



SMART-DI
Group

Guía de Uso Preguntas de Descubrimiento

El objetivo de las preguntas de descubrimiento es identificar los problemas y oportunidades que el cliente puede estar enfrentando en la gestión de impresión y escaneo, para poder ofrecer una solución adecuada y personalizada. Estas preguntas también te permiten priorizar los problemas más relevantes para el cliente, lo que te ayudará a adaptar tus propuestas de manera efectiva.

1. Preparación: Antes de la Conversación

Antes de empezar la conversación con el cliente, asegúrate de tener un buen entendimiento de su sector y de los desafíos generales que enfrentan las grandes empresas en términos de gestión de impresión y escaneo.

Pasos Preparatorios:

- Investiga la dimensión y la estructura de la empresa (por ejemplo, ¿tienen múltiples sedes? ¿Manejan grandes volúmenes de impresión?).
- Identifica si hay alguna información preexistente, como registros de problemas o quejas anteriores, que te ayuden a dirigir mejor las preguntas.
- Ajusta las preguntas de acuerdo con el sector del cliente (banco, manufacturera, etc.) para que se sientan relevantes.



2. Durante la Conversación: ¿Cuándo Usar Cada Pregunta?



2.1 Iniciar la Conversación: Establecer Relación y Comprensión General

En esta etapa, el objetivo es empezar a conocer al cliente y hacerle sentir que comprendes su negocio. Usa preguntas más generales para abrir la conversación y no abrumar al cliente con temas técnicos de inmediato.

Ejemplo:

- "¿Cómo gestionan actualmente la distribución y el uso de sus equipos de impresión y escaneo a lo largo de la empresa?"
 - *Cuándo usarla: Al principio de la conversación para obtener una visión general de cómo manejan sus recursos y para conocer posibles áreas de mejora.*
- "¿Sienten que sus equipos de impresión y escaneo están siendo utilizados de manera óptima o hay áreas con subutilización?"
 - *Cuándo usarla: Justo después de entender su flujo general de trabajo, para identificar si hay ineficiencias en el uso de los recursos.*



2.2 Profundizar en Problemas Específicos: Identificar Dolores de Operación y Visibilidad

Aquí es cuando puedes hacer preguntas más específicas sobre los problemas que pueden estar afectando el rendimiento de sus equipos de impresión.

Ejemplo:

- "¿Cómo monitorean el uso de los equipos de impresión y escaneo en su empresa? ¿Tienen visibilidad completa sobre el volumen y el costo de los consumos?"
 - *Cuándo usarla: Después de haber hablado sobre sus recursos generales, esta pregunta puede descubrir si están perdiendo control sobre los costos y el uso de los equipos.*
- "¿Tienen alguna herramienta centralizada para controlar el uso y el rendimiento de los equipos de impresión en todas las sucursales o plantas?"
 - *Cuándo usarla: Una vez que hayas descubierto que podrían estar gestionando sus equipos de manera descentralizada, esto puede ayudar a identificar la falta de visibilidad en sus operaciones.*





2.3 Preguntar sobre Sostenibilidad y Cumplimiento Normativo: Profundizar en Prioridades Ambientales

Si el cliente menciona preocupaciones sobre el impacto ambiental, usa preguntas para entender más a fondo cómo lo están manejando y dónde pueden necesitar mejoras.

Ejemplo:

- *"¿Cómo está manejando su empresa la sostenibilidad en términos de impresión y escaneo? ¿Tienen objetivos específicos para reducir su huella de carbono en estas áreas?"*
 - *Cuándo usarla: Si el cliente menciona algún tipo de preocupación ambiental o en una industria que tiene regulaciones estrictas de sostenibilidad (por ejemplo, empresas de manufactura o bancos).*
- *"¿Cuáles son los principales retos que enfrenta al tratar de reducir el impacto ambiental de sus operaciones de impresión?"*
 - *Cuándo usarla: Después de haber planteado la pregunta inicial sobre sostenibilidad, esta profundiza en los desafíos específicos y los problemas reales que enfrentan.*



2.4 Explorar Costos y Eficiencia Operacional: Identificar Ineficiencias

Cuando identifiques que el cliente está buscando una mejora en sus costos o en la optimización de procesos, las preguntas de costos serán clave para comprender áreas donde puedes agregar valor.

