

*Ofrece tus Servicios a
Otras Empresas en
Amazon y Gana Pasta
Cada Mes*

**GROWTH
PARTNER**

Mira este vídeo antes que nada. Haz clic en el enlace.

AMAAZCANGGL.COM

Hola Hola! 🙌

Quiero empezar con una historia que te va a molar y puede que te sientas identificado:

Lo primero de todo, hace más de 3 años que empecé en este mundo de Amazon.

Sí, me formé lo mejor que pude y creé mi marca privada en el nicho del hogar, con la que sigo a día de hoy.

Me ha pasado de todo.

Y te aseguro que no he sido el ejemplo que suelen poner en redes todos los supuestos gurús de generar un beneficio (no facturación) de 5.000€ al mes en menos de 1 año...

Y menos aún si no tienes más de 3.000€ para invertir de primeras como fue en mi caso.

Que no te cuenten tonterías.

Y aunque los generara (actualmente estoy en más de 130.000€ al año de facturación), seguro que la gran mayoría irían para reinvertir en el negocio, con lo que al bolsillo llega poco o nada...

Y menos aún si compartes la marca con un socio al 50%.

* Ojo, una vez que consigues crecer, abres catálogo, países, etc. puedes vivir de puta madre, pero lo normal es que los primeros años estés jodid@.

Es por eso que cada vez más pensaba: <<Joder, me encanta esto de Amazon pero todavía no consigo vivir de ello con mi marca. ¿Y si ayudo a otras a crecer y me llevo una parte?>>

Planteando todo por mi cuenta, un poco a lo loco y con el conocimiento de 4 años vendiendo, decidí probar suerte contactando con otras empresas, a ver si alguna le interesaba.

Todavía no era consciente de la cantidad de empresas que hay en Amazon haciendo pasta y con gran margen de mejora...

Empecé sin tener ni idea de cómo contactar, llevar una conversación, etc. pero poco a poco fui perfeccionando y a día de hoy puedo decir con orgullo que me he asociado con unas cuantas empresas (y las que quedan).

No es fácil, pero tampoco imposible, ni mucho menos. Si yo he podido, ¿por qué no tú? Esto te lo tienes que plantear siempre.

Pues así es como nace esta idea para que tú también puedas dedicarte a llevar cuentas de Amazon y ganarte bastante bien la vida con ello.

Soy de ir mucho al grano y explicar los conceptos de manera sencilla.

Aplicando lo que te comento, y sobre todo si eres constante, puedes comenzar a ganar dinero cada mes ofreciendo tus servicios a otras empresas.

Repito, lo más importante es la constancia.

En esta guía te llevo desde lo que puedes ofrecer al mercado, hasta cómo cerrar ventas y proyectar una imagen profesional como dios manda.

Y ahora a lo importante → Vamos a darle caña!!!

1. ¿Qué Servicios Ofrecer? 🤔

Lo primero que debes preguntarte es:

¿Qué puedo ofrecer yo a otras empresas? ¿Qué me gusta? ¿En qué soy bueno?

Aquí tienes algunas ideas de servicios que suelen ofrecerse y el que en mi opinión es el más potente (es el que aplico y te explico por qué):

1. Diseño 🎨

El diseño es crucial en Amazon. Cualquier listing debe buscar el vender solamente con las imágenes y vídeo.

Rediseñar un listing (página de producto) puede multiplicar literalmente los resultados de cualquier marca de la noche a la mañana.

Todos vamos a toda leche en el día a día, por lo que tener un listing adaptado a este sesgo es algo fundamental si queremos convencer a alguien de que compre el producto. Ofrecer servicios de diseño puede incluir:

- Creación de todas las imágenes del listing (principal, secundarias, etc.)
- Diseño de contenido A+
- Videos promocionales

Te dejo un listing (y marca) en mi opinión TOP para este ejemplo. [Haz clic aquí.](#)

Nota: si ya te dedicas al mundo del diseño, te va a resultar mucho más fácil ofrecer este servicio.

Si no te dedicas a ello, siempre puedes subcontratar a otras personas (en plataformas como Fiverr y Upwork) para que hagan el trabajo técnico por ti.

Aún así, el trabajo de pensar en la mejor estrategia de fotos y guiar al cliente de qué se debería hacer, depende de ti.

El objetivo es que sean imágenes profesionales, de alta calidad y que llamen la atención para lograr que hagan clic y después compren.

Son muchísimas las empresas que tienen la necesidad de mejorar sus listings, así que ya sabes.

Si es tu pasión, puedes hacerte muy, pero que muy fuerte aquí.

2. Gestión de Cuenta Completa ⁷⁰⁰

Muchas empresas necesitan ayuda con la gestión diaria de sus cuentas de Amazon. Es decir, necesitan a alguien que lleve su cuenta como si fueran ellos mismos. Esto puede incluir:

- Gestión de inventario (planificación de unidades disponibles para la venta, previsión de stock, etc.)
- Optimización de listings (páginas de producto): mejorar lo que ya tienen (título, bullet points, imágenes, videos, etc.)
- Monitoreo de rendimiento y ventas: ejecutar informes para hacer seguimiento de la situación actual y posibles vías de mejora.
- Atención al cliente: gestión de incidencias propias de amazon, responder a clientes, etc.
- Gestión de PPC: llevar a cabo la publicidad dentro de la plataforma (lo explico en el siguiente punto).

Y bastante más...

Nota: este servicio puede resultar muy intenso y llevarte mucho tiempo diario, además de requerir de conocimiento previo sobre venta en Amazon, pero se paga mejor que encargarte de algo en concreto (como veremos a continuación).

Es decir, si logras negociar un buen presupuesto (fijo + variable), con 2 clientes podría darte de sobra para un buen beneficio mensual, incluso con uno si lo negocias bien.

3. Publicidad / PPC (Pay-Per-Click)

Este es el que aplico yo y donde veo mayor potencial. Te cuento:

La mayoría de las empresas no tienen ni idea de cómo ejecutar campañas de publicidad correctamente, lo que afecta a su posicionamiento en las búsquedas (aparecen más abajo en los resultados de búsqueda) y a sus ventas (no venden todo lo que podrían).

Este servicio incluye:

- Análisis de palabras clave relevantes a cada producto
- Creación de distintas campañas según el objetivo
- Seguimiento semanal y mensual de las campañas creadas. Hay que hacer los ajustes necesarios en base a los resultados
- Generar informes de analítica para entender bien las métricas y tomar decisiones sobre ello

Nota: es quizás la vía que más rápido genera resultados. Es decir, si se hacen las campañas adecuadas y un estudio de palabras clave correcto, se puede aumentar la facturación en gran medida en cuestión de días/semanas.

Peeeero, si a la publicidad no le acompaña un buen producto, no servirá de mucho...

Es decir, vender se venderá más, pero lo más seguro es que cueste ser rentable.

Por ello, a parte de ejecutar las campañas, aportarás más valor al posible cliente si entras a recomendar mejoras en sus productos (qué puede mejorar para vender más), lo que te hará ganar en autoridad y será más fácil cerrar la venta.

