



# Manual de Ventas Telefónicas

Para Family Assurance Advisors decididos  
a dominar **el arte de la llamada en frío.**

“Una llamada puede  
cambiar una vida...  
incluso la tuya.”





Este manual ha sido creado para que tomes el control del teléfono y transformes cada llamada en una oportunidad real de ayudar, conectar y proteger.

**"Tu voz es tu herramienta, tu historia es tu fuerza, tu misión es tu ventaja."**





# Índice

- 01** **Cliente Tipo 1:** Abierto y receptivo.
- 02** **Cliente Tipo 2:** Desconfiado.
- 03** **Cliente Tipo 3:** Apurado u Ocupado.
- 04** **Cliente Tipo 4:** Frío o Desconectado emocionalmente.
- 05** **Cliente Tipo 5:** Emocional o Muy Sensible.
- 06** **Resumen de los tipos de cliente.**





# Sistema de Ventas Telefónicas Según el Tipo de Cliente

Aquí encontrarás los diferentes tipos de cliente que vas a encontrar en una llamada. Al lograr identificarlos y manejar adecuadamente tu conversación, te ayudará a tener más éxito.

## No todos los clientes son iguales.

1. Abierto y receptivo.    2. Desconfiado.    3. Ocupado o apurado.    4. Desconectado o frío.    5. Emocional o sensible.





# Cliente Tipo 1: Abierto y receptivo.

Son personas que responden bien a la llamada, tienen interés o al menos escuchan con respeto. Este enfoque busca **conectar rápido y cerrar en la primera llamada**.

---

## Guía paso a paso para cerrar en la primera llamada.

### 1.1. APERTURA PODEROSA (voz segura y cercana)

Hola, ¿hablo con **[nombre]**?

Mi nombre es **[tu nombre]** y soy asesor certificado de Assure For Life.

Estamos en una campaña de protección familiar para latinos en EE. UU.

¿Le puedo compartir algo importante que está ayudando a muchas familias a estar tranquilas frente a una situación inesperada?

**Meta:** Evita sonar como vendedor. Enfócate en sonar humano, profesional y directo.



## 1.2. PREGUNTAS QUE DESPIERTAN CONCIENCIA

“¿Ha vivido la pérdida de un ser querido sin un plan?”

“¿Quién tomaría decisiones si algo ocurriera en su familia?”

“¿Tiene familiares fuera del país que le preocupan?”

## 1.3. PRESENTACIÓN BREVE (emoción + claridad)

“Assure For Life es una membresía de asistencia para la coordinación de arreglos funerarios.

No entrega dinero, sino que coordina y cubre todo con una sola llamada.

Puede proteger hasta 7 personas —incluyendo padres o pareja hasta con 80 años—, incluso familiares que no son directos.”

## 1.4. TRANSICIÓN AL CIERRE

“¿Qué es más importante para usted: evitar el gasto o evitar que su familia esté sola sin saber qué hacer?”

“¿Le gustaría que lo ayudara ahora mismo a dejar esto resuelto?”

## 1.5. CIERRE Y DATOS DE PAGO

“¿Le parece si lo activamos ya? Solo necesito su nombre, dirección y el método de pago.

No hay cargos adicionales ni comisiones, y la protección comienza desde el tercer día hábil.”



## 1.6. LLAMADA EXITOSA = AFILIACIÓN O CITA CON FIRMEZA

“Lo importante no es decidir hoy por emoción... sino dejar resuelto un tema que nadie quiere enfrentar después. ¿Te ayudo ahora?”

**Meta:** Afiliación inmediata o cita confirmada para el cierre.

## 1.7. CIERRES EFECTIVOS PARA CLIENTES RECEPTIVOS

### 1.7.1. Cierre por elección (cierre alternativo)

“¿Prefieres iniciar solo con tu protección o incluir ya a tus seres queridos también?”

**Le das dos opciones válidas.  
No hay opción de decir “no”.**

### 1.7.2. Cierre con lógica emocional

“Tú me dijiste que esto te hace sentido... ¿quieres que lo activemos ahora para que ya quede resuelto?”

**Usas lo que el cliente mismo  
expresó para llevarlo al sí.**

### 1.7.3. Cierre por urgencia moral

“Tú tienes a quién proteger. No dejes esto para otro día, porque justo esos temas que no se planean, duelen el doble.”

