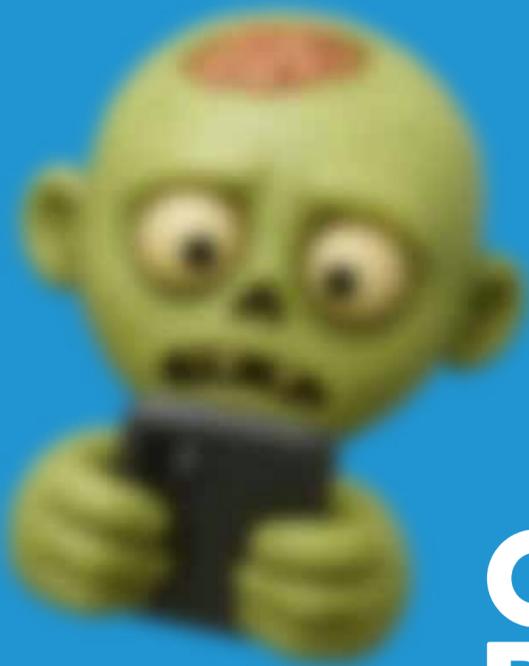


# Framework LevantaMuertos en WhatsApp®

Guía práctica paso a paso para reactivar prospectos que dejaron de contestar



**GALLO  
REYNA**  
PROSPECCIÓN ONLINE



# INTRODUCCIÓN

Muchos prospectos piden información, reciben una cotización y luego desaparecen. Este curso está diseñado como un ***workbook práctico***, con pasos simples y ejemplos claros.

El objetivo es que en **7, 14 o 21 días logres reavivar conversaciones frías**, convertir silencio en diálogo y finalmente en ventas.



# PASO 1

## IDENTIFICA POR QUÉ MUEREN LAS CONVERSACIONES

### **Ejemplo:**

Un cliente te pidió precio de un seguro, se lo diste y nunca volvió. El error común es creer que fue el precio. En realidad, pudo ser falta de urgencia, desconfianza o simple distracción.

### **Ejercicio:**

Haz una lista de 5 prospectos que dejaron de contestar. Al lado escribe:

*¿Pedían solo precio?*

*¿Parecían distraídos?*

*¿Se notaban interesados antes?*

Esto te mostrará patrones comunes en tu sector.

# PASO 2

## REDEFINE TU PRIMER MENSAJE DE REACTIVACIÓN

### **Ejemplo:**

En vez de:

“Hola, ¿vas a comprar?”

Usa:

“Hola Juan, ¿te parece si te comparto 3 formas en que este producto puede ayudarte a ahorrar tiempo?”

### **Ejercicio:**

Redacta 3 mensajes de reactivación que:

- No presionen.
- Ofrezcan valor inmediato.
- Terminen con una pregunta abierta.

# PASO 3

## PERSONALIZA CON INFORMACIÓN DEL PROSPECTO

### Ejemplo:

Si el prospecto tiene una florería:

*“Marta, vi que en tu negocio de flores los fines de semana son muy movidos. Nuestro sistema puede ahorrarte 2 horas diarias en pedidos.”*

### Ejercicio:

Elige 3 prospectos y escribe un mensaje con:

- Su nombre.
- Un detalle personal o de negocio.
- Una propuesta de valor específica.

# PASO 4

## MANEJO DE OBJECIONES

### Ejemplo:

Objeción: “Está caro.”

Respuesta: “Lo entiendo, ¿te gustaría que te muestre cómo otros clientes recuperan la inversión en menos de 3 meses?”

### Tabla práctica de objeciones y respuestas

Objeción común	Cómo responder con empatía y valor
“No tengo dinero”	“Entiendo, ¿te interesa que te muestre opciones de pago que usan otros clientes?”
“No es buen momento”	“Comprendo, ¿te parece si te comparto cómo otros lo implementaron en etapas para hacerlo más sencillo?”
“Está caro”	“Lo entiendo, ¿te gustaría ver un cálculo de ahorro a 6 meses?”
“Mándame info”	“Claro, te la mando. ¿Quieres que te resuma en 3 bullets lo más importante?”

### Ejercicio:

Escribe 5 objeciones típicas de tu negocio. Luego redacta una respuesta tipo “empatía + propuesta + pregunta” para cada una.

# PASO 5

## USO DE AUTOMATIZACIÓN BÁSICA CON MANYCHAT

### **Ejemplo:**

Configuras un flujo en ManyChat para que, cuando alguien no responde en 48 horas, reciba:

1. Recordatorio suave.
2. Mensaje con beneficio adicional.
3. Testimonio breve de cliente

### **Ejercicio:**

Diseña un mini flujo con 3 mensajes que enviarías en automático a un prospecto inactivo. Hazlo en papel o directamente en ManyChat.

