



# ¿Cómo calificar prospectos?

Un evento, feria o exposición puede ser un asunto caótico. Cientos, a veces miles de personas visitan tu stand y hacen preguntas. Quizá algunos cierren un trato, pero otros se van con la promesa vacía de volver o, peor, simplemente se marchan sin ocultar su desinterés. **¿Cómo puedes filtrar entre la multitud y enganchar con tus mejores prospectos? ¿Aquellos quienes realmente se beneficiarán con lo que ofreces?**

# Lidera la conversación

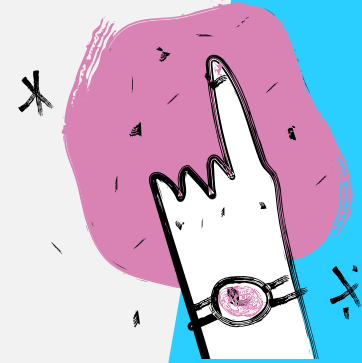
Tu staff debe estar listo para identificar a los interesados y hacer el primer movimiento, utilizando siempre las siguientes técnicas:



**Asegurarse de hacer  
contacto visual**



**Inicia con una pregunta  
u observación**



**Pide su opinión,  
retroalimentación o consejo**

Cualquiera que sea tu primera aproximación, siempre debe estar enfocada en las necesidades e intereses del cliente.



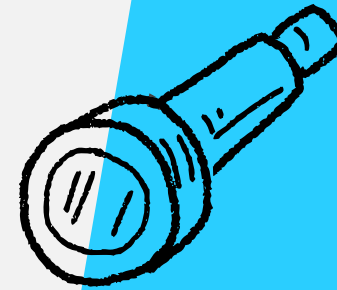
# Averigua el puesto del prospecto

Luego de iniciar contacto, lo primero que debes hacer es averiguar quiénes son (comprador, tomador de decisiones, competidor, proveedor, etc.) y de dónde vienen.

De este modo, tu staff no perderá tiempo con alguien que no es responsable de comprar lo que tienes que ofrecer o que está ubicado en una región que tu marca no abarca.

# Pregunta sobre sus preocupaciones de negocios

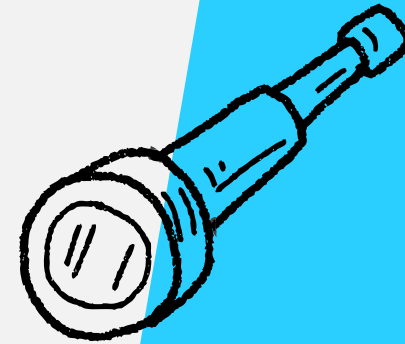
Lo siguiente es averiguar cuál es su meta en el evento en cuestión y qué llamó su atención de tu stand. Si es buen prospecto, es necesario hacer preguntas sobre qué problemas de negocios tiene que tu marca o producto puedan resolver.



# Pregunta sobre sus preocupaciones de negocios

Lo siguiente es averiguar cuál es su meta en el evento en cuestión y qué llamó su atención de tu stand. Si es buen prospecto, es necesario hacer preguntas sobre qué problemas de negocios tiene que tu marca o producto puedan resolver.

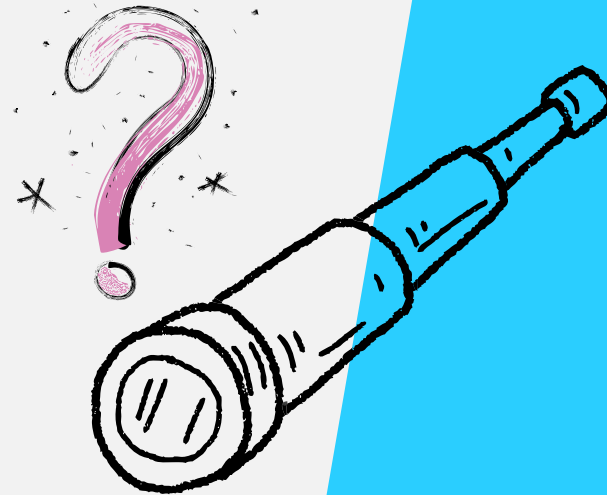
Es conveniente hacer preguntas abiertas, que requieran más que “sí” o “no”. Esto hace que el prospecto se interese compartir su situación y te ayuda a determinar mejor sus intereses y necesidades.



# Pregunta sobre sus preocupaciones de negocios

Lo siguiente es averiguar cuál es su meta en el evento en cuestión y qué llamó su atención de tu stand. Si es buen prospecto, es necesario hacer preguntas sobre qué problemas de negocios tiene que tu marca o producto puedan resolver.

Es conveniente hacer preguntas abiertas, que requieran más que “sí” o “no”. Esto hace que el prospecto se interese compartir su situación y te ayuda a determinar mejor sus intereses y necesidades.



# Cuida a tus mejores prospectos durante y después del evento

Muchas veces cerrar tratos durante un evento puede ser complicado, pero eso no quiere decir que la venta tenga que perderse.

**Una vez que el evento ha terminado, continúa la relación y fortalece los vínculos con campañas y estrategias que aborden sus intereses.**

Y siempre evita bombardear a tu prospecto con brochures, panfletos o material para forzar la venta antes del cierre del evento. Es mejor hacerles saber que estarás disponible para ellos cuando sea que quieran saber más de tu producto o marca.



STANDS  
EXPOS  
EVENTOS

Show  
time

¿Buscas la mejor estrategia para tu evento?

Los expertos de Showtime están listos para resolver todas tus dudas  
y convertir tu próximo evento en un éxito cuantificable.

Consúltanos en [showtimexp.com](https://www.showtimexp.com)