**Apela a la conciencia, no al miedo.**

### 1.7.4. Cierre simple y directo

“¿Usas tarjeta o cuenta para la afiliación?”

**Esto asume la venta y va al grano con naturalidad.**

### 1.7.5. Cierre con reflejo positivo

“Estás tomando una gran decisión por los tuyos. Vamos a hacerlo fácil. Te ayudo ya mismo.”

**Refuerza su autoestima y elimina la duda con amabilidad.**

### 1.7.6. Cierre del “alivio mental”

“Cuando terminas esta llamada, ya sabes que si algo pasa, solo hay que hacer una llamada. ¿Te gustaría vivir con esa tranquilidad desde hoy?”

**Lo llevas a imaginar el alivio que esto genera.**



### 1.7.7. Cierre de “acto de amor”

“Esto no es un gasto, es una decisión que dice: ‘pensé en ustedes’. ¿Quieres que eso sea lo que tu familia recuerde de ti?”

**Muy poderoso emocionalmente.**



# Cliente Tipo 2: Desconfiado.

Este es el prospecto que:

- Tiene miedo a ser estafado.
- Ha tenido malas experiencias.
- No confía en llamadas desconocidas.
- No quiere compartir datos personales.
- Dice rápido “No me interesa” o “Mándame info” para sacarte de la línea.



**Tu enfoque aquí no es vender. Es crear apertura, credibilidad y una segunda oportunidad.**

---

**Guía para abrir puertas con respeto, empatía y estrategia**

## **OBJETIVO:**

- Romper la barrera emocional.
- Posicionarte como profesional.
- Conseguir el contacto por WhatsApp o una cita futura.



## 2.1. APERTURA DESARMANTE (voz tranquila y segura)

“Hola, ¿hablo con **[nombre]**? No te quito mucho tiempo. No te estoy llamando para venderte nada, solo para informarte de algo que muchas familias latinas no conocen y les ha servido mucho.”

**Esta frase baja la guardia. Suena diferente a cualquier venta directa.**

## 2.2. DA CONTROL AL CLIENTE

“¿Puedo hacerte una pregunta rápida y si no te interesa, colgamos sin problema?”

**Esto sorprende al cliente porque siente que él tiene el poder.**

## 2.3. PREGUNTA DISRUPTIVA

“Si algo inesperado pasara con alguien en tu familia... ¿tienen un plan o te tocaría resolver todo tú?”

**No es agresiva, pero despierta conciencia emocional.**



## 2.4. PRESENTACIÓN SENCILLA (no técnica, no exagerada)

“Estoy dando a conocer una membresía que no entrega dinero, sino que ayuda a resolver todo con una sola llamada si pasa una pérdida. Miles de familias ya la usan, pero muchos aún no saben que existe.”

## 2.5. INVITACIÓN A VER INFO (tu verdadero cierre)

“No necesitas decidir nada ahora. ¿Te parece si te mando un folleto o un video por WhatsApp y lo revisas con calma? Luego vemos si tiene sentido para ti.”

**Esto cambia el enfoque de venta a asesoría.**

## 2.6. CREDIBILIDAD + TRANSPARENCIA

“No hay letras pequeñas, ni contratos, ni cobros ocultos. No necesito tus datos personales para explicártelo. Solo quiero que conozcas algo que puede ayudarte.”

## 2.7. CIERRE SUAVE Y AMABLE

“Te lo mando sin compromiso y te escribo o llamo en unos días para ver qué piensas. ¿Está bien así?”

**El objetivo no es cerrar, sino conseguir:**

- Que te den su WhatsApp.
- Que acepten revisar tu material.
- Que recuerden tu tono y profesionalismo.



Con el **Tipo de Cliente 2: Desconfiado o Cerrado**, no aplican los cierres clásicos. Aquí se **usan acuerdos suaves**, frases que no fuerzan, pero sí avanzan la relación.

Tu misión es **lograr un “sí” pequeño** que te mantenga cerca.

Aquí tienes varios **cierres y acuerdos estratégicos** que funcionan muy bien:

## 2.8. CIERRES SUAVES Y ACUERDOS PARA CLIENTES DESCONFIADOS

### 2.8.1. Cierre de bajo compromiso

“No te estoy pidiendo que compres nada. Solo que veas esto.  
¿Te parece si te mando la información y después tú decides si vale la pena?”

