lo que logra.

Ejemplo:

"Incluye 3 sesiones, seguimiento y material"

Pero no se explica:

- ✓ qué problema resuelve
- ✓ qué resultado puede esperar
- ✓ por qué lo necesita

¿Qué pasa acá?

La persona no percibe valor.

Y cuando llega el precio...

no tiene cómo justificarlo.

7. No proponer un siguiente paso

Muchas conversaciones quedan abiertas.

Ejemplo:

"Cualquier cosa avisame"

¿Qué pasa acá?

La responsabilidad queda del lado del cliente.

Y el cliente no decide.

Y además, no hay pregunta que empuje a avanzar.

8. No hacer seguimiento

Este error hace que pierdas MUCHAS ventas.

Ejemplo:

Cliente:

"Lo voy a pensar"

Vendedor:

"Dale"

Y nunca más escribe.

¿Qué pasa acá?

La conversación muere.

Y muchas veces esa persona sí estaba interesada...
pero necesitaba un pequeño empujón.

9. Tomarse personal cada "no" o cada visto

Este error no es técnico, pero afecta todo.

Cuando alguien no responde:

se interpreta como rechazo

se pierde seguridad

se deja de insistir

¿Qué pasa acá?

Te frenás... y volvés a perder ventas.

Lo más importante que tenés que entender:

De todos estos errores, hay tres que marcan la diferencia:

- dar el precio sin haber hecho preguntas
- no mostrar el valor antes del precio
- no terminar los mensajes con una pregunta

Si no hacés preguntas... no entendés.

Si no mostrás valor... no vendés.

Y si no invitás a responder... la conversación se corta.

Es simple:

Las conversaciones no se caen solas.

Se caen porque nadie las está guiando.



5. LA ESTRUCTURA BÁSICA DE UNA CONVERSACIÓN QUE VENDE

Ahora que ya entendés qué errores evitar, vamos a lo más importante: qué hacer paso a paso para llevar una conversación hacia la venta.

Porque vender por WhatsApp no es improvisar.
Es seguir una estructura simple.

La base: una conversación que vende tiene 4 etapas

Conectar

Entender

Guiar

Cerrar

Y la regla que vamos a seguir repitiendo:
si no hacés preguntas, la conversación se corta.

1. Conectar

El primer paso es generar cercanía.
No es responder frío.
No es copiar y pegar información.
Es hablar como persona.

Ejemplo:

"Hola! ¿Cómo estás? Te saluda Florencia, especialista en [tu servicio]. ¿Con quién tengo el gusto?"

Esto genera:

cercanía

confianza

predisposición a responder

2. Entender

Acá está uno de los puntos más importantes.

Antes de vender... tenés que entender.

Ejemplo:

"Para poder asesorarte mejor, ¿tenés 5 minutos para que te haga unas preguntas breves?"

Y después:

"¿Ya hiciste algo parecido antes?"

"¿Qué te gustaría mejorar o lograr?"

"¿Es para vos o para alguien más?"

¿Por qué es clave esto?

Porque si no entendés lo que necesita...

no podés venderle bien.

3. Guiar

Una vez que entendiste, recién ahí recomendás.

Pero no desde las características.

Sino desde los beneficios.

Ejemplo:

"Por lo que me contás, lo que más te puede ayudar es [servicio], porque te va a permitir lograr [resultado que ella dijo]."

Después podés sumar:

"¿Cómo lo ves? ¿Te gustaría que te cuente un poco más?"

Recién cuando la persona valida el interés:

- explicás cómo funciona
- das detalles
- mostrás cómo la ayuda

Esto es clave:

No des todo de golpe.

Construí la conversación.

Pensalo como si estuvieras cara a cara: la conversación es de frases cortas y un ida y vuelta, no un monólogo.

4. Cerrar

Este es el paso donde la mayoría falla.

Porque no proponen nada.

Regla simple:

si no proponés un siguiente paso, no hay cierre.

En vez de decir:

"cualquier cosa avisame"

Decí:

"Si te sirve, lo podemos avanzar. ¿Te parece mejor este horario o este?"

"¿Querés que te reserve un lugar para esta semana?"

"¿Te resulta más cómodo pagar de esta forma o de esta?"

Fijate algo importante:

No estás preguntando si quiere.

Estás asumiendo que quiere... y guiando la decisión.

Ejemplo completo de conversación:

Cliente:

"Hola, ¿cuánto sale?"

Vendedor:

"Hola! ¿Cómo estás? Te saluda Florencia, especialista en [servicio]. ¿Con quién tengo el gusto?"

Cliente:

"Soy Laura"

Vendedor:

"Encantada Laura. Para ver si X servicio puede ayudarte en tu caso, te consulto ¿ya te lo habías realizado antes?"

Cliente:

"no"

Vendedor:

"Perfecto. ¿Qué te gustaría mejorar o lograr con X?"