Además, una vez se le coge el “truco”, la gestión semanal es más fácil de llevar y no nos lleva tanto tiempo como en el servicio de gestionar la cuenta entera.

Ser un especialista en publicidad no es difícil pero debes formarte bien para sacarle el máximo potencial.

4. Estrategia de Expansión Internacional

Ayuda a las empresas a expandir sus ventas a otros países europeos o transfronterizos. Este servicio puede incluir:

- Investigación de mercado
- Optimización de listings para diferentes mercados
- Gestión logística y aduanera

Por si no lo sabes, Amazon tiene un programa llamado “PanEuropeo” en el que permite vender en las tiendas de toda Europa y apareciendo con el logo de “Prime”. Los mercados más fuertes suelen ser: Alemania, Francia, España e Italia.

Nota: es muy interesante lograr expandirse por otros países, ya que las ventas se multiplican y eso significa más € para nosotros.

Además, este servicio/oportunidad es paralelo al resto. Por ejemplo, la publicidad es igualmente necesaria de hacer en el mercado español como en Alemania o Francia.

[Bonus: En este enlace te dejo un vídeo resumen con mi visión sobre este primer bloque de servicios](#)

****Muy importante (antes de avanzar):** Si aún no sois autónomos, os recomiendo que lo hagáis lo antes posible. Como en cualquier servicio profesional, debemos generar facturas a los clientes, contratos de colaboración, etc. por lo que es necesario tributar lo correspondiente.

Aunque no es un trámite para nada difícil, consulta con un asesor fiscal para que pueda ayudarte y guiarte con todo lo que se necesita.

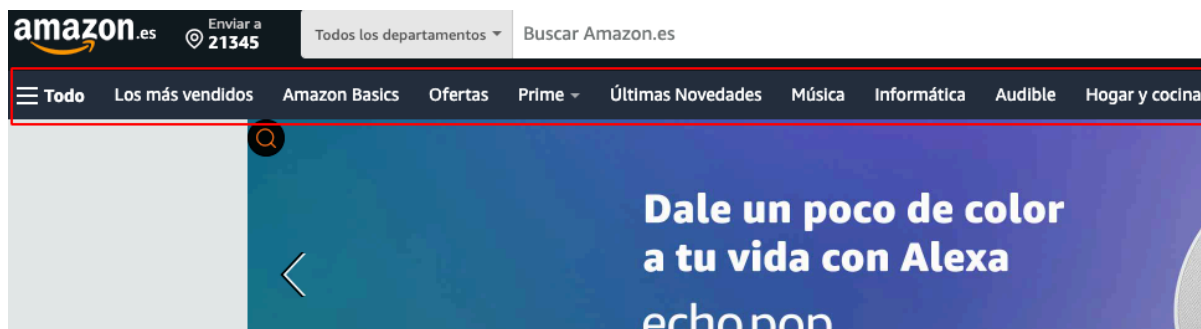
2. Encuentra a Empresas 🔍

Una vez que elegimos la forma de trabajo, es hora de buscar a potenciales empresas para contarles cómo vamos a ayudarles a aumentar sus ventas, que al fin de cuentas es lo que quiere todo el mundo.

Lo he dividido en parte gratuita y de pago.

Método Gratuito

Paso 1: Entra directamente en amazon.es. Debajo de la lupa de búsqueda hay distintas opciones de nichos y si pinchas en la opción de “Todo” se abre un desplegable con la totalidad de los nichos. Es cuestión de ir buceando y viendo distintas opciones:



Paso 2: Cuando selecciones un nicho, subnicho, o busques directamente algo en particular, verás la página de resultados.

Te recomiendo que vayas a por esas opciones que no tengan miles de reseñas, ya que o bien los vende Amazon y no podemos contactar a la empresa o son multinacionales y va a ser casi imposible. Te dejo un ejemplo de un producto interesante:

				
<p>FunCakes Preparado para Crema Pastelera, Fácil de Usar, Deliciosa Crema Pastelera para Rellenar Tarta...</p> <p>Vainilla</p> <p>★★★★☆ ~ 46</p> <p>7²⁰ € (14,40€/kg) 6,48 € con el descuento de Compra recurrente</p>	<p>Más vendido</p> <p>FunCakes Preparado Crema de Mantequilla: Fácil de Usar, Cremosa, Perfecta para la Decoración de...</p> <p>Vainilla</p> <p>★★★★☆ ~ 561</p> <p>50+ comprados el mes pasado</p> <p>12⁸⁰ € (12,80€/kg) 11,52 € con el descuento de Compra</p>	<p>FunCakes FunCakes Mix for Enchanted Cream 4kg 4000 g Cream</p> <p>★★★★☆ ~ 11</p> <p>Ver opciones</p> <p>Ofertas destacadas no disponibles</p> <p>58,75 € (1 nueva oferta)</p>	<p>FunCakes Preparado Crema Blanca Encantada, Muy Ligera y Esponjosa, Perfecta para Rellenar y Cubrir...</p> <p>Vainilla</p> <p>★★★★☆ ~ 594</p> <p>100+ comprados el mes pasado</p> <p>14³⁵ € (15,94€/kg) 12,92 € con el descuento de Compra</p>	<p>Bulk Batido puro de proteína de suero de leche en polvo, manzana desmenuzada y crema pastelera, 2,...</p> <p>★★★★☆ ~ 7</p> <p>52²⁸ € (2,09€/100 g)</p> <p>prime</p> <p>Entrega GRATIS el sáb, 18 de may</p> <p>Entrega más rápida mañana, 16 de may</p>

Una buena práctica es que te centres en productos con menos de 1.000 reseñas, son empresas más accesibles cuando estás empezando. Este como vemos sólo tiene 7.

Otra forma gratuita para saber qué tipo de productos o nicho/sector buscar, es preguntando directamente a ChatGPT (versión gratis). Cuanto más detalle/contexto le des a la herramienta, mejores resultados te va a sacar. Un ejemplo de prompt (mensaje) sería:

"Hola ChatGPT, necesito tu ayuda para identificar potenciales nichos de mercado en Amazon que tengan oportunidades para colaborar con empresas españolas. Para esto, quiero que consideres los siguientes aspectos:

1. *Categoría del producto: Especifica al menos tres categorías de productos diferentes que tengan una demanda constante y en las que haya oportunidades para nichos específicos.*
2. *Oportunidades de nicho: Detalla posibles subnichos dentro de estas categorías que podrían ser explotados y que no estén altamente saturados.*
3. *Empresas españolas: Indica ejemplos de empresas españolas que podrían estar interesadas o ya están presentes en estos nichos.*
4. *Potencial de mercado: Proporciona una breve descripción del potencial de mercado de cada nicho, incluyendo la demanda y posibles tendencias de crecimiento.*

Por favor, proporciona ejemplos específicos y detallados para cada categoría y asegúrate de que las recomendaciones sean prácticas y accionables para

alguien que está empezando en el mundo de las ventas en Amazon y busca colaboraciones con empresas españolas. ¡Gracias!"

