MotionOps

CONTRACTOR SCALER HUB · UN PROCESO DE VENTAS QUE TU EQUIPO PUEDA LLEVAR

Guía de seguimiento de propuestas

Va con la lección sobre el proceso de ventas en construcción. Llena las secciones 1 a 3 una vez, con todos los que son responsables de prospectos o propuestas. Después, cada propuesta enviada sigue la sección 4, y la sección 6 es la agenda de la revisión semanal del embudo.

1. Etapas, responsables y plazos

Puestos y plazos de ejemplo; define los tuyos. Dos reglas lo mantienen unido: cada prospecto y cada propuesta abierta tiene **exactamente un responsable,** una persona, no "ventas" ni "la oficina"; y cada prospecto tiene **un siguiente paso con fecha.**

Etapa	Terminada cuando	Responsable y plazo de ejemplo	Nuestro responsable	Nuestro plazo
1. Prospecto nuevo	Alguien ya habló con el cliente	Coordinadora de oficina; el mismo día hábil		
2. Calificado	Calificado como sí, tal vez o no; visita agendada o prospecto cerrado	Coordinadora de oficina; en la primera llamada		
3. Visita de obra	Resumen de la visita escrito, revisión de la propuesta agendada	Estimador; visita en 5 días hábiles, resumen en 24 horas		
4. Propuesta	Propuesta enviada y revisada con quienes deciden	Estimador; en 3 días hábiles después de la visita		
5. Seguimiento	Firmada, rechazada o cerrada como perdida	Responsable de la propuesta (estimador o vendedor); secuencia de abajo, cerrada 30 días después del envío si no hay respuesta		
6. Ganado	Anticipo recibido, trabajo entregado a operaciones	Coordinadora de oficina; en 2 días hábiles después de la firma		
7. Perdido	Motivo registrado	Responsable de la propuesta; el mismo día		

2. Entregas: lo que debe estar en el registro del prospecto

Calificado → visita (oficina → estimador)

- [ ] Notas de la llamada
- [ ] Calificación del prospecto
- [ ] Rango de presupuesto que se habló
- [ ] Quién decide
- [ ] Fotos que mandó el cliente

Visita → propuesta (estimador → quien pone el precio, a menudo la misma persona)

- [ ] Resumen de la visita: objetivos y lo indispensable
- [ ] Medidas y fotos
- [ ] Riesgos

Propuesta → seguimiento (estimador → responsable de la propuesta, si es otra persona)

- [ ] Lo que se habló en la revisión de la propuesta
- [ ] Objeciones
- [ ] Fecha de decisión

Ganado → operaciones (ventas → coordinadora de oficina o gerente de proyecto)

- [ ] Propuesta firmada
- [ ] Anticipo
- [ ] Todo lo que se le prometió al cliente (p. ej. "vamos a proteger la duela del pasillo")
- [ ] Ventana de inicio preferida

3. Motivos de ganar y perder: uno de una lista fija

Cada propuesta cerrada recibe un motivo. El texto libre ("el cliente se fue con otro") no se puede contar; una lista fija muestra patrones después de unos meses. Agrega un motivo solo por decisión.

Ganada	Perdida
Precio	Precio
Confianza/recomendación	Tiempos
Rapidez	Eligió a otro contratista (y por qué, si se sabe)
Opciones	Proyecto cancelado
Diseño	Sin respuesta
Disponibilidad	Al final no era buen candidato

