

**Nombre :**

**Nombre de Tu Empresa :**

**Número de Teléfono de Tu Negocio :**

**Número de Fax de Tu Negocio :**

**Tu Número de Teléfono Alternativo :**

**Tu Dirección para Correspondencia :**

---

**Por favor completa y regresa este cuestionario para preparar nuestra sesión de Coaching de Cortesía.**

**Envíalo por e-mail a  
ecastellano@vclconsultores.com  
www.vclconsultores.com**

## **Preséntanos Tu Negocio ...**

**Para empezar necesitamos que nos digas un poco más acerca de ti y tu negocio ... Estas preguntas están diseñadas para que podamos encontrar las oportunidades clave para desarrollar las ganancias en tu negocio ...**

1. ¿En qué tipo de negocio estás? (por ej. Fabricación, ventas de mayoreo, menudeo o un servicio profesional.)

2. Por favor enlista los tipos específicos de productos y servicios que proporcionas a tus clientes

3. Por favor describe tus grupos de mercado-meta principales? (por ej. profesionales, de 25 - 40 años de edad, público en general, etc)

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_

4. ¿Cuántas personas forman tu equipo de trabajo en tu negocio ?

5. Explica específicamente tu mayor frustración de mercadeo ...
6. Por favor enlista algunas de las frustraciones que tus clientes tienen cuando negocian con tu tipo de industria (por ej. negociadores que se presentan tarde y dejan un desorden o producto de mala calidad o mal servicio)
7. ¿Qué haces diferente? ... ¿Qué te hace sobresalir de tus competidores?

## Sección Uno ... Generación de Prospectos

1. Dime ¿cómo obtiene prospectos tu negocio y qué tan exitosos han sido estos medios? Simplemente califica de 1-10 en los cuadros de los medios que has usado ... siendo 10 muy exitoso y 1 nada exitoso .. También indica por favor el porcentaje aproximado de tus ventas que se está generando por cada medio ...

<input type="checkbox"/> Sección Amarilla	_____%	<input type="checkbox"/> Revistas	_____%
<input type="checkbox"/> Periódico Metropolitano	_____%	<input type="checkbox"/> Periódico Local	_____%
<input type="checkbox"/> Televisión	_____%	<input type="checkbox"/> Radio	_____%
<input type="checkbox"/> Referencias	_____%	<input type="checkbox"/> Correo Directo	_____%
<input type="checkbox"/> Volantes	_____%	<input type="checkbox"/> Catálogos	_____%
<input type="checkbox"/> Tráfico pasando	_____%	<input type="checkbox"/> Visitas al Sitio	_____%
<input type="checkbox"/> Llamadas x teléfono	_____%	<input type="checkbox"/> Otros .....	_____%

2. ¿Cuál es tu presupuesto mensual para generar prospectos?
3. De los clientes que te han comprado, ¿cuántos tienes en una base de datos?
4. ¿Tienes una lista de clientes anteriores?                   SI / NO
5. ¿Tienes una lista de prospectos no-convertidos?   SI / NO
6. ¿Cuántos de estos clientes clasificarías como activos ?
7. ¿Qué tan a menudo te compra un cliente promedio ?
8. De cada 10 prospectos, ¿cuántos conviertes en clientes?
9. Tu tasa de conversión es ...estimada / medida ... ? (Por favor subraya alguna)

## Sección Dos ... Retención de Clientes

¿Sabías que puede ser 6 veces más caro atraer un cliente nuevo que animar a uno ya existente a que compre otra vez ...?

1. ¿Cuáles de los medios que usas consistentemente para mantener contacto con tus clientes? Solamente marca los que tú usas ...

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Cartas                     | <input type="checkbox"/> Calendarios |
| <input type="checkbox"/> Boletines                  | <input type="checkbox"/> Imanes      |
| <input type="checkbox"/> Facturas                   | <input type="checkbox"/> Catálogos   |
| <input type="checkbox"/> Tarjetas de agradecimiento | <input type="checkbox"/> Otros ..... |

## Sección Tres ... Monto Promedio de Cada Venta

1. ¿Cuál es el monto promedio actual de cada venta ?
2. ¿Cuáles otros productos y servicios requieren tus clientes existentes?
3. ¿Cuándo fue la última vez que incrementaste tus precios y por qué ?

## Sección Cuatro ... TUS Utilidades

1. ¿Cuáles son tus ventas anuales actuales ?
2. ¿Qué porcentaje de crecimiento ha tenido tu negocio en el último año financiero?
3. ¿Qué porcentaje de crecimiento esperas ver en los próximos 12 meses ?
4. ¿Cómo crees que alcanzarás este crecimiento ?

## ¿Cuál es tu siguiente paso ...?

**Para asegurar que cubrimos las áreas que son más importantes para tí en nuestra próxima sesión, simplemente enumera tus 5 prioridades principales de la siguiente lista ...**

- Tener una estrategia que impulsará a mis clientes anteriores e inactivos a comprar conmigo una y otra vez.
- Un plan de mercadotecnia paso a paso que incrementará mis ventas y utilidades y liberará mi tiempo y energía en otras áreas.
- Desarrollar el más efectivo, único y atractivo modo de ventas para mi producto o servicio que me colocará cabeza y hombros arriba de la competencia.
- Usar el teléfono más fructíferamente, generando más ventas de las llamadas que entran y salen.
- Llegar a ser un consultor más efectivo, en cualquier campo.
- Desarrollar publicidad enfocada al cliente que producirá clientes dispuestos, nuevos y viejos, a mi negocio.
- Un sistema de referencia que convertirá a mis clientes en mis mejores vendedores.
- Crear una campaña de correo directo irresistible que convertirá a mi buzón en un centro de ganancia inesperado.
- Inspiración y motivación para mí y mi equipo para realmente poner en práctica estrategias que harán las cosas funcionar.

## **Sólo unos cuantos puntos finales más ...**

1. ¿Qué otras prioridades tienes para tus ventas y mercadotecnia en los próximos 90 días?
  
2. ¿Qué otro presupuesto de Ventas y Mercadotecnia podrías apartar durante los siguientes 90 días?
  
3. Si tuvieras un deseo para tus Ventas y Mercadotecnia en los siguientes 30 días, ¿cuál sería?
  
4. ¿Quién está involucrado en el proceso de toma de decisiones en tu negocio?

## **Felicitaciones y gracias por tu tiempo ...**

### **Nota de Confidencialidad**

La información contenida en este cuestionario es información confidencial para ser usada sólo por VCLConsultores y la persona que llenó este cuestionario. Si el receptor de este cuestionario no es el receptor prometido, se le notifica aquí a tal receptor que cualquier propagación, distribución, copia o publicación del cuestionario está estrictamente prohibida.