Cliente:

"Quiero mejorar mi piel, la tengo bastante apagada"

Vendedor:

"Bien, en ese caso lo que más te puede ayudar es [servicio], porque está pensado justamente para mejorar la luminosidad y textura de la piel. ¿Te gustaría que te cuente cómo trabajamos?"

Cliente:

"Sí"

Vendedor:

"Perfecto. Trabajamos con sesiones de X, donde hacemos [explicación breve]. Esto permite que la piel se vea más luminosa desde las primeras sesiones. El valor es de \$20.000. ¿Te gustaría que lo veamos para esta semana o la próxima?"

Esto es una conversación.

No es un mensaje aislado.

Qué pasa si no seguís esta estructura:

Si no conectás... sos uno más.

Si no preguntás... no entendés.

Si no guiás... la persona duda.

Si no cerrás... la venta no pasa.

Y lo más importante:

la persona no va a hacer sola el proceso que vos no estás guiando.

Quedate con esto:

No se trata de responder rápido.

No se trata de dar información.

Se trata de llevar a la persona paso a paso hacia una decisión.

Y cuando hacés eso bien:

la conversación fluye

la persona confía

y la venta deja de sentirse forzada.



6. CÓMO RESPONDER CUANDO TE PREGUNTAN PRECIO

Este es uno de los momentos más críticos de toda la conversación.

Porque es donde más ventas se caen.

Si alguien te escribe:

"Hola, ¿cuánto sale?"

y vos respondés solo con el precio...

lo más probable es que no te respondan más.

¿Por qué no conviene mandar solo el precio?

Porque la persona todavía no entiende:

si lo necesita

si es para ella

qué resultado puede lograr

por qué debería elegirte

Entonces, cuando ve el precio...

no tiene con qué justificarlo.

Y hace lo más lógico:

compara... o se va.

Clave principal:

El precio nunca va primero.

Primero va el valor.

¿Qué tenés que hacer en vez de eso?

Seguir una estructura simple.

Estructura para responder el precio (que sí vende):

- Saludo
- Validación
- Pregunta breve
- Explicación (valor)
- Precio
- Próximo paso

Ejemplo completo

Cliente:

"Hola, ¿cuánto sale?"

Vendedor:

"Hola! ¿Cómo estás?"

Claro, ya te paso la info.

Antes de eso, para poder orientarte mejor, ¿es para vos o para alguien más?"

Esperás respuesta...

Cliente:

"Para mí"

Vendedor:

"Perfecto. ¿Qué te gustaría mejorar o lograr?"

Esperás respuesta...

Cliente:

"Quiero mejorar la piel, la tengo opaca"

Vendedor:

"Bien, en ese caso lo que más te puede ayudar es [servicio], porque está pensado justamente para mejorar la luminosidad y textura de la piel desde las primeras sesiones.

Vendedor: El valor es de \$20.000.

Tengo un turno libre mañana a las 17 hs. ¿Te gustaría reservar?

Esto cambia todo.

Qué está pasando acá:

- no respondiste automático
- hiciste preguntas
- generaste conversación
- diste contexto
- mostraste valor antes del precio
- cerraste con una pregunta

Eso es vender.

Error típico que tenés que evitar

Responder así:

“Sale \$20.000. Incluye esto, esto y esto”

Eso no es una conversación.

Es información.

Cómo presentar el valor (sin sonar técnico)

No hables solo de lo que incluye.

Hablá de:

- para quién es
- qué problema resuelve
- qué resultado puede lograr

Ejemplo:

En vez de:

“Incluye 3 sesiones y seguimiento”

Decí:

"Está pensado para personas que quieren [resultado], y te ayuda a lograrlo porque trabajamos sobre [beneficio concreto]"

Eso genera deseo.

Plantillas listas para usar

Son ejemplos. Adapta las a tu servicio y contexto.

Precio de sesión

"Hola! Sí, ya te paso la info.

Antes, para orientarte mejor, ¿qué te gustaría mejorar o trabajar?

Así puedo recomendarte lo que más te conviene."

Precio de tratamiento

"Perfecto, te cuento.

Por lo que me decís, lo que más te puede ayudar es [tratamiento], porque está pensado para [resultado].

El valor es de \$__.

Tengo libre mañana a las 14 hs o el viernes a las 11 hs. ¿Cuál te queda mejor?"

Precio de clase / curso

"Genial, ya te paso la info.

Pero para poder orientarte mejor, ¿estás empezando desde cero o ya tenés experiencia?

Así puedo recomendarte lo que mejor se adapte a vos."

Precio de consulta

"Claro, te cuento.

La consulta está pensada para ayudarte a [resultado], y trabajamos de forma personalizada según tu caso.

El valor es de \$__.

¿Te gustaría coordinar un turno?"

Precio de paquete

"Perfecto.

