

ESTRUCTURACIÓN COMERCIAL DE UN NUEVO CLIENTE



Objetivo de esta guía

Ayudar al Vicepresidente Comercial a entender rápidamente el potencial de un nuevo cliente, estructurar su alcance comercial, identificar oportunidades de ventas y proponer un modelo rentable, sin imponer un formato rígido.

1. Información General del Cliente

(Panorama rápido – no más de 10 minutos)

- Nombre del cliente: _____
- País(es) donde opera: _____
- Tipo de cliente: ☐ B2B ☐ B2C ☐ B2G ☐ Marketplace ☐ Operador logístico ☐ Retail
- Persona(s) decisor(a) (quién decide, quién influye, quién ejecuta):

👉 **Sugerencia:** identificar desde el inicio si es decisor económico o solo operativo.

2. ¿Qué Hace el Cliente Hoy?

(Entender el negocio antes de venderle algo)

En términos simples:

- ¿Qué vende o qué mueve?
- ¿A quién le vende?
- ¿Dónde gana dinero hoy?

👉 **Sugerencia:** Si no puedes explicar el negocio del cliente en 3 frases, aún no está claro.

3. Operación y Logística Actual

(Aquí aparece el potencial real)

- Origen de la mercancía: ☐ Nacional ☐ USA ☐ Europa ☐ Asia ☐ Mixto
- Tipo de operación: ☐ Importa ☐ Exporta ☐ Nacional ☐ Última milla ☐ Todo
- Volúmenes aproximados:
- Paquetes / mes: _____ • Peso promedio: _____ • Ticket promedio: _____

👉 **Sugerencia:** no buscar exactitud, buscar orden de magnitud.

4. ¿Dónde Está el Dolor del Cliente?

(Lo que realmente compra)

Marcar lo que aplique:

- ☐ Costos altos
- ☐ Falta de trazabilidad
- ☐ Tiempos lentos
- ☐ Mala última milla
- ☐ Falta de tecnología

ESTRUCTURACIÓN COMERCIAL DE UN NUEVO CLIENTE



- ☐ Dependencia de terceros
- ☐ Escala limitada
- ☐ Experiencia deficiente del cliente final

👉 **Sugerencia:** el dolor principal define el servicio ancla.

5. ¿Qué Servicios de ANICAM Podrían Aplicar?

(No vender todo de una vez)

Marcar solo lo que tenga sentido hoy:

- ☐ Casillero Virtual
- ☐ Compra Internacional
- ☐ Exportaciones (GES / Express Time)
- ☐ Importaciones
- ☐ Última Milla (DE UNA / Ride Box)
- ☐ Maquila logística
- ☐ Marca blanca
- ☐ Integración tecnológica
- ☐ Billetera / pagos
- ☐ 100% Solutions (todo integrado)

👉 **Sugerencia:** Fase 1: resolver el dolor principal. Fase 2: aumentar ticket. Fase 3: fidelizar / lock-in.

6. Diseño de la Propuesta (Pensamiento por Fases)

Fase 1 – Arranque

¿Qué le vendemos primero y por qué?

Servicio(s):

- _____

Objetivo:

- Quick win
- Validar operación
- Generar confianza

Fase 2 – Escalamiento

¿Qué servicio se suma después?

Servicio(s):

- _____

Objetivo:

- Subir ticket promedio

ESTRUCTURACIÓN COMERCIAL DE UN NUEVO CLIENTE



- Integrar procesos

Fase 3 – Relación Estratégica

¿Cómo lo hacemos dependiente positivamente de ANICAM?

Servicio(s):

- _____

Objetivo:

- Relación de largo plazo
- Margen estable

7. Modelo Comercial Sugerido

(No todo es precio por paquete)

¿El cliente encaja mejor en:

- ☐ Fee por paquete
- ☐ Fee mensual
- ☐ Revenue share
- ☐ Margen por operación
- ☐ Modelo mixto

👉 **Sugerencia:** elegir el modelo que proteja margen, no el que suene más barato.

8. Lectura Rápida de Rentabilidad

(Antes de prometer)

A ojo comercial:

- ¿El volumen justifica el esfuerzo?
- ¿El margen parece sano?
- ¿Requiere demasiada personalización?
- ☐ Margen claro
- ☐ Margen ajustado (cuidar)
- ☐ Margen bajo (escalar solo con aprobación)

👉 **Sugerencia:** si no es rentable en pequeño, no lo será en grande.

9. Riesgos a Tener en Cuenta

(Pensamiento de CEO, no solo de ventas)

- Riesgo operativo: _____
- Riesgo financiero: _____
- Riesgo tecnológico: _____
- Riesgo de dependencia del cliente: _____

ESTRUCTURACIÓN COMERCIAL DE UN NUEVO CLIENTE



👉 **Sugerencia:** si el riesgo es alto, el precio debe compensarlo.

10. Plan de Activación Comercial

(Cómo lo llevamos a la realidad)

- Próximo paso concreto: _____
- Responsable interno: _____
- Tiempo estimado de arranque: _____
- Piloto: _____
- Escalamiento: _____

11. Conclusión del Vicepresidente Comercial

(Criterio profesional)

- Recomendación final del Vice (máx. 5 líneas, claro y directo):
 - _____
 - _____
 - _____
 - _____
 - _____
- ☐ Cliente estratégico
- ☐ Cliente rentable
- ☐ Cliente escalable
- ☐ Cliente no recomendable hoy

12. Aprobación Interna (si aplica)

- ☐ Dirección General
- ☐ Finanzas
- ☐ Operaciones
- ☐ Tecnología