Ejemplo:

- "¿Cómo gestionan los costos asociados con la impresión y escaneo en su empresa? ¿Tienen algún mecanismo para reducir gastos innecesarios?"
 - *Cuándo usarla: Una vez que hayas explorado su proceso actual y sus recursos, esta pregunta te ayuda a identificar puntos de ineficiencia relacionados con los costos.*
- "¿Están controlando los gastos de impresión y escaneo de manera eficiente, o hay áreas en las que podrían optimizar los costos?"
 - *Cuándo usarla: Si mencionan dificultades con el control de gastos, esta pregunta puede ayudar a profundizar en los puntos críticos.*





2.5 Evaluar la Necesidad de Soluciones de Integración: Cuellos de Botella y Escalabilidad

Si el cliente menciona preocupaciones sobre el impacto ambiental, usa preguntas para entender más a fondo cómo lo están manejando y dónde pueden necesitar mejoras.

Ejemplo:

- *"¿Cómo está manejando su empresa la sostenibilidad en términos de impresión y escaneo? ¿Tienen objetivos específicos para reducir su huella de carbono en estas áreas?"*
 - *Cuándo usarla: Si el cliente menciona algún tipo de preocupación ambiental o en una industria que tiene regulaciones estrictas de sostenibilidad (por ejemplo, empresas de manufactura o bancos).*
- *"¿Cuáles son los principales retos que enfrenta al tratar de reducir el impacto ambiental de sus operaciones de impresión?"*
 - *Cuándo usarla: Después de haber planteado la pregunta inicial sobre sostenibilidad, esta profundiza en los desafíos específicos y los problemas reales que enfrentan.*



3. Al Final de la Conversación: Priorizar los Dolores y Oportunidades

Una vez que hayas identificado varios problemas, es importante priorizarlos para determinar cuáles son los más relevantes para el cliente.

Ejemplo:

- "De todos los aspectos que hemos tocado hoy sobre la gestión de impresión y escaneo, ¿cuál considera que está teniendo el mayor impacto negativo en su empresa?"
 - *Cuándo usarla: Al final de la conversación, esta pregunta ayuda a identificar el problema más urgente o crítico para el cliente, y te permite centrarte en los puntos que realmente necesitan atención.*
- "¿Cómo cree que este dolor en la gestión de impresión podría afectar sus resultados a largo plazo, si no se resuelve?"
 - *Cuándo usarla: Después de identificar un dolor importante, esta pregunta ayuda a priorizar y a resaltar la urgencia de abordarlo, mostrando el impacto negativo a largo plazo.*

4. Cierre: Confirmar y Planificar los Próximos Pasos

Finalmente, después de haber cubierto los problemas principales y las oportunidades, asegúrate de cerrar la conversación de manera efectiva para seguir avanzando en el proceso.

Ejemplo:

- "Con todo lo que hemos hablado hoy, parece que hay varias áreas en las que podríamos ayudar a mejorar la eficiencia y reducir costos. ¿Le gustaría agendar una videollamada para discutir cómo podemos trabajar juntos para resolver estos desafíos?"
 - *Cuándo usarla: Al final de la conversación, para abrir la puerta a una reunión más detallada, si el cliente está interesado en explorar soluciones.*

- **Antes de la conversación:** Haz tu tarea investigando la empresa, conoce su tamaño y necesidades generales.
- **Durante la conversación:** Utiliza preguntas generales para establecer relación y obtener una visión general, luego profundiza según las respuestas que obtengas.
- **Al final de la conversación:** Prioriza los problemas y prepara los próximos pasos, asegurándote de que el cliente vea el valor en resolver los problemas identificados.



Cómo Manejar Clientes Que Son Cortantes, Reacios o No Quieren Responder

A veces, durante las conversaciones de descubrimiento, te encontrarás con clientes que son cortantes, evasivos o simplemente reacios a compartir detalles. Esto puede suceder por varias razones: pueden estar ocupados, no confiar plenamente en el proceso o simplemente no estar seguros de los beneficios que pueden obtener. En estos casos, es fundamental mantener una actitud profesional, calmada y estratégica para generar confianza y abrir canales de comunicación.

Aquí te doy algunas recomendaciones y enfoques que puedes usar cuando el cliente no quiere responder preguntas o es evasivo.

1. Construir Confianza Inicial

Enfoque; Generar confianza desde el principio

Antes de hacer cualquier pregunta de descubrimiento, asegúrate de que el cliente se sienta cómodo y confíe en ti. Si el cliente está reacio, es posible que no te sienta como una fuente confiable o aún no entienda el valor de la conversación. Puedes empezar con una breve introducción para establecer un contexto y hacerle saber que tu objetivo es ayudarlo.