En tu caso, lo más recomendable sería el paquete de [X], porque te permite lograr [resultado].

El valor es de \$__.

¿Te gustaría reservar?"

Regla final (muy importante)

- Nunca mandes precio sin haber hecho al menos una pregunta antes y sin dar los beneficios.
- Nunca cierres un mensaje sin una pregunta.

Porque si no:

la persona no responde

la conversación se corta

y la venta se pierde.

Quedate con esto:

El precio no vende.

El contexto y el valor sí.



7. CÓMO EXPLICAR TU SERVICIO PARA QUE SE ENTIENDA Y GENERE DESEO

Acá es donde muchas ventas se ganan... o se pierden.

Porque no alcanza con que la persona entienda lo que hacés.
Tiene que quererlo.

Y para eso, hay algo clave que tenés que cambiar:

dejar de explicar características... y empezar a mostrar beneficios.

El error más común

Muchas veces, cuando alguien pide información, la respuesta es algo así:
"Incluye 3 sesiones, seguimiento, material, dura tanto tiempo..."

¿El problema?

eso describe el servicio... pero no lo hace deseable.
La persona entiende qué es...
pero no siente que lo necesita.

Clave principal

La gente no compra servicios.

Compra lo que quiere lograr con eso.

No compra una sesión de estética.

Compra verse mejor en el espejo.

No compra una sesión de terapia.

Compra sentirse mejor consigo misma.

No compra una clase.

Compra aprender algo que hoy desea y no sabe hacer.

Entonces... ¿cómo se explica bien un servicio?

Primero:

hacés preguntas (esto ya lo viste antes)

Después:

adaptás lo que decís a lo que la persona necesita.

Estructura simple para explicar tu servicio

- Para quién es
- Qué problema tiene
- Qué resultado puede lograr
- Cómo lo ayudás (tu forma de trabajar)
- Ejemplo bien aplicado

Cliente:

"Quiero mejorar mi piel, la tengo apagada"

MAL:

"El tratamiento incluye limpieza, exfoliación, máscara..."

BIEN:

"Por lo que me contás, este tratamiento es ideal para personas que quieren mejorar la luminosidad de la piel, pero hoy la sienten opaca o sin vida.

La idea es ayudarte a que tu piel se vea más linda y saludable desde las primeras sesiones, trabajando de forma personalizada según tu tipo de piel."

¿Qué cambia?

Ahora:

- se siente identificado
- entiende que es para él
- ve el resultado
- entiende el valor

Otro ejemplo (otro rubro)

Cliente:

"Quiero aprender a organizarme mejor"

MAL:

"Son 4 clases, vemos planificación, organización..."

BIEN:

"Este programa está pensado para personas que hoy sienten que no les alcanza el tiempo o que están desordenadas, y quieren organizarse mejor para poder cumplir con sus objetivos sin sentirse abrumadas.

La idea es darte herramientas prácticas que puedas aplicar en tu día a día desde el inicio."

De nuevo:

- no estás explicando...
- estás generando deseo.

Cómo usar las características (sin que arruinen la venta)

Las características no están mal.

El error es usarlas primero.

Primero:

- beneficio

- resultado
- conexión

Después:
explicás cómo funciona.

Ejemplo:

“Trabajamos con sesiones de X donde hacemos [características], para lograr justamente eso que buscás.”

Tu diferencial (usalo siempre)

Hoy muchas personas responden automático.

- Bots.
- Mensajes copiados.
- Respuestas genéricas.

Tu ventaja es otra:

- atención personalizada
- seguimiento
- adaptación real a cada caso

Entonces mostralo:

“En tu caso, lo adaptamos específicamente a lo que vos necesitás, no es algo genérico.”

Eso genera confianza.
Y la confianza vende.

Qué hace que alguien diga “esto es para mí”

No es el precio.
No es la cantidad de sesiones.

Es sentirse identificado.

Cuando la persona siente:

"esto es justo lo que necesito"

"me entiende"

"esto me puede ayudar"

la venta se acerca sola.

Regla final

No expliques tu servicio como es.

Explicalo como ayuda.

Porque cuando la persona entiende el impacto que puede tener en su vida...
deja de comparar... y empieza a querer.



8. CÓMO HACER PREGUNTAS SIN INCOMODAR

Si hay algo que cambia completamente tus resultados en WhatsApp, es esto: hacer buenas preguntas.

Pero acá aparece un problema muy común:
muchas personas no preguntan... porque sienten que van a incomodar.

Entonces:

- responden directo
- mandan info
- esperan
- y la venta se cae.

Cambiá esta idea (clave)

Preguntar no es invadir.

Preguntar es ayudar.

Si alguien te escribió, es porque tiene un problema.

Y si vos no hacés preguntas...

no lo vas a entender

no vas a poder ayudar

y no vas a vender

Para qué sirven las preguntas

Las preguntas no están para "sacar info".