4. Secuencia de seguimiento: una por propuesta enviada

CLIENTE Y TRABAJO | RESPONSABLE DE LA PROPUESTA | MONTO

ENVIADA EL | FECHA DE DECISIÓN ACORDADA | SIGUIENTE PASO Y FECHA

Cuándo	Qué	Fecha	Hecho
Día 0	Revisa la propuesta con quienes deciden, en persona o por video. Acuerden una fecha de decisión		
Día 2	Mensaje corto: "¿Te quedó alguna pregunta después de revisarla?"		
Días 5 a 7	Llamada. Pregunta qué falta por decidir; ajusta las opciones si hace falta		
Fecha de decisión	Llamada: "Me comentaste que ibas a decidir esta semana. ¿Cómo vas?"		
Día 21	Mensaje: "¿La mantengo abierta o cambiaron tus planes?"		
Día 30	Ciérrala como perdida si no hay respuesta, y registra el motivo como "sin respuesta"		

Tiempos de ejemplo; ajústalos a tu ciclo de ventas. Los trabajos más grandes con trabajo de diseño tardan más; los trabajos pequeños avanzan más rápido.

CERRADA COMO: GANADA O PERDIDA | MOTIVO, DE LA LISTA FIJA | CERRADA EL

5. Encuentra dónde tiene fugas el embudo

Cuenta cada etapa del último mes o trimestre. **Conversión = esta etapa ÷ la etapa de arriba.** Números de ejemplo, inventados.

Etapa	Cantidad de ejemplo	Conversión de ejemplo	Nuestra cantidad	Nuestra conversión
Prospectos	80			
Calificados como sí	44	55% de los prospectos		
Visitas de obra hechas	40	91% de los calificados como sí		
Propuestas enviadas	28	70% de las visitas		
Firmadas	9	32% de las propuestas		

En el ejemplo la tasa de cierre es el número más bajo, pero la primera fuga que hay que revisar es de visitas a propuestas: 12 visitas nunca se convirtieron en propuesta, y cada una ya le costó tiempo a un estimador. Estimadores demasiado ocupados para escribirlas, visitas a trabajos que no se calificaron bien o clientes que dejaron de responder porque no se agendó nada: cada caso se arregla de forma distinta.

NUESTRA PRIMERA FUGA A REVISAR

DÍAS DE LA VISITA DE OBRA A LA PROPUESTA (UN NÚMERO QUE CONTROLA TU EQUIPO)

LO QUE ENCONTRAMOS, Y EL ARREGLO

6. Revisión semanal del embudo: 30 minutos

El mismo día cada semana, con todos los que son responsables de prospectos o propuestas. Apégate a la lista; la estrategia a detalle de cada trato va después, entre las personas involucradas.

DÍA Y HORA

SEMANA DEL

QUIÉNES ASISTEN

1. **Prospectos nuevos (5 minutos):** cuántos, de dónde, cuántos se calificaron como sí.
2. **Pendientes atorados (10 minutos):** cada prospecto o propuesta que pasó su plazo o no tiene siguiente paso. Cada uno recibe un siguiente paso, un responsable y una fecha.
3. **Propuestas grandes abiertas (10 minutos):** las más grandes. ¿Cuál es la fecha de decisión? ¿Qué le falta todavía al cliente?
4. **Ganadas, perdidas y capacidad (5 minutos):** qué se cerró y por qué, y si el trabajo firmado cabe en el calendario de las cuadrillas. Si la cartera de trabajos firmados está llena para los próximos dos meses, ventas tiene que saberlo antes de prometer fechas de inicio.

PROSPECTOS NUEVOS ESTA SEMANA

DE DÓNDE

CALIFICADOS COMO SÍ

Pendientes atorados

Prospecto o propuesta	Pasó su plazo, o sin siguiente paso	Siguiente paso	Responsable	Fecha

Propuestas grandes abiertas

Propuesta	Monto	Fecha de decisión	Qué le falta todavía al cliente

GANADAS Y PERDIDAS ESTA SEMANA, CON MOTIVOS

PRIMERA FECHA DE INICIO QUE VENTAS PUEDE PROMETER

Qué revisar cada semana

Qué revisar	Esta semana
Prospectos y propuestas que pasaron su plazo	
Días de la visita de obra a la propuesta	
Tasa de cierre, y los principales motivos de ganar o perder de este mes	