# PASO 6

## SECUENCIA DE SEGUIMIENTO (7, 14 Y 21 DÍAS)

### **Ejemplo de cronograma de 7 días:**

Día 1: Mensaje con propuesta de valor.

Día 3: Caso de éxito breve.

Día 5: Testimonio de cliente.

Día 7: Pregunta de cierre: “¿Quieres que te muestre cómo aplicarlo a tu caso?”

### **Ejercicio:**

Elige un prospecto real e implementa la secuencia de 7 días. Anota cada día la reacción.

*(En el apéndice incluimos la secuencia de 14 y 21 días completas).*

# PASO 7

## CIERRES EFECTIVOS

### **Ejemplo:**

En lugar de: “¿Entonces compras o no?”

**Usa:** “¿Quieres que agendemos una llamada de 10 minutos para ver si esto encaja en tu negocio?”

### **Ejercicio:**

Redacta 3 frases de cierre que:

- Sean breves.
- Se enfoquen en decisión, no en presión.
- Den al prospecto una salida digna (sí o no).



# APÉNDICE

## SECUENCIAS COMPLETAS

### Versión 14 días

Día 1: Mensaje de valor.

Día 3: Enlace a recurso gratuito.

Día 5: Testimonio en video.

Día 7: Pregunta abierta.

Día 10: Oferta limitada.

Día 14: Cierre suave.

### Versión 21 días

Incluye todo lo anterior +

Día 17: Comparativa con la competencia.

Día 19: Pregunta de objeción directa (“¿Qué te detiene de decidir hoy?”).

Día 21: Mensaje de despedida + oferta final.

# FUENTES Y REFERENCIAS

- Cialdini, R. (2006). Influence: The Psychology of Persuasion.
- Kahneman, D. (2011). Thinking, Fast and Slow.
- Carnegie, D. (1990). How to Win Friends & Influence People.
- HubSpot Sales Blog.
- Harvard Business Review: Artículos sobre ventas y objeciones.
- Datos de WhatsApp Business API (Meta Developers).

## CONCLUSIÓN

Este **workbook** está diseñado para ser **autoestudiable**. Si completas todos los ejercicios, tendrás no solo teoría, sino mensajes y secuencias listas para aplicar con tus prospectos desde mañana.

Contáctanos

Presiona aquí



# GALLO REYNA

PROSPECCIÓN ONLINE



**Gallo Reyna®** es una agencia de marketing digital con más de 20 años de experiencia en estrategias de comunicación, publicidad y generación de prospectos. Su enfoque combina creatividad, análisis de datos y ejecución impecable para diseñar soluciones que generan resultados medibles en ventas y posicionamiento.

## **La agencia ofrece servicios integrales que incluyen:**

- Estrategias y campañas en Google Ads y Meta Ads.
- Desarrollo de páginas web y sistemas digitales.
- Gestión de redes sociales con enfoque en contenido estratégico.
- Posicionamiento SEO y optimización de conversiones.

Con un equipo multidisciplinario de más de 20 especialistas, **Gallo Reyna®** se distingue por aplicar el Método Gallo Reyna®, un modelo propio que asegura consistencia en resultados, escalabilidad y procesos sistematizados. La firma ha trabajado con marcas de diferentes industrias —desde inmobiliarias y salud hasta retail y política— consolidándose como un referente en la generación de tráfico, autoridad digital y ventas tanto a volumen como en alto ticket.

# RAFAEL REYNA



**Rafael Reyna Rosas** es fundador y director general de **Gallo Reyna®**. Licenciado en Administración de Empresas, cuenta con una Maestría en Marketing Online y Marketing Electrónico por la Universidad de Barcelona, así como diplomados en Finanzas y en Marketing Político en el ITAM. Además, está certificado en Google Ads.

Con más de dos décadas de trayectoria en marketing digital, Rafael ha desarrollado proyectos de consultoría, ejecución y supervisión de estrategias para marcas nacionales e internacionales.

Su visión empresarial combina innovación, sistematización y escalabilidad, lo que le ha permitido impulsar a **Gallo Reyna®** como una agencia referente en generación de prospectos y estrategias digitales de alto impacto.

Su liderazgo se caracteriza por la obsesión con la distribución y la búsqueda constante de elevar el valor percibido de las marcas con las que colabora.