Están para:

- abrir la conversación
- entender qué necesita
- adaptar lo que ofrecés
- guiar hacia la venta

Tipos de preguntas que tenés que usar

1. Preguntas que abren conversación

Sirven para generar respuesta y romper el hielo.

Ejemplos:

"¿Es para vos o para alguien más?"

"¿Cómo estás? ¿Con quién tengo el gusto?"

"¿Me contás un poco qué estás buscando?"

Son simples... pero abren la puerta.

2. Preguntas que califican

Te ayudan a entender la situación real de la persona.

Ejemplos:

"¿Ya hiciste algo parecido antes?"

"¿Qué te gustaría mejorar o resolver?"

"¿Hace cuánto estás con esto?"

Esto te da contexto.

Y sin contexto, no hay venta.

3. Preguntas que te permiten recomendar mejor

Son las que te ayudan a adaptar tu propuesta.

Ejemplos:

"¿Buscás algo puntual o querés que te oriente?"

"¿Para cuándo lo estarías necesitando?"

"¿Qué es lo más importante para vos en este caso?"

Estas preguntas te posicionan como alguien que guía.
No como alguien que vende por vender.

Cómo no sonar invasiva

Este es el miedo principal.
Pero es más simple de lo que parece.

La clave no es qué preguntás.
Sino cómo lo decís.

En vez de preguntar directo:
"¿Qué te pasa?"

Decí:
"Para poder orientarte mejor, ¿te hago unas preguntas breves?"

Esto cambia todo.

Porque:

- pedís permiso
- mostrás intención de ayudar
- generás confianza

Ejemplo aplicado

Cliente:
"Hola, quería info"

MAL:
"Sí, hacemos sesiones de X, duran tanto y salen tanto"

BIEN:

"Hola! Claro, te cuento.

Para poder orientarte mejor, ¿es para vos o para alguien más?"

Ahora hay conversación.

Qué pasa cuando empezás a aplicar esto

- las personas responden más
- las conversaciones fluyen
- entendés mejor
- recomendás mejor
- vendés más

Y lo más importante:

dejás de sentir que estás vendiendo...

y empezás a sentir que estás ayudando



9. MANEJO DE OBJECIONES

Si hay un momento donde se define la venta, es este:
cuando la persona duda.

Porque cuando alguien te dice:

"es caro"

"lo voy a pensar"

"después te aviso"

no necesariamente te está diciendo que no.

Muchas veces te está diciendo:

"todavía no estoy convencida"

Y acá es donde la mayoría falla.

Porque:

se quedan callados

responden mal

o dejan la conversación ahí

Cambiá esta idea (clave)

Una objeción no es un rechazo.

Es una falta de claridad o de seguridad.

Tu rol no es discutir.

Es ayudar a la persona a tomar una decisión.

Cómo vamos a trabajar cada objeción

Para que te sea fácil aplicarlo, en cada una vas a ver:

- qué significa realmente
- qué NO responder

- qué responder

Plantillas listas para usar

9.1 "Es caro"

Qué significa realmente:

No siempre significa "no quiero".

Muchas veces significa:

"no entendí el valor"

Qué NO responder

"No es caro"

"es el precio que manejo"

"otros cobran más"

Esto genera rechazo.

Qué responder:

Volver al valor.

Reconectar con el resultado.

Ejemplo:

"Entiendo lo que me decís.

En estos casos lo importante es que realmente te sirva para lograr lo que estás buscando.

Nosotros trabajamos con insumos de primera calidad para que logres X [beneficios].

¿Te sirve X método de pago? tenemos promo"

9.2 "Lo voy a pensar":

Qué significa realmente

Tiene dudas.

No está segura.
Le falta claridad.

Qué NO responder:
"Dale"
"ok"
"avisame"
Eso corta la venta.

Qué responder:
Dejar abierta la conversación... pero guiando.

Ejemplo:
"Perfecto, me parece bien.
¿Hay algo puntual que te esté generando duda? Así te puedo ayudar a decidir mejor."
Esto vuelve a activar la conversación.

O también:
"Dale, no hay problema. Te parece que lo analices tranquila hoy en familia y mañana a esta misma hora me vuelvo a contactar?"

9.3 "Después te aviso"

Qué significa realmente
Está evitando decidir.
No quiere decir que no.
Pero tampoco está convencida.

Qué NO responder:
"Dale"
"ok"
Eso deja la conversación en pausa eterna.

Qué responder:
Retomar el control con suavidad.

Ejemplo:

"Dale.

Si querés, puedo escribirte en unos días para ver cómo estás con esto y ayudarte si lo necesitás. ¿Te parece?"

Esto te permite hacer seguimiento sin incomodar.

9.4 "Estoy viendo otras opciones"

Qué significa realmente

Está comparando.

No está segura.

No ve suficiente diferencia.