Método de Pago

Paso 1: Yo uso el software de Helium 10, por lo que no os puedo recomendar otro.

Este software es la llave al éxito para cualquier vendedor/gestor de amazon, ya que nos da la información real en cuanto a ventas, volúmenes de búsqueda, etc. de cualquier nicho.

Es como si quieres montar un bar y tuvieses una herramienta que te diera los números exactos de todos los bares de la zona para analizar rápidamente si tiene sentido el negocio.

En cuanto a los precios, podéis hacer un pago anual o mensual. Lógicamente si pagas de golpe el anual, sale mejor en total.

Existen 3 planes: el Starter (básico), Platinum (medio) y Diamond (avanzado).

Es una inversión (de primeras) OBLIGATORIA por varios motivos:

- Te permite ver los números de facturación actuales y pasados de cada marca (así ves si te merece la pena).
- Puedes ordenar por país de la empresa para tener todas las marcas españolas juntas y que sea más fácil identificarlas.
- Te permite ver el posicionamiento de cada palabra clave actual, lo que es indispensable para comentar en una primera llamada de contacto y después en la llamada de venta (sin esto no sabemos si realmente están mal posicionados).
- Puedes ver si ese mismo producto está en otros mercados europeos (lo que viene a ser un indicio de marca potencial).

Y muchas más cosas.

Y la buena noticia...

He conseguido que Helium 10 dé un descuento exclusivo a la comunidad para el plan Platinum o Diamond.

Hay 2 tipos de descuento: un **10%** para toda la vida o un **20%** durante los primeros 6 meses.

Sólo vale para cuentas de nueva creación, por lo que si ya tienes una y te quieres aprovechar de alguno de los descuentos, debes crear otra nueva.

Para empezar, os recomiendo el Platinum porque es más barato que el Diamond, tiene uso ilimitado de herramientas y todo lo que necesitas.

Básicamente, el precio normal son 99 dólares al mes. Con el 20% de descuento pagarías 80 dólares (unos 74€) durante los primeros 6 meses y con el 10% pagarías 90 dólares (unos 83€) cada mes.

** Truquito: para ahorrar el máximo, puedes usar el del 20% y el último mes crear otra cuenta nueva para volver a disfrutar del descuento, y así cada 6 meses... (esto no se lo digas a la gente de Helium 😊)*

[Haciendo clic en este enlace tienes acceso a los descuentos y a toda la info.](#)

Cuando os hacéis una cuenta en Helium, debéis descargar su extensión de Chrome. Así podéis analizar cualquier página de resultados en 2 clics.

Paso 2: Cuando hayas hecho una búsqueda cualquiera (en este ejemplo: “crema pastelera”) te saldrán todos los resultados de las distintas empresas que venden este tipo de producto.

Ahora es cuando debes hacer uso de la extensión y seleccionar la opción: “Xray – Amazon Product Research”. Os aparecerá lo siguiente:

Xray — Amazon Product Research for "crema pastelera"

Switch to New UI

Search volume: 372

TOTAL REVENUE
34.327 €AVERAGE REVENUE
1373 €AVERAGE PRICE
19 €AVERAGE BSR
43.593AVERAGE REVIEWS
730

Related Keywords

1

Rows Selected: 0 Run Cerebro Run Listing Analyzer Analyze Reviews Track Competitor

Filter Results (51/51)

#	Product Details	ASIN	Brand	Price	Sales	Sales Graph	Revenue	BSR	Seller Country/Region	Fees	Active Sellers #	Ratings	Review Count
1	L'Oréal Paris Revitalift Laser ...	B06XDS7J69	L'oreal Paris	13,19 €	11.510		151.816,90	6	AMZ	6,07 €	15	4,4	5265
2	L'Oréal Paris Dermo Expertis...	B094TYNC9T	L'Oréal Paris	11,40 €	3181		36.263,40	26	AMZ	5,29 €	9	4,5	1421
3	Pisti - Crema Spalmabile al Pi...	B0C606LB9S	Pisti	25,60 €	75		1920,00	3645	IT	9,40 €	1	4,5	30
4	Cohentbliss Jeringa de Pastel...	B09WV13B6Z	Cohentbliss	12,99 €	0		0,00	693.383	CN	5,81 €	1	4,0	6
5	26 Piezas Manga Pastelera R...	B0CN6619OX	AhLmA	9,29 €	4		37,16	84.449	ES	4,65 €	1	5,0	2
6	JasCherry 5 Piezas Boquillas ...	B09LGV17QP	JasCherry	7,98 €	12		95,76	138.589	CN	3,82 €	2	4,4	62
7	FunCakes Preparado para Crema ...	B08YGCZY1F	FunCakes	9,99 €	133		1328,67	2200	AMZ	6,46 €	1	4,6	141
8	FunCakes Preparado para Crema ...	B08YGD3D1T	FunCakes	6,48 €	58		375,84	7911	AMZ	3,80 €	1	4,5	46
9	Crema Pastelera en polvo Bolsa d...	B08X76ZLJ2	RAMON CUSI...	6,43 €	N/A	N/A	N/A	N/A	ES	N/A	1	4,7	60
10	Colorante alimentario 12*6ml, Col...	B07TVGNZLZ	HXDZFX	9,99 €	1240		12.387,60	364	CN	3,41 €	1	4,4	11.310
11	FunCakes Preparado Crema de M...	B08YGGW7C6	FunCakes	11,52 €	156		1797,12	880	AMZ	6,73 €	2	4,4	561
12	FunCakes Preparado para Bizcoc...	B08YGBSDMT	FunCakes	26,59 €	49		1302,91	4834	AMZ	12,27 €	2	4,6	535
13	FunCakes Preparado Crema Blan...	B08YGF9FXN	FunCakes	12,92 €	175		2261,00	1051	AMZ	6,97 €	4	4,6	594
14	FunCakes Merengue en Polvo: Pr...	B0995TBMB3	FunCakes	13,95 €	38		530,10	9201	ES	7,18 €	1	4,5	82
15	FunCakes Preparado Crema Enca...	B08YGHCTB5	FunCakes	7,65 €	143		1093,95	1191	AMZ	4,96 €	2	4,5	382

Como marco en rojo, podéis ordenar por esa columna de "Seller Country/Region" y abrir (clicando en el campo de "ASIN") cada una de las opciones que sean empresas españolas (marcadas como "ES"). De esta forma se ahorra mucho tiempo en encontrar a las empresas que realmente nos interesan por nuestro idioma.

También podéis hacer clic sobre la columna y se ordenarán los países alfabéticamente, por lo que estarán todos los "ES" juntos.

Nota: Las que aparecen como "AMZ" significa vendido por Amazon y son algo más complejas de contactar, os explico por qué más abajo.

