

# crónoshare

**CÓMO TENER ÉXITO**

**PARA CONSEGUIR**

**TRABAJO Y CLIENTES**

**MANUAL PARA PROFESIONALES**



En este **e-book**, se describirán una serie de consejos para realizar en el primer contacto con un potencial cliente o posible entrevistador para un trabajo.

La primera impresión es muy importante, por tanto, es conveniente que dispongas de una serie de consejos y una metodología probada, para aumentar y mejorar tus posibilidades, y que tu imagen sea lo más profesional posible.

Como introducción, si vas a contactar por primera vez (por teléfono, e-mail o WhatsApp) y tienes opción: llama por teléfono al cliente, en un horario adecuado, en vez de enviarle un correo electrónico. Con esto, puedes conseguir tener un trato más personal y cercano. Si tras algún intento por teléfono no consigues el contacto por esta vía, envíale un correo electrónico presentándote. Ten en cuenta que algunos clientes te harán saber que prefieren que les contactes por correo electrónico, si es así, respeta su decisión.

Además, siempre que sea posible, si contactas por teléfono, que sea dentro de la franja horaria comprendida entre las 9:00 y las 22:00 horas (respeta siempre el horario de llamadas del cliente si este lo ha mencionado antes). Recuerda que antes y después de esas horas, la llamada puede molestar al cliente por diversos motivos (familiares, laborales, etc.).

Por último y no menos importante, sé educado y paciente. El cliente puede estar ocupado en ese momento, pero esto no significa obligatoriamente que no le interesen tus servicios. Pregúntale a qué hora puedes volver a llamarle y deja un pequeño margen (5-10 minutos) pasada dicha hora para volver a llamar.

En las próximas páginas, te recomendaremos consejos probados por cientos de profesionales que colaboran con el portal web [cronoshare.com](http://cronoshare.com), el portal **líder en España** para encontrar trabajos y clientes para servicios locales.

Estar registrado en Cronoshare te aportará múltiples ventajas, entre ellas, una de las más importantes es que te enviaremos nuevos clientes y trabajos a tu correo para que empieces a contactarle e incrementes tus ingresos desde el primer día.

## Cómo tener éxito en la primera toma de contacto

Hay muchas formas de proceder para las primeras —y posteriores— tomas de contacto con los clientes. Cada profesional puede tener sus trucos y formas de actuar. Desde Cronoshare os queremos explicar algunos consejos para tener éxito.

### Personalización

Utiliza el nombre del cliente cuando le llames o envíes un e-mail, para darle un tono personal a la conversación. Lee bien la solicitud y los detalles que haya puesto y hazle saber que eres un profesional capaz de realizar el servicio solicitado.

Cada profesional deberá adaptar su mensaje según proceda.

Te mostramos un ejemplo de un mensaje para el sector de limpieza doméstica:

*Hola Antonio,*

*Soy María, una colaboradora de Cronoshare, que está interesada en el servicio de limpieza que has solicitado. Tengo experiencia de más de 10 años en el sector de la limpieza doméstica y he trabajado en casas de más de 15 familias (con niños, mascotas, etc.). En tu solicitud indicas que el servicio sería semanal para varias horas. Estoy disponible en el horario que indicas y conozco la zona donde resides. Puedes visitar mi perfil para ver opiniones de antiguos clientes si lo deseas. Soy una profesional detallista, discreta y formal.*

### Profesionalidad

Los clientes quieren tener la seguridad de que van a elegir al mejor profesional. Hazles saber porque eres el candidato ideal para hacer el servicio. Puedes hablarles sobre trabajos similares que hayas realizado en el pasado y cómo les puedes ayudar con el suyo. Al redactar un mensaje comprueba que no haya errores ortográficos para no causar una mala impresión.

Te mostramos un ejemplo de un e-mail para el sector de limpieza doméstica:

*En tu solicitud indicas que tienes productos de limpieza en casa. Si se necesitase alguno más, te puedo aconsejar las marcas de productos de limpieza que mejor funcionan según he podido comprobar con otros clientes. Si es necesario comprar dichos productos, y no tienes tiempo para ir a la tienda, puedo encargarme de su compra, según decidas.*

### Precio

Explícale que es lo que incluye el precio y lo que no incluye. Esto ayuda a los clientes a conocer los diferentes precios según los servicios solicitados. Indica si está o no incluido el precio del desplazamiento, costes extra, descuentos por muchas horas, etc. Si tu precio es elevado, mejor intenta explicar porque eres más caro que otros profesionales y qué ventajas tienen por contratarte a ti.