Qué NO responder:

"Nosotros somos mejores"

"los otros no sirven"

Eso genera desconfianza.

Qué responder:

Diferenciarte sin atacar.

Ejemplo:

"Está perfecto que compares.

En mi caso, me enfoco mucho en [diferencial] para ayudarte a [resultado].

Si querés, vemos juntas qué opción es la mejor para vos y luego lo analizás tranquila. ¿Te parece?"

9.5 "No tengo tiempo"

Qué significa realmente:

Prioridad baja

No ve urgencia

Cree que le va a demandar mucho

Qué NO responder:

"Es rápido"

"no te lleva tanto"

No conecta.

Qué responder:

Adaptar la propuesta.

Ejemplo:

"Te entiendo, hoy en días se complican los tiempos

La idea es adaptar las clases a tu rutina para que te sea cómodo.

¿Querés que lo veamos juntas según tu disponibilidad?"

9.6 "Ahora no puedo"

Qué significa realmente

No es el momento

Pero puede ser más adelante

Qué NO responder:

"Bueno"

"ok"

Qué responder:

Dejar abierta la puerta + seguimiento.

Ejemplo:

"Perfecto, lo entiendo.

¿Te parece que te escriba el lunes y revisamos nuevamente disponibilidad? así esos días lo analizás tranquila.

9.7 "Te escribo más adelante"

Qué significa realmente:

No quiere cortar.

Pero tampoco quiere decidir ahora.

Qué NO responder:

"Dale"

"ok"

Qué responder:

No dejar la conversación en el aire.

Ejemplo:

"Dale.

Hagamos una cosa. Para no perderlo, en unos días te escribo y me decís si al final lo querés ¿Te parece?"

Clave final

Las objeciones no frenan la venta.

La forma en que respondés, sí.

Si respondés bien:

generás confianza

aclarás dudas

acompañás la decisión

Y muchas veces...

terminás cerrando ventas que parecían perdidas.



10. CÓMO CERRAR SIN SENTIRTE INTENSA

Si hay algo que frena muchísimas ventas, es esto:
el miedo a cerrar.

Muchas personas llegan hasta cierto punto de la conversación...
explican... responden... ayudan...
pero cuando llega el momento de avanzar:
frenan.

¿Y qué hacen?

"Cualquier cosa avisame"

"quedo atenta"

"decime si te interesa"

Y ahí la venta se cae.

Cambiá esta idea (clave)

Cerrar no es obligar.

Cerrar es proponer un siguiente paso.

La persona no necesita presión.

Necesita dirección.

Si vos no le decís qué hacer después...

no va a hacer nada.

El problema de no cerrar

Cuando no proponés una acción:
la conversación queda abierta
la persona duda
se enfría
y muchas veces desaparece

No porque no quiera...
sino porque nadie la guió.

Cómo cerrar bien

Es mucho más simple de lo que parece.
En vez de dejar la decisión en el aire, la acercás.

Técnica clave: asumir la venta

En vez de preguntar si quiere...
asumís que quiere y le das opciones.

MAL:

"¿Te interesa?"

BIEN:

"¿Te parece mejor esta semana o la próxima?"

"¿Te viene mejor este horario o este?"

"¿Preferís pagar de esta forma o de esta?"

Esto cambia completamente la dinámica.

Porque:

guiás

simplificás

hacés avanzar

Ejemplos de cierres que funcionan

Podés adaptarlos a tu servicio:

"¿Querés que te reserve un lugar para esta semana?"

"¿Te gustaría que lo dejemos agendado?"

"¿Te paso las opciones disponibles?"

"Si te sirve, puedo ayudarte a elegir la mejor opción para tu caso. ¿Querés que lo veamos?"

Todos tienen algo en común:

terminan con una acción

y con una pregunta.

Cierres según el momento

Cuando ya mostró interés

"Perfecto. ¿Te parece mejor este horario o este?"

Cuando está dudando

"Si te sirve, lo podemos avanzar y después lo ajustamos según necesites. ¿Te parece?"

Cuando quiere más info

"Te cuento eso y si te cierra, lo avanzamos. ¿Te parece?"

Error común

Pensar que cerrar es presionar.

Presionar es insistir sin escuchar.

Cerrar bien es acompañar con claridad.

Qué pasa cuando empezás a cerrar bien

la persona decide más rápido
la conversación no se enfría
vos te sentís más segura
y las ventas aumentan

Quedate con esto

Si no proponés acción, no hay cierre.
Y si no hay cierre, no hay venta.

No se trata de insistir más.
Se trata de guiar mejor.



11. SEGUIMIENTO: CÓMO RECUPERAR PERSONAS QUE NO COMPRARON

Si hay algo que puede cambiar tus resultados sin conseguir más consultas, es esto:

hacer seguimiento.

Porque la realidad es esta:

la mayoría de las personas no compra en el primer mensaje.