[Bonus: En este vídeo os cuento más en detalle sobre Helium 10 y cómo lo uso con un ejemplo real.](#)

3. ¿En qué nos debemos fijar? 🤔

Una vez sabes las dos formas de encontrar a empresas dentro del infinito marketplace de Amazon, es hora de entender en qué debemos fijarnos para ver si realmente tienen margen de mejora o no.

Paso 1: Analizar qué empresas españolas son interesantes en base a su facturación:

Al final, en cualquier búsqueda ves los números de facturación mensuales de 1 sólo producto. Para saber cómo ver un total aproximado de lo que factura cada vendedor (con todos sus productos activos en Amazon), [te he dejado este vídeo para que lo entiendas mejor y sepas cómo decidir si te merece la pena \(te doy mi opinión\)](#).

Paso 2: Abre cada opción que te haya parecido interesante. Revisa el listing en detalle y analiza los puntos de mejora. Las preguntas que siempre me hago son:

- ¿Tiene una imagen principal atractiva? Objetivo: hacer una mejor
- ¿Tiene pocas reseñas y mal rating? Objetivo: conseguir más y aumentar rating
- ¿Tiene buenas imágenes secundarias y vídeo? Objetivo: potenciar listing
- ¿El texto de las imágenes y vídeo está en español? Objetivo: apelar al idioma de cada mercado
- ¿Tiene buen copy (título y bullet points)? Objetivo: posicionar más palabras clave y ser persuasivo con el texto para retener al usuario
- ¿Tiene un A+ (contenido de marca) trabajado? Objetivo: generar marca, confianza y autoridad
- ¿Venden en otros países a parte de España? En Helium se puede ver rápidamente. Si no lo usáis, tenéis que buscar el mismo ASIN en cada marketplace. Objetivo: duplicar las ventas al internacionalizarse

- ¿Tienen un buen posicionamiento? Objetivo: ganando posicionamiento se ganan ventas (este es uno de los puntos por los que mejor podemos entrar)
 - Esto sólo es posible de ver si tenéis Helium 10 instalado. Debéis usar la herramienta de “Cerebro” y filtrar desde el campo de “Ranking Orgánico” entre las posiciones 1 a 40 (primera página de resultados). Todo lo que esté posicionado por encima del Top 10 es susceptible a mejora.

[Aquí te dejo una demostración en vídeo para que entiendas mejor esto del posicionamiento y del resto de variables para trasladar a esas marcas.](#)

Haciéndome estas preguntas para el ejemplo anterior (batido de proteínas) vemos como el listing es un desastre. Te explico:



Bulk Batido puro de proteína de suero de leche en polvo, manzana desmenuzada y crema pastelera, 2,5 kg
 Marca: Bulk
 3,3 ★★★★★ 7 valoraciones | [Buscar en esta página](#)

52²⁸ € (2,09€ /100 g)

Los precios de los productos vendidos en Amazon incluyen el IVA. Dependiendo de tu dirección de entrega, el IVA puede variar al finalizar la compra. Para obtener más información, haz clic [aquí](#).

Financia tus compras en 4 cuotas en 90 días con Cofidis a partir de 75€. [Ver detalles](#)

Peso del producto 2,5 Kilogramos
Recuento de unidades 2500.0 gramo
Dimensiones del producto: largo x ancho x alto 31,5 x 10 x 44 centímetros

[Informar de un problema con este producto](#)

Scitec Nutrition BCAA Xpress, Sin Azúcar, Gluten y Lactosa, ...
 ★★★★★ 792
Oferta fugaz
 16⁰³ €

Patrocinado ©

Básicamente, fallan en todas las preguntas anteriores (mala imagen principal – aunque el diseño del resto no están mal, texto de las fotos en francés en vez de español, sin vídeo, título corto y no tiene bullet points, en fin...).

💡 El listing perfecto para encontrar no es el que falla en todas las preguntas, si no el que falla en alguna que somos capaces de identificar y comunicar a la empresa cómo lo podría solucionar.

Paso 3: una vez hemos visto donde fallan, es hora de contactar con la empresa para presentarnos y hacérselo ver. La forma de ver sus datos (si es que los han hecho públicos en amazon) es:

- Debajo de los botones de “Añadir a la cesta” y “Comprar ya”, tenemos que fijarnos y hacer click en el nombre a continuación de “Vendido por”:

4,5 ★★★★★ 30 valoraciones | [Buscar en esta página](#)

Opción Amazon

50+ comprados el mes pasado

25⁶⁰ € (25,60€ / kg)

Los precios de los productos vendidos en Amazon incluyen el IVA. Dependiendo de tu dirección de entrega, el IVA puede variar al finalizar la compra. Para obtener más información, haz clic [aquí](#).

Marca Pisti

Peso del producto 1 Kilogramos

Número de piezas 1

Recuento de unidades 1000.0 gramo

Acerca de este producto

- 100% natural
- Producto original
- Duradero
- Alta calidad
- Pistaquillo

Compra única **25⁶⁰ €** (25,60€ / kg)

Entrega GRATIS el **jueves, 23 de mayo** en pedidos enviados por Amazon de más de 35€. Haz el pedido en **23 horas 29 mins**. [Ver detalles](#)

📍 Enviar a 21345

En stock

Cantidad: 1

Añadir a la cesta

Comprar ya

Envío desde Amazon

Vendido por **Pisti**

Devoluciones [Ver política de devoluciones](#)

Pago [Transacción segura](#)

Nota: si lo vende directamente Amazon, no vamos a tener opción de hacer clic (esto es lo que os decía para los resultados de “AMZ” en Helium 10). En este caso habría que buscar a la marca por fuera o buscando su nombre en la lupa de Amazon y ver si tienen algún otro producto que lo vendan con su propia marca y así contactarles (seguir el proceso de arriba).

- En la pantalla que aparece a continuación, debemos bajar hasta la zona de “Información detallada sobre el vendedor”. Ahí vamos a ver los datos públicos de esa empresa:

Información detallada sobre el vendedor

Vendedor comercial

Nombre de empresa: Antichi Sapori dell'Etna S.r.l. a Socio Unico

Tipo de empresa: Empresa privada

Número de registro mercantil: 02528490838

Número de IVA: IT02528490838

Número de teléfono: 095693028

Correo electrónico: digital@pisti.it

Dirección empresarial:

V.le J Kennedy

Zona Artigianale Lotto 12/13

Bronte

Catania

95034

IT

En este ejemplo vemos como la empresa es italiana y tenemos tanto su teléfono como email. En estos casos (no son empresas españolas), la mejor opción es enviarles un email en inglés.

Nota: Al principio (con vuestros primeros clientes) os recomiendo siempre empezar con empresas españolas (a no ser que seas de otro país). Compartir el mismo idioma es muy importante para un primer contacto.

Si aún así quieres contactar también en inglés, dale caña!!!

Si fuera española y se mostrara su teléfono, mi recomendación es que llaméis directamente. Sé que da bastante palo llamar en frío a un número random, pero pensarlo: ¿Qué perdéis? De esa forma también generamos confianza desde el principio.