**Ideal para conseguir  
WhatsApp o correo o cita.**

### 2.8.2. Cierre de seguimiento pactado

“¿Te parece si te escribo en dos días solo para saber qué piensas?”

**Te da permiso para volver a  
contactar sin sentirte invasivo.**

### 2.8.3. Cierre con validación social

“Esto lo están usando muchas familias como la tuya. Míralo con calma y dime si crees que puede servirte también.”

**Le reduces el miedo de “ser el primero”.**

### 2.8.4. Cierre de prueba

“Solo dame la oportunidad de explicártelo bien en otra llamada de 10 minutos. ¿Te parece si agendamos para mañana o pasado?”

**Puedes cerrar cita sin que suene a presión.**

### 2.8.5. Cierre espejo

“¿Prefieres que te lo mande por WhatsApp o correo?”

**Cualquier respuesta ya es un avance.  
Está aceptando recibir algo.**

### 2.8.6. Cierre de empatía

“Entiendo totalmente que tengas dudas. Yo también me haría preguntas si no conociera esto. Por eso, lo mejor es que lo mires con calma y después me dices.”

**Te posiciona como asesor, no como vendedor.**

### 2.8.7. Cierre de autoridad tranquila

“Soy parte de una red de asesores certificados. No vendemos promesas, ayudamos a prevenir problemas reales. ¿Te doy más detalles por WhatsApp?”

**Refuerza que trabajas con profesionalismo.**

Todos estos cierres están pensados para **mantener el vínculo vivo sin incomodar al cliente**, y para sembrar la semilla de la segunda conversación —la que realmente cierra.





# Cliente Tipo 3: Apurado u Ocupado.

Un perfil muy común en llamadas frías.

## ¿CÓMO RECONOCERLO?

- Contesta seco: “¿Quién habla?”, “Estoy ocupado”, “Mándame la info.”
- Habla rápido, sin dejarte terminar.
- No te da chance de explicar.
- No quiere llamadas largas ni conversaciones emocionales.

## OBJETIVO:

- No interrumpir, respetar su tiempo, pero quedar en su memoria.
- Lograr una cita breve o permiso de seguimiento.
- Dejarle una frase que lo impacte cuando tenga tiempo.



### 3.1. APERTURA ULTRA CORTA (10 segundos máximo)

“Hola **[nombre]**, soy **[tu nombre]**, asesor certificado.

Te llamo por una sola razón: evitar que tú o tu familia pasen por un problema grande sin estar preparados.”

**Directo, útil, sin rodeos.**

### 3.2. RESPETA SU TIEMPO INMEDIATAMENTE

“Sé que estás ocupado, por eso no te quito más de 20 segundos.  
¿Te parece?”

**Esto lo desarma porque no espera  
que respetes su ritmo.**

### 3.3. FRASE DE ALTO IMPACTO EN UNA LÍNEA

“Tengo algo que no da dinero... da solución total si ocurre una pérdida en la familia. Y se puede usar con solo una llamada.”

“No es un seguro, es protección real con coordinación incluida. En 2 minutos te lo puedo mostrar por WhatsApp.”

### 3.4. CIERRE DE AGENDAMIENTO O ENVÍO

“¿Te mando el folleto por WhatsApp y te llamo mañana 5 minutos, o prefieres agendar una videollamada breve?”

**Meta:** enviarlo + seguimiento claro.

## BONUS: SI TE CUELGA O CORTA

**Envía por WhatsApp o SMS esta frase:**

“Gracias por contestar. Soy **[tu nombre]**, asesor de Assure For Life.

Solo quiero dejarte esta información que puede evitarle un dolor y un gasto a tu familia. Léelo cuando tengas 2 minutos. Te escribo después.”

**Siembra y sigue. El cliente ocupado no dice sí ahora, pero sí después... si sembraste bien.**

Aquí tienes los **cierres ideales y efectivos para el Tipo de Cliente 3: Apurado u Ocupado**, diseñados para **respetar su tiempo**, sembrar curiosidad y **cerrar con claridad sin presión**.

### 3.5. CIERRES EFECTIVOS PARA CLIENTES APURADOS U OCUPADOS

#### 3.5.1. Cierre express por WhatsApp

“¿Te mando el folleto por WhatsApp y te escribo mañana para que lo veas con calma?”