Y sin embargo, la mayoría de los negocios hace esto:

responde una vez...

y si no le contestan...

no escribe nunca más.

Y ahí se pierden muchísimas ventas.

Cambiá esta idea:

Hacer seguimiento no es molestar.

Es acompañar una decisión.

Si alguien te escribió:

tenía interés

tenía una necesidad

estaba evaluando

Y si desapareció...

no siempre es porque no quiere.

Muchas veces es porque:

- se distrajo
- dudó
- no era el momento
- necesitaba un recordatorio

Entonces... ¿cuándo escribir?

No hace falta escribir todos los días.

Pero tampoco dejar pasar semanas.

Una guía simple:

1° seguimiento: 1 a 2 días después

2° seguimiento: 3 a 4 días después

3° seguimiento: 5 a 7 días después

Esto mantiene la conversación viva sin ser invasiva.

Cómo escribir (esto es clave)

El error más común es escribir así:

"Hola, ¿lo pensaste?"

"¿vas a avanzar?"

Eso genera presión.

En cambio, el seguimiento tiene que:

- retomar el problema
- aportar valor
- ser natural
- invitar a responder

Y siempre terminar con una pregunta.

Tipos de mensajes de seguimiento

1. Reactivación suave

solo volver a abrir la conversación.

Ejemplo:

"Hola! Te escribo porque me habías consultado por X. ¿Te surgió alguna duda de lo que hablamos?"

2. Seguimiento con promo

volver al problema y ofrecer beneficio

Ejemplo:

"Hola! Pensaba en tu caso y en lo que me contabas sobre [problema].

Tengo para ofrecerte un 20% OFF solo por hoy. ¿Te interesa?"

3. Seguimiento con valor

aportar algo sin vender directo.

Ejemplo:

"Hola! Te dejo este consejo que puede ayudarte con [tema].

Si en algún momento querés avanzar con algo más personalizado, quedo a disposición"

4. Cierre amable y ganar seguidor

cerrar sin presión y dejar la puerta abierta.

Ejemplo:

"Hola! Te cuento que en nuestro instagram estamos continuamente publicando X [contenido de valor para lo que el planteó], seguinos! [link]]

Cuántas veces hacer seguimiento

Mínimo 3 veces.

Porque si no:
estás dejando la venta en manos del cliente
y el cliente... no vuelve solo.

Qué pasa cuando no hacés seguimiento

perdés ventas
pensás que "no quieren"
creés que el problema es el precio

Pero en realidad:
faltó presencia.

Qué pasa cuando sí lo hacés

recuperás conversaciones
cerrás ventas que parecían perdidas
aumentás resultados sin invertir más

Y lo más importante:
dejás de depender de "nuevos mensajes".

Regla final

Si alguien te escribió y no compró, no está perdido.

Está esperando (aunque no lo sepa) que alguien lo guíe un poco más.
Y ahí es donde entrás vos.



12. SECUENCIA DE SEGUIMIENTO

LISTA PARA USAR

Ahora que entendés la importancia del seguimiento, te dejo una secuencia simple que podés aplicar desde hoy.

Está pensada para mantener la conversación abierta, sin presionar.

Y al mismo tiempo:

- generar confianza
- aportar valor
- aumentar las chances de cierre
- Antes de empezar (muy importante)

Esta secuencia no empieza "cuando te acordás".
Empieza desde el primer contacto.

Si alguien te escribió y no avanzó:
el primer seguimiento debería ser a las 24 horas.

¿Por qué?

Porque:

- la persona todavía te tiene presente
- el interés sigue activo
- la conversación no se enfría

Si dejás pasar muchos días, es mucho más difícil reactivarla.

IMPORTANTE: En lo posible acompañar el texto con una imagen simple. La imagen no debe estar cargada porque solo sirve para acompañar; lo que convierte es el texto: tenemos que lograr que lo lean. Tampoco mandemos primero el texto y luego la imagen, debe ser al revés. El texto tiene que ser el último mensaje que enviemos, para que lo vean en la vista previa y suban las probabilidades de que lo abran.

Podemos testear distintos “ganchos” que llamen la atención y generen curiosidad para subir aún más la tasa de apertura de los mensajes.

Día 1 (24 hs): reactivación suave

Objetivo: volver a abrir la conversación.

Ejemplo:

“Hola! Te escribo porque me quedé pensando en lo que me comentaste. ¿Te surgió alguna duda en la que te pueda ayudar?”

Clave:

No estás vendiendo.

Solo estás retomando.

Día 3: mensaje con solución concreta y oferta

Objetivo: conectar con el problema y ofrecer una opción.

Ejemplo:

“Hola! Estaba pensando en tu caso y en lo que me contabas sobre [problema]. En estos casos, lo que mejor funciona es [tu servicio], porque ayuda a [beneficio].