Lógicamente, antes de llamarles tenéis que ir preparados con lo que le queréis contar en base a lo que hayáis visto que fallan (ir al Paso 2 de este bloque).

Nota 2: muchas veces os vais a encontrar que no viene nada de info. En ese caso, lo que os recomiendo es que busquéis la marca o empresa directamente por google y así conseguir un teléfono o mail en su web o redes sociales.

[Aquí tienes un vídeo donde explico un ejemplo real y de cómo buscar por fuera de Amazon.](#)

4. Contacta Correctamente +

Una vez tienes claro lo que le vas a contar a la empresa en cuestión, es hora de ejecutar. Aquí te dejo mis recomendaciones en función del canal por el que te comuniques:

1. Teléfono

La forma más efectiva bajo mi experiencia. Si logras convencerles en ese momento, es más fácil cerrar una segunda llamada de venta.

Yo siempre me presento al principio y les digo que el motivo de mi llamada es por una oportunidad de negocio que he visto con sus productos en Amazon. A continuación les pregunto si lo puedo hablar con él/ella o si me pueden dar el contacto necesario (preferiblemente nº teléfono, pero muchas veces dan el mail).

Hago esto porque algunas veces la persona que te atiende por teléfono no es la persona que toma las decisiones, por lo que acortas ese tiempo “inútil” hasta saber cuál es el contacto necesario para esa empresa.

En caso de que sea la persona correcta, debemos explicarles cómo les hemos encontrado por Amazon (suelo empezar con una historia tipo: *“Estaba buscando XXX y me he topado con vuestros productos. Resulta que yo también vendo por Amazon (si no vendéis les podéis decir que sois especialistas en Amazon y que os dedicáis a ayudar a otros a vender más) y he visto varias cosas que creo podéis mejorar”*, etc.).

El objetivo en toda comunicación es ser natural, transmitir confianza y hacerles ver que sabemos de lo que hablamos. Lo que buscamos es cerrar una llamada posterior de venta (por google meets, Zoom etc.) para explicar mejor cómo les podemos ayudar y sobre todo, ponerse cara.

Nota: Si nos dan el sí para una videollamada, debemos generar el enlace por ejemplo con Google Meets (totalmente gratis) y enviarles la invitación por correo. Así que asegúrate de pedir su correo antes de colgar. Otra opción es enviar tu agenda por softwares como Calendly o Tidycal.

[Bonus: en este vídeo te cuento más sobre las llamadas.](#)

2. Email

Envía un email detallando cómo puedes ayudarles y sugiriendo una llamada para discutir más detalles.

Al no poder desenvolverte como en el teléfono, el objetivo es ser lo más persuasivo posible con el texto del mail para captar la atención de la persona que lee el correo y que se quede leyendo hasta el final.

Yo siempre intento ser lo más breve posible e ir a los puntos de mejora que he identificado para que los entiendan. Dando un poco de detalle de cómo podrían mejorar, logramos darles valor de primeras y eso siempre ayuda.

Al igual que con el teléfono, la idea es cerrar el mensaje con una llamada a la acción para cerrar una llamada de venta.

Si realmente están interesados te van a responder, por lo que mi forma de cerrar estos correos suele ser tipo: "Si estáis interesados en que os lo explique con más detalle y así ponernos cara, respondedme a este mail con vuestra disponibilidad y así os dejo enviada la convocatoria".

Bonus 2: aquí os dejo una plantilla de email que yo personalmente he usado (las voy cambiando/mejorando en el tiempo):

Asunto: *Os Ayudo a Aumentar vuestras Ventas en Amazon*

Cuerpo: *Hola equipo XXX (nombre de la marca)!*

Mi nombre es Emilio, ¡encantado de saludaros!

Os cuento súper rápido:

Estaba buscando en Amazon productos de ácido hialurónico (el producto/nicho que estéis analizando) y he caído en vuestra marca.

He estado analizando y creo que tenéis mucho potencial para duplicar las ventas actuales y en general vuestro catálogo en el nicho.

Llevo más de 4 años vendiendo con mi marca en Amazon (si no vendéis podéis omitirlo o adaptar el discurso). Soy especialista en Conversión y Publicidad dentro de la plataforma y creo firmemente que os puedo ayudar a saltar de nivel.

Si os interesa podemos agendar una llamada corta y nos ponemos cara :)

Que tengáis un gran día,

Emilio

Nota: os aviso desde ya que lo más normal es que NO os contesten a los mails. Por eso recomiendo siempre probar la llamada antes como sea.

Aún así, cuantos más emails envíes, más posibilidad de que a alguno conteste. La paciencia y constancia es la clave al éxito (para TODO).

[Bonus: en este vídeo te cuento una estrategia para aumentar X10 tus respuestas a los emails en frío con un ejemplo real](#)

3. LinkedIn

Conecta con los dueños de negocios o gerentes de e-commerce y envíales un mensaje personalizado.

Aquí es interesante que antes de contactar con nadie, tengas tu perfil optimizado para que si entran a cotillear, puedas transmitir algo de confianza. Aquí te muestro el mío para que veas a lo que me refiero:



Emilio Bordona Fernández [Verificar](#)

Ayudo a Marcas Escalar en Amazon | Especialista en PPC y Conversión | Vendedor FBA y FBM

Madrid y alrededores · [Información de contacto](#)

[Más de 500 contactos](#)

BCSM BCSM Business Consult School of Management

Una vez contactes con ellos, la idea es generar una conversación natural antes de pedir cualquier llamada. Un par de mensajes interesándose sobre su negocio es muy buena estrategia antes de contarles cómo les podrías ayudar (mismo proceso que ya hemos visto).

[Bonus 3: en este vídeo cuento un poco más sobre LinkedIn.](#)

5. Qué Hacer en la Llamada de Venta 🙌

Una vez conoces las distintas formas de contactar a las empresas en frío y has conseguido cerrar una segunda llamada, es hora de darlo todo para estar un paso más cerca de cerrar la venta. Para ello hay que tener en cuenta lo siguiente:

Paso 1: Investiga más a fondo la marca.

Yo siempre tengo abiertos los principales productos (en distintas pestañas) según las ventas que da Helium para compartir la pantalla y comentar las posibles mejoras que ya hemos comentado previamente.

También, en otra pestaña tengo abierta la herramienta de Cerebro (comentado en puntos anteriores) con el posicionamiento de los distintos productos y así atacar ese punto de dolor.

No está de más que les investigues un poco su web, a los fundadores en LinkedIn, etc. De esa forma, tienes más contexto del que poder tirar en una llamada y generar cercanía (a todo el mundo le gusta ver que se interesan por nosotros).

Nota: De esta forma no sólo tenemos más detalle, si no que generamos seguridad al cliente porque nos ven preparados, ven que nos lo hemos trabajado.

Paso 2: No te presentes con la camiseta del pijama por favor.

Aunque el 95% de las reuniones sean virtuales, debemos intentar dar buena imagen con la vestimenta, y más si es con un posible cliente.

