

Template de Agenda para Discovery Call

Estructura y preguntas para tu primera reunión con un prospecto

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

Objetivo de una Discovery Call

NO es presentar tu producto — es ESCUCHAR y ENTENDER.

Al final de la llamada debes saber: ¿hay un problema real? ¿Hay presupuesto? ¿Hay urgencia?

Regla de oro: habla el 30%, escucha el 70%.

Un buen descubrimiento hace que el cierre sea fácil. Uno malo lo hace imposible.

ANTES DE LA LLAMADA — Completa esto

Nombre del contacto

Cargo

Empresa

Lo que investigué

Noticias, LinkedIn, sitio web — 1-3 datos clave

Mi objetivo para esta llamada

¿Qué quiero lograr al terminar?

Mi próximo paso ideal

¿Qué quiero que quede agendado al final?

LA AGENDA (comparte con el prospecto al inicio)

Al comenzar la llamada: 'Tenemos [tiempo] juntos. Lo que me gustaría hacer es: primero entender tu situación actual, luego contarte brevemente lo que hacemos, y al final ver si tiene sentido avanzar juntos. ¿Te parece?'

Tiempo	Agenda	Responsable
0-2 min	Bienvenida: agenda, tiempo disponible, objetivo de la sesión	Tú
2-8 min	Situación actual: cómo están haciendo las cosas hoy	Prospecto
8-18 min	Problema y pain: ¿qué no está funcionando? ¿cuál es el impacto?	Prospecto
18-24 min	Visión: ¿cómo se ve el éxito para ellos en 6-12 meses?	Prospecto
24-28 min	Presentación breve: cómo los ayudamos (solo si hay fit)	Tú
28-30 min	Próximos pasos: definir qué sigue si hay interés	Ambos

PREGUNTAS POR CATEGORÍA

Categoría 1 Situación (entender dónde están hoy)

¿Cómo están manejando [el proceso que resuelves] actualmente?



SALESLATAM

¿Qué herramientas o procesos usan hoy para [área relevante]?

¿Cuántas personas están involucradas en [el proceso]?

¿Hace cuánto tienen este sistema o proceso en marcha?

Categoría 2 Problema (descubrir el pain real)

¿Cuál es el mayor reto que tienen en [área] hoy?

¿Qué está pasando que los llevó a tener esta conversación hoy?

Si pudieran cambiar UNA cosa de su proceso actual, ¿qué sería?

¿Qué intentaron antes para resolver esto y qué resultados tuvieron?

Categoría 3 Impacto (cuantificar el costo del problema)

¿Qué impacto tiene este problema en el equipo de ventas / en los resultados?

¿Cuánto tiempo o dinero estiman que les está costando mensualmente?

¿Cómo afecta esto a otros equipos o áreas de la empresa?

Si este problema no se resuelve en los próximos 6 meses, ¿qué pasa?

Categoría 4 — Visión y Decisión

¿Cómo se ve el éxito para ustedes en 6-12 meses?

¿Qué criterios usarían para evaluar una solución como la nuestra?

Además de usted, ¿quién más está involucrado en este tipo de decisiones?

¿Hay un presupuesto asignado para esto o está en proceso de aprobarse?

DESPUÉS DE LA LLAMADA — Registra aquí

El problema principal que expresaron

En sus palabras, no las tuyas

El impacto del problema

¿Cuánto les cuesta? ¿En tiempo, dinero, clientes?

Nivel de urgencia

¿Cuándo necesitan resolver esto? ¿Por qué ahora?

Presupuesto

¿Hay presupuesto? ¿Cuánto?

Stakeholders

¿Quién más está en la decisión?

Próximo paso acordado

¿Qué quedó agendado?

Mi calificación del deal

1-10: ¿Qué tan probable es que avance?