

DOCUMENTO DE PROFUNDIZACIÓN

Negociación & Ventas

MODELO DPC – DIAGNÓSTICO Y PRIORIZACIÓN COMERCIAL

MODELO DPC – DIAGNÓSTICO Y PRIORIZACIÓN COMERCIAL

Instrucciones:

1. Propósito del recurso

El Modelo DPC permite al estudiante analizar un prospecto desde tres dimensiones estratégicas antes de invertir tiempo y recursos en una negociación formal.

Esta herramienta profesional ayuda a:

- Reducir decisiones intuitivas.
- Priorizar oportunidades con criterios técnicos.
- Integrar comportamiento de compra + segmentación + valor estratégico.

2. Estructura del Modelo DPC

El modelo se compone de tres bloques de análisis:

I. Diagnóstico Conductual

Analiza cómo decide el cliente.

Preguntas guía:

- ¿Es un decisor analítico o intuitivo?
- ¿Requiere múltiples validaciones internas?
- ¿Presenta alta sensibilidad al precio?
- ¿Ha cambiado frecuentemente de proveedor?

Resultado esperado:

Clasificar al cliente como:

- Estable
- Explorador
- Reactivo
- Estratégico

II. Potencial Estratégico

Evalúa el valor real del cliente.

Variables:

- Margen proyectado.
- Volumen estimado.
- Posibilidad de expansión.
- Impacto reputacional.
- Complejidad operativa.

Clasificación:

- Alto potencial
- Potencial medio
- Bajo potencial

III. Probabilidad Técnica de Cierre

Analiza viabilidad real.

Verificar:

- Presupuesto confirmado.
- Autoridad real del contacto.
- Nivel de urgencia.
- Ventaja competitiva clara.

Clasificación:

- Alta probabilidad
- Media probabilidad
- Baja probabilidad

3. Matriz de Decisión Final

Cruzar:

Potencial Estratégico × Probabilidad de Cierre

	Alta Probabilidad	Media	Baja
Alto Potencial	PRIORIDAD A	PRIORIDAD B	Analizar
Medio Potencial	PRIORIDAD B	Seguimiento	Seguimiento pasivo
Bajo Potencial	Táctico	Bajo esfuerzo	Descartar

4. Instrucciones de uso

Antes de enviar propuesta formal:

1. Completar el diagnóstico.
2. Justificar cada decisión con evidencia.
3. Definir nivel de inversión comercial.

Tiempo estimado de uso: 5 minutos por prospecto.

5. Valor Profesional

El Modelo DPC:

- Reduce desgaste comercial.
- Mejora tasa de cierre.
- Aumenta rentabilidad por cartera.

Profesionaliza la gestión comercial.