**Cierre simple. No interrumpes su día y te da una puerta de seguimiento.**



### 3.5.2. Cierre de micro cita

“¿Te parece si mañana te llamo 5 minutos exactos a esta hora?  
Prometido: solo 5”

**Les gusta porque controlan el tiempo. Ideal  
para profesionales o padres ocupados.**

### 3.5.3. Cierre por audio grabado

“Puedo mandarte un audio de 1 minuto con la explicación. Si te interesa después, te llamo. ¿Sí?”

**Funciona porque les da flexibilidad  
para escucharte cuando puedan.**

### 3.5.4. Cierre silencioso (cierre semilla)

“Solo piénsalo: una llamada puede resolverle un problema grande a tu familia. Te lo dejo por WhatsApp.”

**Lo dejas pensando sin pedir nada más.  
Ganas puntos por no presionar.**

### 3.5.5. Cierre de confirmación rápida

“Perfecto, te lo envío. ¿Y te parece bien que te escriba el viernes a esta misma hora para ver si lo revisaste?”

**Este acuerdo establece un seguimiento sin sonar invasivo.**

### **3.5.6. Cierre de cortesía con impacto**

“Gracias por tu tiempo, [nombre]. Ojalá nunca lo necesites, pero si llega ese día... sabrás que alguien te lo quiso prevenir.”

**Dejas una huella emocional elegante y poderosa.**

**Recuerda:** Con este tipo de cliente no necesitas un “sí” inmediato. Necesitas dejar una **semilla profesional, rápida y clara...** y luego regarla.



# Cliente Tipo 4: Frío o Desconectado emocionalmente.

Cómo despertar interés en personas que “no sienten nada”.

## ¿CÓMO RECONOCERLO?

- Te escucha con indiferencia.
- Responde con monosílabos: “Ajá”, “Bueno”, “No sé”.
- No muestra emociones ni objeciones claras.
- Te dice: “Eso no es para mí” o “Eso no me interesa ahora”.

Este tipo de cliente **no está diciendo “no” porque no le sirva**, sino porque **no se ha conectado emocionalmente**. Tu meta no es vender. **Tu meta es activar una emoción dormida.**

## OBJETIVO:

- Romper la indiferencia con preguntas que lo obliguen a mirar hacia adentro.
- Usar ejemplos que lo conecten.
- Transmitir emoción sin exagerar.





## 4.1. APERTURA CERCANA (más humana, menos estructurada)

“Hola **[nombre]**, soy **[tu nombre]**. Sé que este no es un tema del que uno quiera hablar, pero justo por eso es que es tan importante. ¿Puedo contarte en 30 segundos lo que estoy haciendo?”

**Las frases muy estructuradas no sirven.  
Este perfil necesita autenticidad.**

## 4.2. PREGUNTAS PARA TOCAR FIBRA

“¿Has pensado alguna vez qué pasaría si hoy faltaras tú o alguien que amas?”

“¿Conoces a alguien que haya pasado por una pérdida sin estar preparado?”

“¿Te tocó organizar algo así o vivirlo de cerca?”

**Si dice “no” a todo, cambia de enfoque:**

“¿Y si te tocara hacerlo tú, sabrías por dónde empezar?”

## 4.3. TESTIMONIO BREVE / HISTORIA REAL

“Yo no vendía esto... pero cuando vi a una familia que no sabía ni a qué funeraria llamar, entendí que nadie piensa en esto... hasta que pasa.”

**Aquí es donde el cliente puede dejar de verte  
como vendedor y empezar a escucharte.**

#### 4.4. PRESENTACIÓN SIMPLIFICADA

“Esto no es un seguro. Es una solución completa. Si pasa algo, solo hacen una llamada y se encargan de todo. Sin cobros extras. Sin angustia. Sin dejarle ese lío a la familia.”

**Las frases muy estructuradas no sirven.  
Este perfil necesita autenticidad.**

#### 4.5. CIERRE CONSCIENTE Y RESPETUOSO

“No se trata de venderte algo. Se trata de que sepas que esto existe. Si algún día lo necesitas, ya sabrás que alguien te lo quiso explicar.”

**Ideal si no reacciona. El silencio también siembra.**

Aquí tienes los **cierres más eficaces y estratégicos para el Tipo de Cliente 4: Frío o Desconectado emocionalmente.**

Estos clientes no reaccionan ni con lógica ni con presión. Reaccionan cuando **algo les hace clic emocional**, aunque sea en silencio. Tus cierres deben ser suaves, conscientes, reflexivos.