Ejemplo:

- "Entiendo que el tiempo es valioso, y mi objetivo aquí es comprender cómo podemos apoyarles de la mejor manera para optimizar sus procesos de impresión y escaneo. Si hay algo que no esté claro o prefiera no tocar en este momento, por favor, hágamelo saber."

¿Por qué funciona? Establecer un tono claro de cooperación y transparencia hace que el cliente se sienta más cómodo y puede abrirlo a compartir información. También establece expectativas sobre el tiempo y el valor de la conversación.

2. Utilizar Preguntas Suaves o Reformuladas

Enfoque: Reformular preguntas y utilizar un enfoque menos intrusivo

Si el cliente es evasivo, tal vez las preguntas estén demasiado enfocadas o les parezcan demasiado directas. Reformular las preguntas de manera menos directa o más general puede ser útil para hacer que el cliente se sienta más relajado al compartir información.

Ejemplo:

- "Entiendo que en muchas empresas, gestionar los equipos de impresión puede ser complejo. ¿Cómo ha sido esa experiencia para ustedes hasta ahora?"
(En lugar de preguntar directamente sobre problemas específicos).

¿Por qué funciona? En vez de presionar al cliente para obtener detalles, esta pregunta general ofrece espacio para que compartan solo lo que estén dispuestos. También demuestra que entiendes el contexto y que estás buscando entender su situación sin ser intrusivo.

3. Reflejar y Validar Sentimientos

Enfoque; Utilizar la técnica de “reflejar” para mostrar empatía

Si un cliente es evasivo o no está dispuesto a compartir, a veces la razón es que se siente incómodo, o tiene dudas. En este caso, el reflejo de sus respuestas o emociones puede ayudar a validar su perspectiva y abrir un espacio para que se expresen con más claridad.

Ejemplo:

- Cliente: "No estoy seguro de cómo podría ayudarles nuestra empresa en este tema."
- Vendedor: "Entiendo que puede parecer difícil ver cómo esto podría aplicarse a su negocio en este momento. Muchas empresas en su industria también se sintieron así al principio, pero al identificar algunos puntos clave, logramos optimizar mucho su proceso."

¿Por qué funciona? Este enfoque valida sus dudas y crea una atmósfera más relajada. El cliente se siente escuchado, y esta empatía puede abrir la puerta para que compartan más información.



4. Utilizar Preguntas de "Desviación" para relajar el Ambiente

Enfoque: Hacer preguntas menos directas, pero relacionadas con el tema, que pueden facilitar una conversación más fluida.

Si notas que el cliente está reacio, hacer preguntas que se alejen un poco del tema central pero sigan siendo relevantes puede ayudar a romper el hielo y cambiar el tono de la conversación.

Ejemplo:

- "Muchos de nuestros clientes en el sector financiero, por ejemplo, mencionan cómo están integrando sus soluciones de impresión con sus esfuerzos de sostenibilidad. ¿Este tema ha sido relevante en sus discusiones internas recientemente?"

¿Por qué funciona? Las preguntas de desviación dan al cliente la oportunidad de relajarse sin sentirse presionado a responder directamente a cuestiones sensibles, pero aún permiten obtener información valiosa.

5. Proporcionar Opciones o Escenarios para Relajar la Decisión

Enfoque: Dar opciones a los clientes, permitiéndoles elegir una opción que sea más cómoda para ellos.

Cuando los clientes son reacios o no saben cómo responder, ofrecerles opciones puede hacer que se sientan más cómodos. Esta técnica también muestra que estás comprometido a encontrar una solución que se adapte a sus necesidades.

Ejemplo:

- "¿Sería útil para usted si exploramos cómo mejorar la visibilidad de los costos de impresión en su empresa, o prefiera empezar por revisar la eficiencia operativa de sus equipos de escaneo?"
- "Entiendo que el tiempo es limitado. ¿Preferiría que profundicemos en la eficiencia de sus equipos de impresión o en la reducción de costos operativos?"

¿Por qué funciona? Ofrecer opciones da al cliente el control de la conversación y puede hacer que se sienta más a gusto participando. Esto también permite que el cliente elija qué aspecto del negocio considera más relevante en ese momento.