Te mostramos un ejemplo de un e-mail para el sector de limpieza doméstica:

*Nuestros precios son a 11 euros la hora e incluyen los servicios de limpieza y plancha. Si incluimos preparar la comida, la tarifa se incrementaría a 14 euros la hora. El desplazamiento ya está incluido, pero si tuviera que desplazarme en transporte para hacer la compra no está incluido en los 14 €/hora.*

### **Indica los próximos pasos a seguir**

Algunos clientes no conocen qué pasos dar a la hora de empezar con el servicio. Es recomendable que les guíes y les expliques los siguientes pasos. Dales tu dirección de correo electrónico y número de teléfono e intenta ser flexible en el horario que los clientes te puedan llamar. Si el cliente no te responde, envía un mail, llamada o mensaje de texto pasados unos días con una invitación para contactar contigo. Hazle saber que le quieres ayudar.

Te mostramos un ejemplo de un email para el sector de limpieza doméstica:

*Estaría encantada de poder ayudarte en la limpieza de tu casa. Espero ser el tipo de profesional que necesitas y recuerda que puedes visitar mi perfil de Cronoshare y ver opiniones de otros clientes. Puedes llamarle al número de teléfono 6XXXXXXX o responder a este email. Si quieres podemos tener una primera entrevista para comentar más detalles y ver si mi perfil os resulta conveniente. Quedo a la espera de tu respuesta.*

*Muchas gracias por tu tiempo,  
María.*

## **Cómo tener éxito en las llamadas comerciales**

### **Tener éxito en los contactos comerciales**

#### **Ponte en contacto con el cliente de manera rápida**

Cuando tengas los datos de su contacto, intenta llamarle tan pronto como sea posible. Por ejemplo, imagina al cliente en frente de su ordenador, aun haciendo la revisión de la solicitud que acaba de publicar hace unos escasos minutos, y recibe tu llamada. La primera impresión será... Wow! Si pasa bastante tiempo desde el momento en que el cliente expresa su interés, puede ser que este pierda el interés o encuentre una solución en otro lugar. ¿Sabías que el 67% de los particulares que piden una solicitud de presupuesto seleccionan al profesional para el trabajo en menos de un día desde que los profesionales se ponen en contacto con ellos? Si no consigues ponerte en contacto con el cliente en el primer intento de tu llamada, intenta llamarle más tarde en el mismo día, y si no te contesta, intenta hacer las llamadas en el día posterior o en días sucesivos en diferentes momentos. Envía también un correo electrónico para que el cliente se entere que estás intentando llamarlo. Piensa que puede estar ocupado en el momento de la llamada.

### **Si el cliente te contesta la llamada**

En general, el primer contacto será por teléfono por lo que el tono de voz, el lenguaje que utilizas y las sensaciones que transmitas serán las claves para el inicio de la relación profesional. Simpatizar con el cliente potencial es esencial y la psicología nos dice que sólo tenemos 30 segundos para despertar su interés. Es muy importante leer su petición antes de llamarle: preguntar por algunos detalles también demostrará interés y proactividad de tu parte.

Escúchale, así de sencillo. Desde la primera llamada es importante dejar que el cliente hable y que te comente lo que tienes que hacer. Haz apuntes para acordarte sobre la charla que tuvieron antes en la próxima llamada. Es importante dejar en claro que le has prestado atención y que su opinión es muy importante para ti.

### **Si el cliente NO te contesta la llamada**

Si al final no recibes más noticias de ese particular, no te preocupes: es posible que el cliente no te conteste para confirmar si se va a seguir contigo o si se va a elegir a otra compañía o profesional. Sin embargo, tú puedes tomar ventaja de la situación:

A menos que no te diga que no quiere recibir más información, podrás seguir poniéndote en contacto con él y enviarle algunos e-mails con fotos e información de tus últimos trabajos, siempre que estén relacionados con el trabajo que ha solicitado. Por ejemplo, si el servicio que solicita es para renovar una cocina, puede enviarle información (imágenes, precios, recomendaciones, etc.) de una cocina que acabas de terminar de reformar y que quedó muy bien acabada.