Te recomiendo ir con un polo o camisa, algo no muy formal para que no parezca una entrevista de trabajo, pero que nos sirva para seguir transmitiendo profesionalidad.

También te recomiendo difuminar o cambiar el fondo (con google meet o zoom se puede hacer fácil) si estás metido en tu habitación y crees que puede quedar algo “cutre” (mejor que no se vea tu cama) 😊.

Paso 3: Preséntate, sonríe y deja que te cuente lo máximo posible. Tienes que ser una esponja para entender de primera mano la marca.

Esto es muy importante: deja que hablen, escucha todo lo posible y no seas charlatán (puedes dar una mala imagen).

Otro consejo: Usa un bloc de notas en tu ordenador o una hoja y boli para apuntar cosas que sean importantes de recordar

Cuando sea el momento de hablar, comparte la pantalla con lo comentado en el paso 1 y ve explicando paso a paso las cosas. Con calma.

Nota: No se trata de hacer una presentación como tal, sino de crear una conversación fluida, atacando los distintos puntos de dolor sutilmente y hacer ver que somos la solución a sus problemas.

Paso 4: Va a llegar un momento al final de la llamada en que lo más seguro es que te pregunten por el presupuesto.

Lo que te recomiendo en ese momento es que le comentes que lo tienes que bajar más a tierra con lo que habéis hablado en la llamada y que se lo harás llegar a lo largo del día o mañana por mail.

De esta forma no damos la sensación de estar “desesperados” por conseguir al cliente y damos mejor imagen al demostrar que tenemos que trabajarle más.

Si no te pregunta directamente por el presupuesto, comenta tú la idea al final.

* **Ojo:** si estamos muy seguros de nuestra propuesta, sería ideal comentarla en la propia llamada, aunque mandemos igualmente el mail posterior. De esa forma, si surge alguna barrera por parte del cliente, podemos comentarla e intentar derribarla en ese mismo momento.

Paso 5: Mandar el presupuesto por mail.

En el siguiente bloque (“Cierra la Venta”) te explico las dos formas que yo planteo para mandar presupuestos y cuál es en mi opinión la que te va a ayudar a cerrar más ventas al principio.

[Bonus: Aquí tienes un vídeo donde hablo más en detalle sobre la esperada llamada de ventas y ciertas recomendaciones](#)

6. Cierra la Venta

Una vez has tenido la llamada de venta y todo ha ido como debería, es hora de elaborar un presupuesto ganador para conseguir el ansiado Sí.

Como te decía, yo tengo 2 formas de estructurar el presupuesto:

Piensa cuánto quieres cobrar en base a la situación del cliente. Es decir, no es lo mismo un presupuesto para una marca pequeñita (ejemplo: facturan 3.000€ de media y sólo están en España) que una más grande (ejemplo: facturan 10.000€ de media al mes y están en toda Europa).

Una vez analizado lo anterior, yo suelo plantear los presupuestos de 2 formas:

Forma 1: Fijo + Variable.

Por ejemplo, puedes plantear unos 1.000€ fijos + 5% de variable sobre las ventas totales. Depende de si vas a llevar sólo la PPC o la cuenta entera, y como hemos comentado antes, del tamaño de la marca.

- Ventajas: te aseguras un ingreso fijo sí o sí, a parte de lo que consigas generar de resultados
- Contras: de primeras puede ser algo agresivo. O al menos es lo que me he encontrado yo. Tiene sentido que no quieran arriesgarse a un fijo ya que no te conocen de nada y quieren ver antes si realmente les puedes ayudar.

Si vendes otros servicios individuales como el diseño, estudio de mercado, auditoría de PPC, etc. el variable no tiene sentido. Tendrías que pasarle un presupuesto acotado sobre lo que se necesite.

Nota: Para lograr un sí más fácil con esta estructura, quizás puedes plantear un fijo más bajo (como por ejemplo: 300 ó 500€).

Forma 2: Sólo variable

Esta es la estructura que más me ha funcionado.

Y no sólo un variable sobre ventas totales.

Me explico: piensa que al final ya están facturando cierta cantidad y tú les has dicho que puedes ayudarles a vender más.

Bien, pues qué mejor forma que predicar con el ejemplo y plantearles un variable de X (a mi me funciona muy bien un 10/15%) sobre las ganancias EXTRA que les generes.

Es decir, si has acordado una facturación de 10.000€ (tienes que acordar una facturación media realista) y les hacemos facturar 20.000€, ese mes aplicaría un variable sobre la ganancia generada: $20.000€ - 10.000€ = 10.000€ \rightarrow 1.000€$ de variable (si has negociado al 10%).

Otra posibilidad es acordar un variable en base a los resultados de PPC (quedan fuera las ventas orgánicas). Es decir, de lo que les generes al mes, restando la inversión, te llevas un 10/15%. Ejemplo:

*A cierre de mes el cliente ha generado 10.000€ en PPC y ha invertido 3.000€.
Diferencia: 7.000€. Nuestra comisión del 15%: 1.050€.*

Nota: planteo un 10/15% porque de normal el margen neto de los vendedores en Amazon es raro que supere el 25%, por lo que no queremos pasarnos de listos (y que no se les quede apenas beneficio) y que nos rechacen.

Si les gestionamos sólo PPC podemos ser algo más agresivos con el variable (15/20%).

Si es una empresa gorda, que factura bastante, quizás deberías plantear un variable más bajo, tipo el 5% para conseguir más fácil el Sí y un fijo más alto. A fin de

cuentas vas a poder ganar bastante en este tipo de clientes. Y si consigues el 10% de variable ya ni te cuento...

Paso 2: Ahora debes explicar esto en un presupuesto como tal y enviarlo.

Yo no me complico, el presupuesto lo hago en texto (para enviar por mail), sin ninguna presentación.

Opino que no hace falta andarse con florituras.

La gente quiere ver rápido cuánto les va a costar y por qué (es decir, qué vas a aportar).

Lo que hago es empezar el mail dando las gracias de nuevo por la llamada de hoy y las ganas que tengo de trabajar con ellos, etc.

A continuación les presento directamente el precio de mis servicios y les explico qué valor les voy a aportar. Esto es importante porque de primeras les muestro el precio y luego le cuento el por qué.

Este valor son las distintas acciones de las que me voy a encargar. De esta forma volvemos a tocar todos los puntos de dolor que hemos visto en la llamada.

Intenta no irte por las nubes y sé breve. Queremos hacer ver que somos la opción ideal y para eso debemos utilizar un tono persuasivo y directo.

Cierro los presupuestos diciendo que espero tener una respuesta en los próximos días y que cualquier duda que tengan la podemos ver sin problema en otra llamada.

Bonus: aquí te dejo una plantilla de email que yo personalmente he usado (las voy cambiando/mejorando en el tiempo):

Asunto: *Propuesta Colaboración Amazon - [NOMBRE MARCA] & [TU NOMBRE]*

Cuerpo:

Hola [NOMBRE CLIENTE],

Lo primero de todo, quiero agradecerte de nuevo tu tiempo en la llamada de hoy. Ha sido un placer conocerte y saber más acerca de la situación de [NOMBRE MARCA]. 🍷

Tal y como hemos hablado, aprovecho este mail para detallarte mi propuesta de colaboración.

