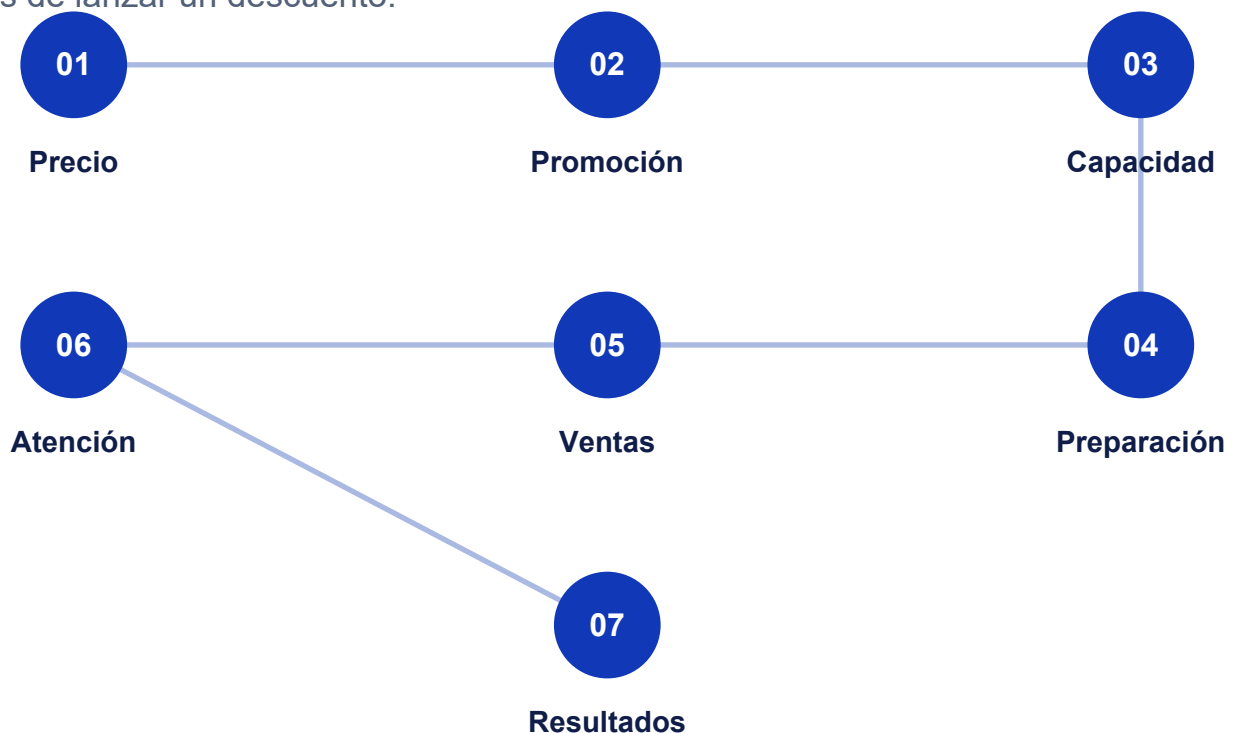


Prepara tu próximo Buen Fin.

Mapa de riesgos

7 puntos donde tu promoción puede romperse

Una promoción es un sistema. Este mapa te ayuda a ver lo que suele pasarse por alto antes de lanzar un descuento.



Gratis. Descubre los riesgos y conserva este mapa como referencia.

Ejemplos ilustrativos. Este recurso no realiza cálculos personalizados ni sustituye las herramientas de Premium.

01 / PRECIO

Descontar sin saber qué te queda

Precio normal: \$1,000. Descuento: 20%. Precio promoción: \$800.

Bajar \$200 del precio no significa únicamente cobrar \$200 menos. La promoción puede modificar lo que queda para cubrir gastos y generar resultado.

Vender más no siempre significa ganar más.

EN PREMIUM / Calculadora de promociones

02 / PROMOCIÓN

Que cada persona explique una promoción diferente

**Publicidad: “20% de descuento”. Ventas: “Creo que también aplica a los paquetes”.
Atención: “No sé hasta cuándo está vigente”.**

Sin una versión única, la promoción puede generar errores, excepciones y reclamos. Todos deberían vender y explicar las mismas condiciones.

Una promoción necesita una sola versión.

EN PREMIUM / Ficha de promoción

03 / CAPACIDAD

Vender más de lo que puedes cumplir

Productos: 50 en existencia, 48 prometidos, 2 disponibles. Servicios: 20 citas disponibles, 19 reservadas, 1 libre.

Inventario, capacidad, personal y horarios deben acompañar lo que prometes. El problema puede ser vender más de lo que puedes entregar.

Tu capacidad también forma parte de la promoción.

EN PREMIUM / Control de inventario o capacidad

04 / PREPARACIÓN

Llegar al Buen Fin con pendientes críticos

Publicidad y precio listos. Inventario, personal, entrega, responsables y atención: pendientes por confirmar.

Una campaña puede fallar antes del primer cliente. Preparar significa convertir pendientes en responsables, fechas y evidencias.

Estar anunciado no significa estar preparado.

EN PREMIUM / Plan de preparación

05 / VENTAS

Perder ventas entre mensajes

“Hola, vi su promoción. ¿Todavía está disponible?” Mensaje recibido, sin responsable, sin seguimiento: cliente perdido.

El interés necesita continuidad: interesado, contacto, seguimiento, pedido, pago y entrega. Cada paso debe tener un responsable.

Una venta puede perderse mucho antes de cobrar.

EN PREMIUM / Control de prospectos y pedidos

06 / ATENCIÓN

Resolver cada problema de forma diferente

El cliente pide una excepción. Empleado A: “Sí se puede”. Empleado B: “No está permitido”. Encargado: “¿Quién autorizó eso?”.

Sin reglas claras, cada persona decide de manera distinta. Una ruta compartida conecta atención, responsable, escalamiento, solución y cierre.

Una excepción necesita una ruta clara.

EN PREMIUM / Guion de atención y registro de incidencias

07 / RESULTADOS

Vender mucho y no saber si realmente funcionó

\$62,000 en ventas durante la campaña. ¿Ese dato basta para saber si fue buena?

¿Cuánto quedó después de costos? ¿Cuánto gastaste en publicidad? ¿Cuántos clientes compraron? ¿Qué canal vendió mejor? ¿Cuántas entregas llegaron tarde? ¿Qué problemas siguen abiertos? ¿Qué promoción repetirías?

Facturar más no responde automáticamente si la campaña fue buena.

EN PREMIUM / Tablero de resultados

Tu promoción es un sistema.

El precio afecta tus resultados. La promoción mueve tu capacidad. Las ventas generan pedidos y entregas. La atención resuelve incidencias. Todo termina reflejándose en tus resultados.

Plan Premium / \$790 MXN

Las siete herramientas que acompañan cada riesgo te permiten calcular, preparar, controlar y medir tu promoción.

[Vuelve al mapa interactivo](#)

Más rentabilidad, tiempo y futuro para tu empresa