

Plantilla para plan de prospección

Para ayudarte a elaborar un plan de prospección comercial adaptado a tu desarrollo, Appvizer te ofrece una plantilla. Depende de ti completarlo.

Para más información:

<https://www.appvizer.es/revista/organizacion-planificacion/gestion-comercial/prospeccion-comercial>

Objetivos de prospección

Recordatorio:

- El establecimiento de objetivos da sentido y coherencia a las acciones de tu campaña de prospección.
- Define objetivos SMART en línea con su estrategia de ventas.

Objetivo n.º 1

Nombre del objetivo:

Naturaleza del objetivo: cualitativo / cuantitativo

Resultado esperado:

Papel del objetivo en el apoyo a la estrategia empresarial:

Plazo de ejecución:

Fecha de vencimiento del objetivo: DD/MM/AAAA

Responsable de la consecución del objetivo:

Objetivo n.º 2

Nombre del objetivo:

Naturaleza del objetivo: cualitativo / cuantitativo

Resultado esperado:

Papel del objetivo en el apoyo a la estrategia empresarial:

Plazo de ejecución:

Fecha de vencimiento del objetivo: DD/MM/AAAA

Responsable de la consecución del objetivo:

Objetivo n.º N

Nombre del objetivo:

Naturaleza del objetivo: cualitativo / cuantitativo

Resultado esperado:

Papel del objetivo en el apoyo a la estrategia empresarial:

Plazo de ejecución:

Fecha de vencimiento del objetivo: DD/MM/AAAA

Responsable de la consecución del objetivo:

Público objetivo de la campaña de prospección

Recordatorio: La segmentación de tus clientes potenciales te ayuda a centrarte en los perfiles que necesitas prospectar de forma prioritaria.

Objetivo n.º1

Tipo de objetivo: B2B / B2C / B2B2C

Perfil típico:

- Rango de edad:
- Género:
- Zona geográfica:
- Presupuesto medio:
- Si es B2B, función en la empresa:
- Sector industrial:
- Necesidad(es):
- Objeciones comunes que hay que abordar:

Objetivo n.º2

Tipo de objetivo: B2B / B2C / B2B2C

Perfil típico:

- Rango de edad:
- Género:
- Zona geográfica:
- Presupuesto medio:
- Si es B2B, función en la empresa:
- Sector industrial:
- Necesidad(es):
- Objeciones comunes que hay que abordar:

Plan de acción a implementar

Priorizar los canales

Rellena los canales que has elegido para cumplir cada objetivo, entre los que puedes elegir: tu página web, emailing, redes sociales, ferias, etc.

No dudes en combinar varios canales para el mismo objetivo. Por ejemplo: una entrevista de prospección telefónica + un correo electrónico personalizado.

Canal que debe ser explotado para servir al objetivo n.º.1:

Canal que debe ser explotado para servir al objetivo n.º .2:

Canal que debe ser explotado para servir al objetivo n.º .N:

Crear la ficha de prospección

Si aún no tienes uno, crea tu ficha de prospección para recoger toda la información de los prospectos que vas a contactar.

Si ya tiene una, asegúrate de que cumple con tus objetivos y metas para esta campaña.

Definir el presupuesto

Presupuesto asignado para alcanzar el objetivo 1: X,XX €, de los cuales:

- X,XX € para [uso previsto]
- X,XX € para [uso previsto]
- X,XX € para [uso previsto].

Presupuesto asignado para alcanzar el objetivo 2: X,XX €, de los cuales:

- X,XX € para [uso previsto]
- X,XX € para [uso previsto]
- X,XX € para [uso previsto].

Presupuesto asignado para la consecución del objetivo n: X,XX €, de los cuales

- X,XX € para [uso previsto]
- X,XX € para [uso previsto]
- X,XX € para [uso previsto]

Escoger las herramientas y métodos

Técnicas de prospección escogidas:

- ☐ Prospección telefónica
- ☐ Prospección en el terreno
- ☐ Prospección por correo electrónico
- ☐ Prospección por SMS
- ☐ Prospección en redes sociales
- ☐ Prospección durante un evento profesional
- ☐ Compra o alquiler de una base de datos de prospectos
- ☐ Otra: *(precisarla)*

Herramientas disponibles para los equipos comerciales en aras de alcanzar sus objetivos:

- ☐ Software de generación de *leads*: *(precisarlo)*
- ☐ Software CRM: *(precisarlo)*
- ☐ Software de automatización de marketing: *(precisarlo)*
- ☐ Fichero de prospección
- ☐ Modelo de ficha de prospección en Excel
- ☐ Otra: *(precisarla)*

Si todavía estás buscando la herramienta que responda a tus necesidades específicas de prospección, consulta nuestro directorio de [programas para gestión de clientes](#).

Planificación de la prospección

Consejo: divide tus objetivos en tareas realizables para controlar mejor su consecución.

Objetivo nº.1: a realizar antes del DD/MM/AAAA			
Tarea a realizar	Prioridad	Responsable	Plazo
Tarea 1			
Tarea 2			
Tarea N			

Medición de KPI y de la rentabilidad de la campaña

Consejo: Establece indicadores con plazos intermedios para no perder de vista tus objetivos.

Indicadores seleccionados para medir el éxito de la prospección:

- ☐ Volumen de negocio generado,
- ☐ Porcentaje de nuevos clientes en tu cartera,
- ☐ Número de nuevos clientes por agente comercial,
- ☐ Número de nuevos clientes por zona geográfica,
- ☐ Porcentaje de *leads* calientes para volver a contactar y convertir,
- ☐ Otro: (precisarlos)