Antes de nada, quiero remarcar que mi compromiso con la marca sería máximo. De la misma forma que si fuera mi propio negocio.

He fijado el presupuesto mensual en **1.000€ fijos + 5% variable sobre ventas totales**. Te explico el por qué de cada cosa (he intentado ajustarlo al máximo):

- El fijo está pensado para cubrir el tiempo diario que le voy a dedicar a la marca y el coste de cualquier herramienta necesaria para la operativa, como Helium 10 (necesaria para el día a día).
- El variable está pensado para generar ese Win - Win. Es decir, mi objetivo va a ser aumentar vuestras ventas actuales todo lo posible (más abajo os detallo cómo entraría), por lo que de esa forma tengo un incentivo para aportar lo máximo posible. Si vosotros mejorais, yo también. No hay más.
 - En el hipotético caso que suceda al revés (al entrar las ventas bajan estrepitosamente), esos meses no aplicaría ningún variable, como es lógico, hasta que se revirtiera la situación.

Importante: NO actúo de consultor/guía. si no que entro en la harina. Ejecuto y aplico para aumentar las ganancias.

Como hemos charlado, considero que soy fuerte y te puedo ayudar con lo siguiente:

- Diseñar y apoyar en la estrategia de venta general. Desde la ideación de nuevos productos/variantes, hasta la estrategia completa de listing, lanzamiento, planificación de inventario, reseñas, etc.
- Optimización de listing actuales: revisión de palabras clave, mejora en título, fotos, etc. Aquí tenéis muy buena base sobre la que tirar.
 - Os puedo dar también muy buenas referencias en cuanto a fotógrafos (el que yo uso personalmente). También puedo encargarme de diseñar la estrategia de fotos haciendo un estudio completo de los competidores e identificando oportunidades de mejora.

- *Gestión completa de la Publicidad: desde sacar todas las palabras clave necesarias, pasando por lanzar cada campaña según el objetivo, hasta ir ajustando de forma semanal y mensual en base a los datos que nos puede dar Keyword Tracker (posicionamiento) y las métricas de la propia plataforma publicitaria. Lógicamente de primeras entraría a potenciar las campañas/productos actuales como hemos hablado.*
 - *Esto aplica a cada producto si abris en más países.*
- *Reporting semanal de las métricas más importantes para que entendáis de un vistazo la situación: Gasto PPC, Ventas Totales, Conversión, CTR, etc.*
- *Ayuda e ideación en calendarios de lanzamientos, promociones, etc.*
- *Recomendaciones recurrentes en base a nuevas actualizaciones de la plataforma, estrategias nuevas, etc. En general cosas que vaya viendo en el sector y que podamos aplicar para que no os quedéis nunca atrás.*
- *1h de reunión semanal para comentar cualquier cosa que necesites.*
- *Apoyo continuo por mail y Whatsapp. Os contesto lo más rápido que pueda :)*

De igual forma, es importante que sepas que NO entro en lo siguiente (me puede quitar mucho tiempo y no apporto valor):

- *Apertura y gestión de casos en Seller Central.*
- *Respuesta de mensajes de clientes, etc.*

** De todas formas, si necesitas que entre aquí también, lo vemos para ajustar algo el presupuesto.*

Me encantaría poder formar parte de la marca y hacerla crecer como dios manda.

Si me das el OK a la propuesta, sería necesario tener otra llamada y así establecer los próximos pasos para arrancar cuanto antes.

Si te surge alguna duda, me comentas sin problema.

Una vez más [NOMBRE CLIENTE], muchas gracias por tu tiempo.

¡Espero poder saber de ti muy pronto!

Un abrazo,

[TU NOMBRE]

Paso 3: aquellos que realmente estén interesados en trabajar contigo, te responderán al cabo de varios días.

Por ello, tenemos que estar atentos. Si no han contestado, yo suelo volver a enviar un mensaje cariñoso de recordatorio al cabo de 4 días desde que se envió el presupuesto.

Simplemente para recordarles que necesito respuesta y por si tienen alguna duda más.

Nota: En este punto, puede ser que te respondan que finalmente no están interesados o que el presupuesto es elevado y que no pueden permitírselo.

Tienes que entender el por qué y actuar sobre ello, ya sea ajustando el presupuesto o haciéndoles ver que realmente necesitan ayuda.

[Bonus 2: en este vídeo te doy mi perspectiva y recomendación personal sobre cómo cerrar la venta correctamente.](#)

7. Documentos Necesarios

Si has llegado a este punto, ENHORABUENA por haber conseguido tu primer cliente!!! 🎉. Ahora es momento de poner el trabajo duro y demostrar resultados de verdad.

Una vez que tenemos el OK por mail al presupuesto, debemos formalizar el acuerdo de colaboración mediante 2 documentos.

Documento 1: Contrato de colaboración

Te recomiendo que te apoyes en herramientas como Chat GPT para elaborarlo y luego le des tu toque. Otra opción más profesional es contactar con tu asesor (si lo tienes) y que te ayude con el trámite legal.

El objetivo con el contrato de colaboración es formalizar todas las cláusulas necesarias para la nueva relación entre el cliente y nosotros y conseguir su firma para que después no haya ningún malentendido (todo está hablado y firmado).

Debemos especificar las cláusulas necesarias, como la remuneración, objeto de actividad, tareas a realizar, confidencialidad, etc. Es decir, todo lo que ya se ha acordado por llamada y/o correo más cláusulas necesarias en cualquier contrato.

De esta forma nos cubrimos ante cualquier problema que hubiese, nunca se sabe.

Bonus: aquí tienes un prompt de ejemplo que podemos darle a chatgpt para que nos ayude a elaborar un contrato profesional. No copies y pegues sin más, ajústalo según tu información:

Por favor, genera un contrato de colaboración entre mi empresa y un cliente para la gestión de cuentas de Amazon. Aquí están los detalles necesarios:

1. ****Información de la Empresa:****

- Nombre de la empresa: [Nombre de tu empresa]
- Dirección: [Dirección de tu empresa]
- Representante legal: [Nombre del representante]

2. ****Información del Cliente:****

- Nombre del cliente: [Nombre del cliente]
- Dirección: [Dirección del cliente]
- Representante: [Nombre del representante del cliente]

3. **Objeto del Contrato:**

- Descripción detallada de los servicios que se prestarán para la gestión de la cuenta de Amazon del cliente.

4. **Duración del Contrato:**

- Fecha de inicio: [Fecha de inicio]
- Fecha de finalización: [Fecha de finalización]

5. **Compensación y Métodos de Pago:**

- Cuantía económica: [Monto acordado]
- Método de pago: [Método de pago, por ejemplo, transferencia bancaria]

6. **Obligaciones de las Partes:**

- Detallar las obligaciones de la empresa y del cliente respecto a la colaboración.