#### 4.6. CIERRES PARA CLIENTES FRÍOS O EMOCIONALMENTE DESCONECTADOS

#### 4.6.1. Cierre por consciencia silenciosa

“Tú me dijiste que esto no te interesa mucho... pero si algún día te toca, ojalá recuerdes esta llamada.”

**Siembra sin vender. Impacta con respeto.**

#### 4.6.2. Cierre con experiencia ajena

“Yo solo quiero que tengas la información, porque nadie espera vivir una pérdida... hasta que la vive. Y ahí es donde esto cambia todo.”

**Funciona porque les da flexibilidad  
para escucharte cuando puedan.**

#### 4.6.3. Cierre con distancia emocional

“Esto no es para ti si no lo quieres. Pero quizás para tu mamá, para tu pareja o para alguien que sí lo necesita. ¿Te gustaría que te mande la info y tú decides?”

**Elimina presión. Da una salida útil.**

#### 4.6.4. Cierre de legado

“Esto no es para cuando te mueras. Es para dejar claro que tú pensaste en los que se quedan. ¿Quieres que eso sea parte de lo que dejas?”



**Muy poderoso. Apela al recuerdo que quiere dejar, no a su presente.**

#### **4.6.5. Cierre sin expectativa**

“Gracias por atender. Solo quería mostrarte que hay una forma digna, humana y simple de evitar un problema a tu familia. No todos lo ven a tiempo.”

**A veces, el cierre más fuerte es el que no pide nada. Solo deja huella.**

### **BONUS**

**Si al final te dice “Mándame la info”, responde:**

“Perfecto. ¿Prefieres por WhatsApp o correo? Te lo dejo ahí y luego me dices si en algún momento tiene sentido para ti.”



# Cliente Tipo 5: Emocional o Muy Sensible.

Cómo acompañar, tocar el corazón y cerrar con humanidad.

---

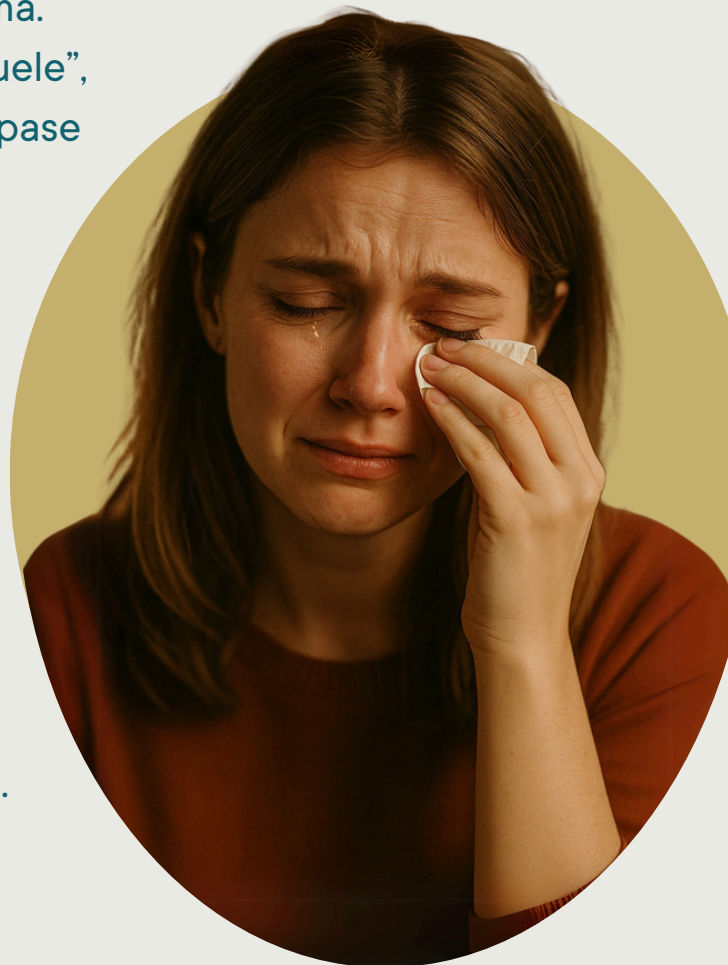
## ¿CÓMO RECONOCERLO?

