

DOCUMENTO DE PROFUNDIZACIÓN

Negociación & Ventas

MATRIZ ESTRATÉGICA DE VENTA DIGITAL

MATRIZ ESTRATÉGICA DE VENTA DIGITAL

Objetivo del recurso

Permitir que el estudiante diseñe un proceso completo de venta digital, desde la prospección hasta la medición, utilizando criterios estructurados y métricas básicas.

Estructura de la Matriz

La matriz se divide en tres bloques estratégicos:

1. Prospección digital
2. Presentación y cierre remoto
3. Medición y optimización

BLOQUE 1: PROSPECCIÓN DIGITAL

Elemento	Definición estratégica	Aplicación del estudiante
Segmento objetivo	Perfil específico del cliente al que se dirige la acción digital	
Canal seleccionado	LinkedIn, email estructurado, WhatsApp Business, etc.	
Propuesta de valor inicial	Problema que se detecta y solución que se anticipa	
Cadencia diseñada	Número y frecuencia de contactos	
Objetivo de la fase	Reunión agendada / Respuesta / Diagnóstico	

Instrucciones

1. Definir un segmento real.
2. Justificar el canal elegido.
3. Diseñar una cadencia de mínimo 4 contactos.
4. Redactar el primer mensaje de prospección.

BLOQUE 2: PRESENTACIÓN Y CIERRE REMOTO

Elemento	Criterio estratégico	Aplicación práctica
Problema validado	Necesidad confirmada durante la reunión	
Relevancia	Cómo se conecta la solución al problema	
Evidencia	Datos, métricas o caso comparable	
Impacto	Beneficio cuantificable esperado	

Objeción probable	Precio / Tiempo / Implementación	
Respuesta estructurada	Clarificar – Validar – Argumentar – Confirmar	
Próximo paso definido	Acción concreta con fecha	

Instrucciones

- Simular una reunión virtual.
- Aplicar estructura: contexto, validación, solución, evidencia, impacto.
- Formular una objeción probable y responderla.
- Definir explícitamente el cierre.

BLOQUE 3: MÉTRICAS Y OPTIMIZACIÓN

Métrica	Fórmula	Interpretación
Tasa de apertura	Correos abiertos / Correos enviados	Evalúa efectividad del asunto
Tasa de respuesta	Respuestas / Contactos realizados	Evalúa relevancia del mensaje
Conversión a reunión	Reuniones / Contactos	Evalúa efectividad de prospección
Conversión a cierre	Cierres / Reuniones	Evalúa calidad de presentación
Tiempo de ciclo	Días desde primer contacto hasta cierre	Evalúa eficiencia del proceso

Instrucciones

1. Simular 20 contactos.
2. Calcular métricas.
3. Detectar cuello de botella.
4. Proponer ajuste estratégico.