

Manual de formación

Cómo pasar referencias

¿Cómo pasar referencias que cierran?



Porque una referencia no es un teléfono al azar

Hoy vamos a ver de cómo pasar referencias de calidad.

Porque ya sabemos que dar solo “un contacto” es como lanzar una botella al mar: puede llegar... o puede acabar en la orilla de Portugal.

Una referencia de calidad es aquella en la que:

- El potencial cliente espera la llamada,
- Sabe quién eres,
- Y entiende qué problema puedes resolverle.

Sin estos tres ingredientes, la llamada se convierte en “puerta fría disfrazada”.

Antes de la receta, alineemos expectativas:

No es referencia:

- “Te paso el WhatsApp de mi cuñado, a ver si quiere algo”.
- “Llama tú que yo no le he dicho nada”.
- “Creo que necesita tus servicios, pero no estoy seguro... tú pregunta”.

Eso es una tómbola empresarial, y nosotros no jugamos a los patitos.

Contenido

La receta GANa3:	3
los 4 pasos para fabricar una referencia premium	3
Paso 1: Identificación	3
Paso 2: Contextualización	4
Paso 3: Alineación	5
Parte 4: Traspaso estructurado	6
Cómo detectar oportunidades en reuniones	7
Cómo evitar las referencias “peligrosas”	8
Reglas de oro	9
Checklist de 20 segundos antes de pasar una referencia.....	9

La receta GANa3:

los 4 pasos para fabricar una referencia premium

Paso 1: Identificación

Detecta una necesidad real.

Claves:

- Problema claro
- Conoces a la persona que debe decidir
- Momento oportuno

Ejemplo:

Estoy con Paloma, gerente de un centro deportivo, y comenta que “están perdiendo clientes porque la web no está optimizada y no dan una experiencia digital sencilla”.

Perfecto: ya tengo una necesidad real para nuestro compañero Pepe que hace marketing digital.



Paso 2: Contextualización

Tu misión es hacer un puente narrativo entre tu compañero y el potencial cliente.

Aquí explicas, con tus palabras, qué hace tu compañero y qué valor aporta.

Ejemplo recomendado:

Le digo a Paloma:

“Te voy a presentar a Pepe. Trabaja ayudando a negocios como el tuyo a captar más clientes mediante páginas web efectivas y estrategias digitales sencillas. Lo bueno es que adapta todo a presupuestos ajustados y a negocios que necesitan resultados rápidos.”

Paloma ya sabe *quién es, qué hace y por qué debería escucharle*.



Paso 3: Alineación

Antes de pasar el contacto, deja preparado el terreno:

- Pregunta si acepta la llamada.
- Define la expectativa: que el contacto sepa para qué van a llamarla
- Aclara que no es una venta agresiva, sino una conversación exploratoria.

Ejemplo:

“Paloma, ¿te parece si le paso tu contacto para que tengáis una conversación de 10 minutos y te proponga ideas? Sin compromiso, solo ver si te encaja lo que él hace.”

Ahora el contacto está caliente, listo y sin barreras.



Parte 4: Traspaso estructurado

Cuando pases la referencia a tu compañero, dale un briefing real. No lo mandes a ciegas.

Incluye:

- Quién es la persona
- Qué problema tiene
- Cómo la conociste
- Qué espera de la llamada
- Nivel de urgencia
- Mejor franja horaria

Ejemplo:

“Pepe, te paso a Paloma, gerente del Centro Deportivo X.

- Problema: web desactualizada, pérdida de clientes.
- Expectativa: llamada de 10 min para ideas rápidas sin compromiso.
- Urgencia: media-alta.
- Horario: tardes de 16:00 a 18:00.”

Así, Pepe no llama a oscuras... sino como un profesional con radar.



Cómo detectar oportunidades en reuniones

(con tus contactos)

Aquí viene el oro.

Durante las reuniones que mantengas con cualquiera de tus contactos, escucha qué frases disparan oportunidades para tus compañeros de grupo:

Frases típicas de oportunidad:

- “Últimamente estamos perdiendo clientes”
- “Necesito ahorrar tiempo o automatizar procesos”
- “No encuentro proveedores fiables”
- “Nos gustaría crecer este año pero no sabemos cómo”
- “Tenemos un caos con los contratos / documentos / permisos”
- “Queremos hacer publicidad pero nos han timado antes”

Cada frase es una alarma.

Tu misión es emparejar esa necesidad con un compañero del grupo.



Cómo evitar las referencias “peligrosas”

Lo contrario de una referencia premium es una referencia que *estropea la reputación del compañero*.

Evítalas cuando:

- No sabes si realmente tienen interés.
- No están en situación de comprar.
- No es la persona que toma las decisiones.
- No has hecho la contextualización previa.
- Solo estás “cumpliendo” por cumplir.

GANa3 funciona porque las oportunidades circulan con calidad, no por volumen.

Nuestra marca es “valor real”, no “venga, a ver si suena la flauta”.



Reglas de oro

Checklist de 20 segundos antes de pasar una referencia

Antes de pasarla, pregúntate mentalmente:

1. ¿La persona sabe quién es mi compañero?
2. ¿Le he explicado qué hace?
3. ¿Sabe qué problema podría resolverle?
4. ¿Ha dado permiso para la llamada?
5. ¿Mi compañero tiene toda la información para sonar profesional desde el segundo 1?

Si fallas en una, todavía no es referencia... es esperanza.

Y aquí trabajamos con estrategia, no con fe.

Reglas de oro

01 ¿La persona sabe quién es mi compañero?

02 ¿Le he explicado qué hace?

03 ¿Sabe qué problema podría resolverle?

04 ¿Ha dado permiso para la llamada?

05 ¿Mi compañero tiene toda la información para sonar profesional desde el segundo 1?

Si fallas en una, todavía no es referencia... es esperanza.

AQUÍ TRABAJAMOS CON ESTRATEGIA, NO CON FE

Si todos pasamos referencias de calidad, logramos tres efectos corporativos potentísimos:

- Nadie llama en frío.
- La conversión sube.
- La confianza interna explota.

Cuando un compañero cierre un acuerdo gracias a una referencia tuya bien preparada, estás generando negocio para el grupo, reforzando tu propia reputación y demostrando que GANa3 no es un simple punto de encuentro... sino una máquina profesional donde cada minuto suma.

Gracias, y ahora a ponerlo en práctica.