- Habla de su familia con emoción o preocupación.
- Ha vivido una pérdida reciente o cercana.
- Lloro o se quiebra al hablar del tema.
- Dice frases como: “Ese tema me duele”, “Eso me toca”, “No quiero que me pase como a mi mamá...”.

Este tipo de cliente no necesita presión, **necesita empatía**. Está emocionalmente abierto, pero vulnerable.

## OBJETIVO:

- Escuchar más de lo que hablas
- Validar sus emociones con respeto.
- Presentar la membresía como un acto de amor, no una compra



## 5.1 CONECTA DESDE LO HUMANO (no desde el guion)

“Gracias por compartir eso. Y siento mucho que hayas pasado por algo así... Entiendo que hablar de esto puede ser difícil.”

**Este cliente necesita sentirse comprendido, no vendido.**

## 5.2. PREGUNTAS QUE PROFUNDIZAN CON CALMA

“¿Cómo fue ese momento para ustedes?”

“¿Qué fue lo más duro en esa situación?”

“¿Si hubieran tenido ayuda, qué habría cambiado?”

**Permítele recordar. Él mismo se convencerá de la necesidad.**

## 5.3. PRESENTA COMO UN ACTO DE PROTECCIÓN

“Justo por lo que viviste, esto tiene aún más sentido. Esta membresía no da dinero. Da organización, ayuda, presencia. Evita que tus hijos o tu pareja vivan lo mismo que tú.”

## 5.4. VALIDA SU INSTINTO

“Tú ya sabes que esto es importante. No necesitas que te convenza. Solo quiero ayudarte a dejarlo resuelto, para que tu familia no cargue con eso.”

**Esto le devuelve el control. Siente que decide, no que lo presionan.**

## **5.5. CIERRE SUAVE CON ACTO DE AMOR**

“Esto es algo que se deja en vida, pero se siente después. ¿Te parece que lo hagamos ahora y dejas eso listo hoy mismo?”

**Este cliente necesita sentirse comprendido, no vendido.**

## **5.6. CIERRES PARA CLIENTES EMOCIONALES O MUY SENSIBLES**

Perfecto para cerrar con emoción, claridad y cero presión.

### **5.6.1. Cierre con validación emocional**

“Tú sabes lo que es pasar por eso. Nadie más tiene que vivir lo mismo si tú lo puedes evitar.”

**Le das sentido a su historia. Conecta desde la experiencia.**

### **5.6.2. Cierre con homenaje en vida**

“Esto que estás haciendo es un acto de amor silencioso. Y eso es lo que los tuyos van a recordar de ti.”

**Este cierre no vende, honra.**



### 5.6.3. Cierre con liberación emocional

“Ya lo viviste. Ya sufriste eso. Ahora puedes quedarte tranquilo sabiendo que no volverá a pasar igual.”

**Le da paz. Lo ayuda a sanar desde una decisión práctica.**

### 5.6.4. Cierre desde el ejemplo

“Muchos como tú tomaron esta decisión para que sus hijos, su pareja o sus padres no pasaran por lo mismo. Tú también puedes hacer eso hoy.”

**Lo sientes parte de algo más grande. No está solo.**

### 5.6.5. Cierre con acto de responsabilidad amorosa

“No se trata de ti. Se trata de los que te aman. Y esto les va a hablar por ti, cuando tú ya no puedas hacerlo.”

**Este es uno de los cierres más fuertes en ventas de servicios familiares.**

### IMPORTANTE:

- Con este perfil, el silencio y la pausa valen oro.
- Después de decir una de estas frases, no interrumpas.
- Solo espera... deja que su corazón hable.

# RESUMEN DE LOS TIPOS DE CLIENTES



Tipo de Cliente	Enfoque Clave	Cierre Ideal
1. Abierto y receptivo.	Conexión directa + cierre rápido.	¿Prefieres iniciar solo contigo o incluir a tu familia también?
2. Desconfiado o cerrado.	Crear confianza y sembrar seguimiento	¿Te parece si te mando info y lo vemos con calma luego?
3. Apurado u ocupado.	Respetar su tiempo y sembrar curiosidad	¿Te mando el folleto y te escribo mañana 5 min?
4. Frío o desconectado emocionalmente.	Tocar conciencia con respeto.	Solo recuerda que esto puede evitarle un problema a tu familia.
5. Emocional o muy sensible.	Escuchar, validar y cerrar con amor.	Esto es un acto de amor silencioso. ¿Lo dejamos listo hoy?