

Script de Llamada en Frío con Manejo de Objeciones

Apertura — Calificación — Manejo de objeciones — Cierre

saleslatam.io | Carlos Chacón | Recursos Gratuitos de Ventas B2B

Cómo usar este script

- No lo leas palabra a palabra — úsalo como estructura de referencia
- Practica en voz alta 10 veces antes de tu primera llamada real
- Personaliza cada sección con tu producto y tus clientes específicos
- Las partes en [CORCHETES] siempre deben ser adaptadas

El Script Completo

01 APERTURA — Los primeros 15 segundos deciden todo

Objetivo: evitar el rechazo inmediato y ganar 60 segundos de atención. Sé directo, rápido y con energía positiva.

TÚ Hola [NOMBRE], soy [TU NOMBRE] de [Tu empresa]. ¿Cómo estás?

PROSPECTO [Respuesta — buena o mala]

TÚ Bueno, te llamo rápido porque trabajo con [tipo de empresa como la suya] y recientemente ayudamos a [empresa similar] a [resultado concreto]. Pensé que podría ser relevante para [Empresa]. ¿Tienes 2 minutos para que te cuente de qué se trata?

[SI DICE SÍ → Ve a Etapa 2] | [SI DICE NO → Ver Objeción: 'No tengo tiempo']

02 CALIFICACIÓN — Entender si hay fit antes de hacer pitch

Objetivo: descubrir si hay un problema real que tú puedes resolver. Habla el 30%, escucha el 70%.

TÚ

Antes de contarte más, déjame hacerte una pregunta rápida: ¿cómo están manejando hoy [el proceso que resuelves]?

PROSPECTO

[Describe su situación actual]

TÚ

Entiendo. Y cuando eso pasa, ¿cuál es el mayor impacto para tu equipo o para el negocio?

PROSPECTO

[Describe el impacto]

TÚ

Exactamente. Eso es lo que más escucho de empresas como [Empresa]. Y eso es precisamente lo que resolvemos. ¿Puedo contarte en 60 segundos cómo lo hacemos?

[SI DICE SÍ → Ve a Etapa 3] | [SI DICE NO → Ver Objeción: 'No me interesa']

03**PITCH CORTO — 60 segundos, problema → solución → resultado**

Estructura: 1) El problema que resuelves, 2) cómo lo resuelves, 3) un resultado concreto. Sin funcionalidades técnicas.

TÚ

Ayudamos a [tipo de empresa] que tienen el problema de [problema específico] a [solución en una línea], lo que les permite [resultado o beneficio].

TÚ

Por ejemplo, con [Empresa similar], logramos [resultado concreto con número] en [tiempo]. El proceso fue [1-2 pasos del proceso].

TÚ

¿Es [el problema] algo que también está en tu radar en [Empresa]?

04**MANEJO DE OBJECIONES — Las 5 más comunes****Objeción 1 — 'No tengo tiempo ahora'****TÚ**

Totalmente entendible. Por eso te llamo: para no quitarte tiempo. Si te parece, lo que hago es enviarte un email de 3 líneas con lo que hacemos, y si le ves algo de sentido, agendamos una llamada de 15 minutos cuando tengas espacio. ¿A qué email te lo envío?

Objeción 2 — 'Ya tenemos algo para eso'**TÚ**

Bien, muchas empresas con las que trabajamos también tenían algo. La pregunta es si esa solución les está dando los resultados que necesitan. ¿Están conformes con los resultados actuales?

Objeción 3 — 'No me interesa'**TÚ**

Entiendo — y no quiero forzar nada. Déjame preguntarte: si [el resultado que ofreces] fuera posible sin cambiar mucho lo que ya tienen, ¿sería algo que valdría 15 minutos de conversación? Si no, sin problema.

Objeción 4 — 'Mándame información por email'

TÚ

Con gusto. Para enviarte algo realmente relevante — ¿cuál es el mayor reto que tienen en [área]? Así no te mando algo genérico que termina en la papelera.

Objeción 5 — 'No tenemos presupuesto'

TÚ

Entiendo perfectamente. ¿Es que el presupuesto no está disponible ahora, o es que [el problema que resuelves] no es una prioridad para este semestre? Hay una diferencia, y quiero entender dónde están.

No pidas 'tiempo para presentarte'. Pide un próximo paso específico con fecha.

TÚ

Mira, en base a lo que me contaste, creo que tiene sentido que conversemos 20 minutos con más detalle. ¿Cuándo tienes disponibilidad esta semana o la próxima?

TÚ

[Si duda] — No te pido que compres nada. Solo una conversación para ver si hay fit. Si no lo hay, te lo digo yo mismo y no perdemos más tiempo.

TÚ

Tengo disponibilidad el [día] a las [hora] o el [día] a las [hora]. ¿Cuál te funciona mejor?

Notas de Pre-Llamada — Completa antes de marcar

| | |
|--|--|
| Nombre del prospecto | |
| Empresa | |
| Cargo | |
| Algo que investigué de ellos | |
| El problema que más probablemente tienen | |
| Mi caso de éxito más relevante | |
| El resultado más concreto que puedo mencionar | |