Tengo para ofrecerte un 20% si reservás hoy. ¿Te interesa?”

Clave:

- Mostrás que entendiste.
- Volvés al problema.
- Ofrecés solución.

Día 6: mensaje de valor

Objetivo: generar confianza sin vender directo.

Ejemplo:

"Hola! Te dejo un tip que puede ayudarte con [tema]:

[tip breve]

Si en algún momento querés avanzar con algo más personalizado, quedo a disposición!"

Clave:

- Aportás valor.
- No presionás.
- Te posicionás.

Día 10: cierre amable

Objetivo: cerrar el ciclo sin presión.

Ejemplo:

Hola! te cuento que en instagram estamos compartiendo X [contenido de valor para el problema del cliente]

Te invitamos a seguirnos! [link]

¿Y después qué?

Esto es algo que casi nadie hace... y marca mucha diferencia.

El seguimiento no termina acá.

Aunque la persona no haya comprado:

- podés volver a escribirle más adelante
- podés incluirla en difusiones
- podés reactivarla con contenido o propuestas

Ejemplos:

- una promo puntual
- un nuevo servicio
- un mensaje de valor
- contenido útil

Esto no es insistir.

Es mantener el vínculo.

Clave de toda la estrategia

No todas las personas te van a comprar hoy.

Pero eso no significa que no te compren más adelante.

Si:

- mantenés la conversación abierta
- aportás valor
- y seguís presente

cuando decidan avanzar... te van a elegir a vos.

Idea final

El seguimiento no es una acción aislada.

Es un proceso continuo.

Y cuando lo entendés así:

dejás de perder ventas

aumentás tus resultados

y construís relaciones que venden en el tiempo



13. QUÉ HACER CUANDO ESTÁS ABRUMADA O NO ESTÁS VENDIENDO

Si llegaste hasta acá, probablemente ya te pasó esto:

- te escriben... pero no compran
- sentís que estás haciendo todo "bien"... pero no funciona
- te frustrás
- dudás de vos

Y es completamente normal.

Porque vender por WhatsApp no es solo técnica.

También es emocional.

Qué hacer cuando te frustrás

Lo primero:

no tomar decisiones en caliente.

Cuando estás frustrada:

- respondés peor
- te apurás
- dudás
- o dejás de intentar

En vez de eso:

- frená un momento
- respirá
- y volvé a la estructura.

Porque el problema no sos vos.

El problema es que estás improvisando.

Qué revisar antes de pensar que "no funciona"

Antes de decir:

"esto no sirve"

"nadie quiere comprar"

Revisá esto:

¿Estoy haciendo preguntas?

¿Estoy mostrando el valor antes del precio?

¿Estoy guiando la conversación?

¿Estoy cerrando con una acción?

¿Estoy haciendo seguimiento?

Si falta alguna de estas cosas...

no es que no funciona.

Es que falta estructura.

Cómo no tomarte personal los vistos

Este punto cambia mucho todo.

Cuando alguien no responde:

- no significa que no le interesó
- no significa que no le gustaste
- no significa que hiciste algo mal

Puede significar:

- se distrajo
- no era el momento
- está comparando
- necesita más tiempo

No lo hagas personal.
Hacé seguimiento.

Qué hacer si alguien te habla mal

Esto también puede pasar.

Regla simple:
no responder desde la emoción.

Podés responder con respeto:

"Entiendo lo que me decís. Si en algún momento querés que lo veamos de otra forma, estoy para ayudarte."

O directamente no seguir la conversación, si fue algo fuerte.

No todos son tus clientes.

Cómo sostener constancia sin agotarte

Acá es donde muchas personas abandonan.

Porque sienten que tienen que hacerlo perfecto.

Y no es así.

No necesitás responder perfecto.

Necesitás responder con estructura.

Cuando tenés estructura:

pensás menos

dudás menos

te cansás menos

y sos más constante

Idea clave

No necesitás ser perfecta para vender.
Necesitás tener un sistema que te acompañe.

Porque cuando dejás de improvisar:

- ganás seguridad
- mejorás tus respuestas
- y empezás a ver resultados
- Y eso cambia todo.



14. PLANTILLAS EXTRA LISTAS PARA COPIAR, ADAPTAR Y USAR

A partir de ahora, no necesitás pensar cada mensaje desde cero.

👉 Podés usar estas plantillas como base, adaptarlas a tu servicio y empezar a aplicarlas hoy mismo.

💬 Primera respuesta

"Hola! 😊 ¿Cómo estás?

Te saluda [tu nombre], [tu rol].

Para poder orientarte mejor, ¿tenés 5 minutos para que te haga unas preguntas?

💰 Cuando preguntan precio

"Hola! 😊 Sí, ya te paso la info.

Antes, para poder brindarte un servicio que realmente te sirva, te consulto: ¿qué te gustaría mejorar o resolver?"