## **Cómo hacer frente a las excusas de los clientes**

### **Precio**

"Es muy caro". Detrás de esta excusa puede ser que exista el siguiente problema: el cliente tiene, efectivamente, un presupuesto limitado.

Sugerencia: examina el lenguaje no verbal que transmita tu potencial cliente al poner la objeción del precio. ¿Es creíble?

Si por ejemplo, él te comenta que no tiene dinero en ese momento, podrías preguntarle:

"¿Podrías pagarme más tarde?" "¿Tendrías interés?" Si contesta que no, es evidente que la objeción es falsa y entonces tendrás que seguir averiguando el motivo real del rechazo. Si por el contrario, dice que sí, y puede retrasar el pago, intenta cerrar un pre-contrato (el pago a plazos u otro mecanismo de pago, etc.).

### **Ten el hábito de negociar**

Te sugerimos que aunque bajar los precios no sea el mejor camino, a veces es el único. Se podría tratar de evitar reducir los precios a cambio de algo: pequeños trabajos adicionales para el proyecto, otro servicio adicional con un menor coste, etc. Una disminución de los precios es una concesión y las concesiones no son gratuitas.

Si necesitas cambiar algo, mejor que bajar los precios, es añadir mejoras al servicio prestado.

### **Inseguridad**

En este caso, con la finalidad de inducirle más seguridad y confianza para que elija tus servicios podrías ofrecerle garantías: relacionadas al tiempo y a la funcionalidad.

También sería un buen momento para hacerle saber sobre las opiniones positivas que otros antiguos clientes dejaron sobre tu trabajo en tu perfil de Cronoshare.

### **Poco valor percibido**

Aunque el cliente intente conocer el precio antes, no cometas el error de poner los precios en la mesa antes de conocer sus necesidades. Pospón el tema "precio" y profundiza en conocer mejor las necesidades que tiene el cliente.

### **Competencia**

No es una buena señal si el cliente cree que tu oferta o servicio es exactamente igual a la de tu competencia. En ese caso, tu único recurso para diferenciarte frente a la competencia es dejar los precios más bajos —o mejorar el servicio prestado—. Después de presentar tu propuesta por teléfono, si el cliente no te contesta después de varios días, llámale de nuevo. La mejor manera de saber qué objeciones están posponiendo su decisión es hacer una llamada o e-mail de seguimiento.

## **Cómo fijar los precios para el cliente**

Cuando vas a contactar con un cliente, hay tres formas generales de indicarle tus tarifas. Dependiendo del tipo de servicio, puede ser que indiques un precio fijo, un precio por hora o que necesites más información para dar un presupuesto.

### **Servicios con precio/presupuesto fijo**

Deja muy claro al cliente qué es lo que se incluye en el precio y te recomendamos hacer un esfuerzo en dar un precio real y no una estimación. Si no quieres equivocarte, fija un precio mínimo e indica los servicios extra que harían que tu presupuesto aumente de precio.

### **Servicios con precio por hora**

Explica qué incluye la tarifa por horas y si hay un descuento si se realizan muchas horas. Si hay cargos o precios que no se incluyen en la tarifa, explícalo lo más detallado posible.

### **Servicios donde necesitas más información para dar presupuesto**

Si necesitas conocer más acerca del servicio (como tomar medidas, analizar el lugar del proyecto, etc.), trata de explicarle al cliente cuando le contactes y hazle saber qué información necesitas para poder darle un precio o presupuesto. Recuerda ofrecer al cliente una estimación del precio final aun cuando te falten datos. Los clientes suelen contratar a profesionales que son capaces de dar una aproximación al precio, incluso si es un rango amplio, pues demuestra profesionalidad y experiencia.

Entendemos que algunos trabajos requieren hablar con el cliente al detalle o visitar el lugar de trabajo antes de enviarle una aproximación al precio. Puedes basarte en antiguos trabajos para poder dar una aproximación lo más realista posible. Si aun así no te ves capaz para dar un presupuesto aproximado, puedes ser sincero y explicar las razones al cliente. Esto también tiene un efecto positivo en el cliente porque estás interesado en ayudarlo y dar un mejor presupuesto.

## **Cómo ser contratado por el cliente**

¿Qué puede hacer Cronoshare para ayudarte a conseguir nuevos trabajos y clientes?

