

Tu cuaderno de proyecto

Recursos para lectores · César Pietri

Nueve fichas para convertir la lectura en decisiones. Puedes imprimirlas, repetirlas para otras ideas o completarlas en el documento editable. La ficha de captación sirve para planificar tu propio negocio; no te obliga a añadir automatizaciones.

Empieza por el recurso que corresponda al capítulo que estás trabajando. Guarda una copia con fecha antes de hacer cambios. Los ejemplos son ilustrativos y deben adaptarse a tu proyecto.

Ficha 1 Inventario de experiencia

Escribe cinco tareas que hayas realizado repetidamente en tu trabajo, en casa o en una afición. Para cada tarea, explica qué problema resuelves, quién suele pedirte ayuda y qué resultado puedes mostrar. No basta con escribir «sé de administración»; concreta, por ejemplo, «organizo facturas y preparo la información que necesita el asesor».

Tarea que puedo realizar:

Problema que resuelve:

Persona que lo necesita:

Ejemplo de mi experiencia:

Parte que puedo enseñar o entregar:

Parte que aún necesito aprender:

Selecciona una tarea que puedas demostrar. No elijas únicamente por entusiasmo: considera también si conoces personas que tengan el problema y si puedes trabajar con ellas dentro de tus horarios.

Ficha 2 Entrevista para comprender un problema

Antes de hablar con alguien, explica que estás investigando una necesidad y pide permiso para tomar notas. No conviertas cada respuesta en una presentación de tu producto. Busca situaciones concretas y escucha las palabras que utiliza la persona.

¿Qué intentas conseguir actualmente? ¿Qué parte te resulta más difícil? ¿Cuándo ocurrió por última vez? ¿Cómo lo resolviste? ¿Qué has probado antes? ¿Qué tiempo o dinero dedicas a resolverlo? ¿Qué tendría que cambiar para considerar que has mejorado? ¿Quién decide una posible compra?

Después de la conversación, separa lo que la persona dijo de tus interpretaciones. «Me cuesta responder a los contactos» es una observación expresada; «compraría mi CRM» es una hipótesis que todavía necesita una prueba.

Fecha y perfil de la persona:

Problema descrito con sus palabras:

Solución actual y sus límites:

Resultado que considera útil:

Pregunta que necesito seguir investigando:

Ficha 3 Tu oferta en una página

Ayudo a [tipo de persona] a [resultado concreto] mediante [entrega o proceso]. El resultado debe estar dentro de lo que puedes influir. En un servicio de captación puedes comprometerte con la implementación y el seguimiento acordados; la venta final también dependerá del cliente, de la oferta y del mercado.

Destinatario:

Problema que atenderé:

Entregables incluidos:

Plazo y forma de entrega:

Información que debe aportar el cliente:

Revisiones y soporte incluidos:

Trabajo adicional que se presupuestará aparte:

Precio y condiciones de pago:

Costes y horas previstos:

Forma de comprobar la entrega:

Lee la ficha como si fueras el comprador. ¿Puedes identificar qué recibirás y cuándo? Si necesitas explicar cada frase durante una llamada, simplifica el alcance antes de presentar la propuesta.

Ficha 4 Diseñar una formación pequeña

Resultado del alumno:

Conocimiento previo necesario:

Primera tarea que aprenderá:

Segunda tarea que aprenderá:

Tercera tarea que aprenderá:

Ejercicio que demuestra el aprendizaje:

Material de apoyo:

Canal de preguntas y tiempo de respuesta:

Fecha de disponibilidad del contenido:

Si haces una preventa, escribe qué existe ya y qué se creará después. Define las fechas, el acceso y las condiciones aplicables antes de aceptar pagos. El caso de helicultura muestra una entrega progresiva; tu propia oferta necesita un calendario explícito.

Ficha 5 Dibujar tu recorrido de captación

Escribe una frase para cada paso. Un sistema sencillo permite identificar dónde debe actuar la persona y qué sucede después.

Origen de la visita:

Promesa de la página:

Información que solicitaré:

Recurso o respuesta que entregaré:

Siguiente paso comercial:

Seguimiento por correo:

Responsable de atender el contacto:

Cómo registraré el resultado:

Prueba el recorrido con tus propios datos antes de atraer público. Comprueba el formulario, la entrega, la etiqueta, los enlaces y el aviso al responsable. Después repite la prueba en un teléfono. La automatización debe funcionar para la persona que la utiliza.

Ficha 6 Preparar una prueba comercial

No necesitas definir una gran estrategia para experimentar. Necesitas saber qué intentarás comprobar y cuánto puedes dedicarle.

Hipótesis:

Público al que presentaré la oferta:

Mensaje y canal:

Entrega que estará disponible:

Duración de la prueba:

Límite de gasto y horas:

Datos que registraré:

Señal para continuar:

Señal para ajustar:

Señal para detener:

No cambies todas las condiciones a la vez. Si modificas precio, público, página y anuncio simultáneamente, será más difícil interpretar lo que ocurrió. Documenta cada cambio y el periodo durante el que estuvo activo.

Ficha 7 Control semanal

Semana y periodo observado:

Personas que llegaron:

Personas que dieron el siguiente paso:

Compras o propuestas aceptadas:

Ingresos registrados:

Costes registrados:

Cobros pendientes y compromisos de pago:

Preguntas frecuentes o incidencias:

Decisión para la siguiente semana:

No mezcles periodos ni denominadores. Si calculas una tasa de registro, utiliza registros y visitas correspondientes al mismo recorrido y periodo. Si comparas ingresos con costes, indica qué partidas has incluido. Un dato incompleto puede servir para observar una tendencia, pero no equivale a un beneficio definitivo.

Ficha 8 Documentar una tarea para delegarla

Nombre y propósito de la tarea:

Momento en que debe realizarse:

Información y acceso necesarios:

Pasos del procedimiento:

Ejemplo de una entrega correcta:

Problemas que puede resolver quien la ejecuta:

Situaciones que debe consultar:

Forma de revisar el resultado:

Empieza con una tarea repetida y delimitada. Una persona de apoyo necesita criterios, no solo acceso a las herramientas. Revisa las primeras entregas y mejora las instrucciones con las dudas que aparezcan.

Ficha 9 Revisar tu proyecto al terminar el ciclo

Qué quería comprobar:

Qué hice realmente:

Qué respuesta observé:

Qué puedo afirmar con los datos disponibles:

Qué todavía no sé:

Qué parte disfruté y puedo sostener:

Qué parte necesita otra organización:

Mi siguiente decisión:

Cerrar una prueba no convierte el tiempo dedicado en inútil. Conserva los mensajes, los procedimientos y las conclusiones que puedan servirte en otro proyecto. Antes de detener una actividad, atiende las entregas y compromisos pendientes.