7. **Confidencialidad:**

- Cláusulas sobre la confidencialidad de la información intercambiada.

8. **Propiedad Intelectual:**

- Detallar cómo se manejará la propiedad intelectual generada durante la colaboración.

9. **Terminación del Contrato:**

- Condiciones bajo las cuales se puede terminar el contrato.

10. **Ley Aplicable y Jurisdicción:**

- La ley que regirá el contrato y el lugar de jurisdicción.

11. **Firmas:**

- Espacios para las firmas de ambas partes.

Por favor, usa esta información para generar un contrato de colaboración completo y profesional.

Documento 2: Onboarding (pasos a seguir)

Una vez tenemos el contrato firmado por ambas partes, es muy recomendable crear un documento de Onboarding para guiar al cliente paso a paso a la hora de darnos los permisos necesarios y arrancar con el trabajo.

De esta forma, les pasamos el documento por mail y pueden ir avanzando con los distintos puntos cuando puedan.

Básicamente, lo que tienen que hacer es añadirnos como usuario en su cuenta y darnos permisos para ver y editar ciertos bloques (como las campañas de publicidad, los informes de ventas, gestión del inventario).

Nota: si ya vendéis en Amazon podéis ver los distintos permisos desde vuestra cuenta de Seller Central.

Si no tenéis cuenta, podéis buscar el detalle por google o youtube (siempre se encuentra todo) o hacerlo por llamada con el cliente (que os comparta la pantalla).

Por otro lado, es necesario dar un email al cliente con el que darte de alta como usuario. Te recomiendo que crees una cuenta nueva de Gmail, única para esta actividad (que te sirva para todos los clientes).

Cuando te llegue la invitación al correo, deberás crear una cuenta de Seller Central con ese nuevo correo y asociar un teléfono para la doble verificación. A no ser que tengas otro número de empresa o quieras enmarronar a familiares o amigos, debes tirar con el tuyo personal (es lo que hago yo y no pasa nada).

Nota 2: Si lleváis toda la cuenta, no me complicaría y les pediría acceso como “administrador” a todo.

Si lleváis por ejemplo la PPC como es mi caso, les pido acceso al Gestor de Campañas, Informes de Empresa y Gestión del Inventario.

Ejemplo de pantalla con los permisos:

Configuración	Ninguno	Ver	Ver y editar	Administrador
Acceso a la función de vendedor de Amazon Business	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	
Acceso a los mensajes Permite al usuario leer y enviar mensajes a tus clientes de Amazon.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acuerdos/Enmiendas <small>Nota: Con la configuración predeterminada se concede al usuario derechos de acceso del tipo "Ninguno": el usuario especificado puede consultar acuerdos, enmiendas u otras condiciones de uso en línea, pero no puede aceptarlos. Al conceder a un usuario derechos de acceso del tipo "Ver y modificar", manifiestas y garantizas a Amazon.es que dicho usuario tiene autoridad para aceptar acuerdos, enmiendas u otras condiciones de uso en línea en nombre de la persona o entidad que ofrece productos o servicios en la página web de Amazon.es asociada con esta cuenta de Seller Central. No concedas estos derechos a un usuario a no ser que este tenga la autoridad necesaria.</small>	<input type="radio"/>		<input checked="" type="radio"/>	
Amazon Global Logistics	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Configuración de Logística de Amazon	<input type="radio"/>		<input checked="" type="radio"/>	
Configuración de envíos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	
Configuración de impuestos	<input type="radio"/>		<input checked="" type="radio"/>	
Configuración de vendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	
Gestión de casos creados Permite al usuario crear, ver y responder a todos los casos en tu cuenta de vendedor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	
Opciones de regalo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	
Permisos de usuario <small>Advertencia: al conceder este acceso estarás convirtiendo a este usuario en administrador de permisos.</small>	<input type="radio"/>		<input checked="" type="radio"/>	

[Bonus 2: En este vídeo te doy mi punto de vista sobre los documentos necesarios](#)

8. ¿Chao Pescao? 😊

Si has llegado hasta aquí dice mucho de ti, así que enhorabuena y millones de gracias por haber confiado en mí!

Espero de verdad que te hayas llevado muchísimo más valor en comparación con lo que has pagado. Ese es mi objetivo final.

Pero de nada servirá si no le metes ganas, trabajo y constancia.

Estoy seguro que aplicando lo que te enseñé puedes conseguir tu primer cliente en cuestión de pocas semanas. Eso es lo que conseguí yo sin ninguna ayuda.

Una vez que lo consigas dale todo el cariño del mundo. Aprenderás del proceso y te equivocarás con algunas o varias cosas como es normal. Pero lo más importante: te servirá para crecer como profesional y aplicar en futuros clientes (además de ganar tus primeros € 😊).

Antes de despedirme del todo, quiero hacerte un resumen como es debido de lo que debes hacer a continuación:

1. Repasa cada bloque:

Aunque ya creas saberlo todo después de la primera lectura, te recomiendo que vuelvas a repasar cada bloque las veces que haga falta.

Te servirá como hoja de ruta para cada paso del proceso y estarás más seguro de cada movimiento.

2. Aplica lo aprendido:

Por mucha teoría que te cuente, si no lo aplicas no habrá servido para nada.

Aplica lo comentado en cada bloque y verás como avanzas poco a poco.

El objetivo es conseguir ese primer cliente lo antes posible y ponerte manos a la obra.

Ahora, los resultados no serán tan rápidos al principio. Coger una cuenta de primeras y hacerla crecer de manera fuerte lleva unos meses.

Lo importante es que aprendas de cada paso que tomes y vayas cogiendo más confianza y conocimiento para futuros clientes.

3. Si quieres contactarme:

Estaré encantado de saber si te he aportado valor! Me leo cada correo que me mandáis, así que con total confianza (:

Quiero que sepas que mi objetivo con la comunidad es ir compartiendo contenido, principalmente por email, para que veas mis éxitos y fracasos en el mundo de Amazon, desarrollo personal, y sobre todo, te pueda servir para aplicar en tu negocio y vida.

También, si tienes ideas de mejora o de posibles temas nuevos que te gustaría aprender, me ayudarías mucho si me lo compartes (tu feedback es lo más importante).

4. Si te has quedado con ganas de más:

Te preguntarás: *“Vale, ya he conseguido mi primer cliente, ¿ahora qué hago?”* o quizás: *“Estoy algo perdido y no sé cómo avanzar, ¿qué hago?”*

Para ambos casos, lo que puedo ofrecerte en estos momentos es un acompañamiento personalizado donde pongo todo el foco en tu situación y planteamos una hoja de ruta para que puedas conseguir tus objetivos lo antes posible.

Si te interesa, te dejo aquí la página donde te cuento más en detalle de lo que puedes conseguir.

Aunque todavía no nos conozcamos en persona ni te ponga cara, te deseo de corazón que este sea el inicio de un cambio vital en tu vida.

 ¡¡A REVENTARLO!! 

Un fuerte abrazo,
Emilio