Aquí te mostramos nuestros consejos favoritos para mejorar tu perfil y aumentar las oportunidades de ser elegido y contratado por los clientes:

- Completa tu perfil correctamente.
- Consigue opiniones de antiguos clientes y referencias contrastadas.
- Causa una buena impresión en tu primer contacto con los clientes.

### **Completa tu perfil**

Tu perfil es el primer sitio que los clientes visitarán para conocer más acerca de tu experiencia y trabajos pasados. Un perfil completo no solo ayuda a los clientes a conocerte mejor, sino que te da la oportunidad de dar a conocer cómo trabajas, algunas de tus tarifas, opiniones de otros clientes...; en definitiva: la oportunidad de que el cliente se decida por ti en vez de por otros profesionales.

¿Estás preparado para completar tu perfil profesional?

Entra en tu cuenta de Cronoshare y sigue estos pasos:

- Indica en qué has trabajado y tu experiencia en el sector.
- Responde unas preguntas acerca de tu experiencia y/o negocio.
- Añade fotos de anteriores trabajos.
- Pide a tus clientes de Cronoshare que te den una opinión.
- Pregunta a tus clientes de fuera de Cronoshare su opinión sobre ti o tu negocio.

### **Pide opiniones a tus clientes**

Las opiniones son uno de los factores que los clientes más tienen en cuenta para decidir si contratarte o no. Hemos comprobado que los profesionales con al menos una opinión tienen un 40% más de probabilidades de ser elegidos frente a los que no tienen ninguna valoración u opinión. Si consigues tener más de cinco opiniones positivas, la probabilidad aumenta hasta el 75% más que si no tuvieras ninguna.

Como puedes ver, es una gran idea pedir valoraciones a clientes actuales y pasados (incluso a colegas de trabajo o compañeros de profesión).

Consigue que tus clientes generen nuevos clientes solicitando que ellos publiquen sus opiniones en tu perfil profesional. Tus clientes satisfechos venden por ti: ten en cuenta que muchos usuarios de internet buscan opiniones antes de decidirse por un producto u otro y también lo hacen (y cada vez más) en la búsqueda de un profesional como tú.

¿Por qué es importante que otros clientes puedan leer opiniones de otros usuarios?

Porque así ganarás credibilidad. Si tuvieras referencias buenas, eso aumentará la probabilidad de que consigas un cliente más. Pide a tus clientes, a través de tu perfil de Cronoshare, que te valoren.

### **Causa una buena primera impresión al contactar**

Por norma general los clientes hacen más caso a los profesionales que envían mensajes bien detallados y amistosos, así que al realizar la llamada o enviar un e-mail debes transmitir una buena impresión, tal como querrías hacer en persona.

Para hacer esto, al inicio de la primera toma de contacto por email y/o teléfono debería incluir:

- Uso de su nombre para dirigirte a él/ella.
- Ponte en la situación del cliente y demuestra interés en resolver su problema.
- Explica tus precios o pide más información para dar un buen presupuesto.
- Explica cómo puedes ayudar al cliente en base a tu experiencia.



### **Sé amable y pon las cosas fáciles**

Ser profesional es importante, pero a veces ser muy formal puede quedar impersonal o desinteresado. Trata a cada cliente como si fuera único, muestra interés en ayudarlo y contacta con el cliente en la fecha u horarios que haya indicado en la solicitud. Respeta la forma de contacto inicial. Si indica que sólo por email, por algún motivo será.

### **Precios transparentes**

Tener el precio más bajo no significa que el cliente te va a elegir. En muchas ocasiones se busca más un profesional que pueda resolver su problema y ayudarlo, el precio no es tan importante, siempre que estés, dentro de precios de mercado. Si tus precios son superiores, explica porque y da razones lógicas de porque eres más caro que los demás. Puedes tener diferentes tarifas en función de los servicios que ofreces, a fin de cuentas tú eres el experto en tu sector. Intenta ser transparente y no tengas precios ocultos.

Cuantos más contactos hagas más posibilidades tienes que un cliente acepte tus servicios. Se constante y sigue nuestros consejos. De media, los profesionales consiguen llegar a acuerdos con uno de cada cuatro clientes contactados. Además te recomendamos que envíes mensajes de seguimiento para hacer saber a los clientes que estás interesado. A veces la perseverancia, sin resultar pesados o molestos, es la mejor forma de que te contraten.

---

Esperamos que estos consejos te vayan a ser útiles ahora y en el futuro.  
¡Nos vemos en Cronoshare!