👉 Después de responder:

"Por lo que me contás, lo que más te puede ayudar es [servicio], porque te va a permitir [beneficio].

El valor es de \$__.

¿Te gustaría un turno por la mañana o por la tarde?

✉ Cuando piden info

"Hola! 😊 Claro, te cuento.

Para poder orientarte mejor, ¿ya te habías hecho este tratamiento antes?"

🕒 Cuando no responden (reactivación)

"Hola! 😊 Te escribo porque me quedé pensando en lo que me comentaste.

¿Seguís evaluando opciones?

17 Cierre de turno

"Perfecto 🙌🙌"

¿Te parece mejor este horario o este?"

Cierre de compra

"Genial 😊"

¿Preferís avanzar con este plan o con este otro?"

Cómo usar estas plantillas

No se trata de copiarlas literal.

Se trata de:

- adaptarlas a tu forma de hablar
- usarlas como guía
- no improvisar desde cero

Clave final

No gana el que mejor explica.

Gana el que mejor guía la conversación.

Y ahora ya tenés todo para hacerlo.



15. CHECKLIST RÁPIDO ANTES DE RESPONDER

Antes de enviar cualquier mensaje, pasá por este checklist.

👉 Te va a ayudar a no improvisar... y a no perder ventas por detalles simples.

✓ ¿Respondí de forma cercana?

👉 ¿Suena humano o parece un mensaje automático?

✓ ¿Hice al menos una pregunta?

👉 Si no hay pregunta, la conversación se corta.

✓ ¿Entendí qué necesita?

👉 ¿Sé qué quiere lograr o estoy asumiendo?

✓ ¿Explicué el valor (no solo características)?

👉 ¿Le mostré para qué le sirve o solo lo que incluye?

✓ ¿Guié la conversación?

👉 ¿Le estoy diciendo qué hacer o la estoy dejando decidir sola?

✓ ¿Propuse un siguiente paso?

👉 ¿Hay una acción clara o quedó en el aire?

✓ ¿Terminé con una pregunta?

👉 Si no hay pregunta... probablemente no haya respuesta.

✓ ¿Hice seguimiento?

☞ Si ya habló conmigo, ¿volví a escribirle?

✓ ¿Estoy vendiendo sin presionar?

☞ ¿Estoy ayudando o estoy insistiendo?

Cómo usar este checklist:

No hace falta que lo memorices.

Tenelo a mano.

Antes de responder, repasalo rápido.

Porque muchas veces no perdés ventas por algo grande...
las perdés por detalles.

Idea final

No necesitás responder perfecto.

Necesitás responder con intención.

Y este checklist te ayuda a eso.

16. GRACIAS

Si llegaste hasta acá, ya tenés algo que la mayoría de las personas que venden por WhatsApp no tiene:
una forma clara de hacerlo.

Y quiero que te quedes con algo muy importante:
vender se entrena.

No es algo con lo que nacés...
ni algo que tenés que hacer perfecto desde el primer día.

Lo que cambia todo es esto:
tener una estructura.

Porque cuando tenés claro:

- qué decir
- cuándo decirlo
- y cómo guiar la conversación

dejás de improvisar
dejás de dudar
y empezás a sentirte más segura.

Por eso, mi recomendación es simple:
no leas esta guía una sola vez.

Usala.

Volvé a estas páginas cuando estés respondiendo.
Probá las plantillas.
Adaptalas a tu forma de hablar.

Porque no se trata de copiar perfecto.

Se trata de entender y hacerlo propio.

Y algo más:

no esperes a sentirte lista.

Probalo con tus próximas conversaciones.

Observá qué cambia.

Cómo responden.

Cómo se mueven las conversaciones.

Porque muchas veces no necesitás más consultas...

necesitás aprovechar mejor las que ya tenés.

Y eso es exactamente lo que trabajamos acá.

Quiero que recuerdes esto:

vender por WhatsApp no tiene que sentirse incómodo.

Cuando sabés qué decir y cómo acompañar a la persona...

todo se vuelve más simple.

Ahora te toca a vos.

17. CÓMO CONTACTARME

Si este ebook te ayudó, me encantaría seguir acompañándote.

Podés encontrarme acá:

 [soyflorromero](https://www.instagram.com/soyflorromero)

Si querés dar un paso más

Si te quedó alguna duda, o querés contarme cómo te fue aplicando todo esto: podés escribirme por Instagram.

Voy a estar encantada de leerte y ayudarte.

Importante

En mis redes comparto:

- tips de ventas
- ejemplos reales
- ideas para responder mejor
- contenido para que sigas mejorando

Si este tema te interesa, te recomiendo seguirme.

Porque esto no termina acá.

Quedate con esto:

No se trata de leer.

Se trata de aplicar.

Y si en el proceso necesitás ayuda...

no tenés que hacerlo sola/o.

¡Gracias!

Flor