6. Reconocer y Aceptar la Resistencia con Tácticas de Refuerzo Positivo

Enfoque: Aceptar la resistencia de manera positiva, sin presionar demasiado.

Algunos clientes pueden estar reacios a compartir información debido a desconfianza o falta de tiempo. En estos casos, es útil aceptar la resistencia y luego reforzar la conversación positivamente. Esto puede mejorar la disposición del cliente para participar.

Ejemplo:

- "Entiendo que no siempre es fácil discutir todos los aspectos de la gestión de impresión. Lo que estamos buscando es comprender mejor las áreas donde podría haber potencial para optimizar el proceso y reducir costos. Si en algún momento se siente cómodo compartiendo más, estaré encantado de explorar esas áreas con usted."

¿Por qué funciona? Aceptar la resistencia muestra que entiendes su punto de vista y no los estás presionando. Esto puede aliviar la tensión y darles el espacio que necesitan para abrirse.

7. Uso de Pruebas Sociales y Casos de Éxito

Enfoque: Compartir ejemplos de clientes similares para hacer más atractiva la conversación

Si el cliente está reacio, compartir casos de éxito o ejemplos de cómo otras empresas en una situación similar resolvieron sus problemas puede ayudar a disminuir la resistencia y aumentar la confianza.

Ejemplo:

- "He trabajado con empresas similares a la suya que enfrentaban problemas similares con la visibilidad y el control de costos de impresión. En uno de los casos, logramos reducir los costos operativos en un 25% en solo seis meses, implementando algunas estrategias simples. ¿Le gustaría saber más sobre este caso?"

¿Por qué funciona? El uso de casos de éxito puede hacer que el cliente se relaje al ver que otros han superado desafíos similares, lo que puede abrir la puerta a una mayor disposición a participar.



Preguntas Generales para Identificar Dolores en Gestión de Impresión y Escaneo

1. Sobre la Eficiencia Operacional

- "¿Cómo gestionan actualmente la distribución y el uso de sus equipos de impresión y escaneo a lo largo de la empresa?"
- "¿Sienten que sus equipos de impresión y escaneo están siendo utilizados de manera óptima o hay áreas con subutilización?"
- "¿Tienen procesos estandarizados para la gestión y mantenimiento de los equipos de impresión o depende de cada departamento?"

2. Sobre el Control y Visibilidad

- "¿Cómo monitorean el uso de los equipos de impresión y escaneo en su empresa? ¿Tienen visibilidad completa sobre el volumen y el costo de los consumos?"
- "¿Tienen alguna herramienta centralizada para controlar el uso y el rendimiento de los equipos de impresión en todas las sucursales o plantas?"
- "¿Le gustaría tener un control más detallado sobre el uso y los costos de impresión en tiempo real?"
- "¿Qué tan sencillo o difícil es para su equipo acceder a la información consolidada y precisa sobre los equipos de impresión o el gasto asociado?"
- "¿Siente que tiene una visión completa y precisa de lo que está sucediendo en la operación de impresión de su empresa? ¿Por qué?"

3. Sobre la Escalabilidad

- "A medida que su empresa crece, ¿cómo maneja la expansión de los equipos de impresión y escaneo? ¿Es fácil añadir nuevos equipos sin generar cuellos de botella?"
- "¿El crecimiento de su empresa está relacionado con un aumento en la demanda de impresión y escaneo? ¿Cómo están manejando esa escalabilidad?"
- "¿Cómo se aseguran de que los nuevos equipos de impresión o escaneo se integren de manera eficiente a su infraestructura existente?"

4. Sobre la Sostenibilidad y el Impacto Ambiental:

- "¿Cómo está manejando su empresa la sostenibilidad en términos de impresión y escaneo? ¿Tienen objetivos específicos para reducir su huella de carbono en estas áreas?"
- "¿Cuáles son los principales retos que enfrenta al tratar de reducir el impacto ambiental de sus operaciones de impresión?"
- "¿Qué medidas han tomado hasta ahora para reducir el desperdicio de papel o minimizar el uso de tinta y energía?"

5. Sobre la Seguridad y Cumplimiento Normativo

- "¿Cómo manejan la seguridad de los documentos escaneados y almacenados digitalmente? ¿Tienen un sistema claro para garantizar la protección de la información?"
- "¿Están sus equipos de impresión y escaneo alineados con las regulaciones de seguridad de datos y privacidad que deben cumplir?"
- "¿Tienen algún desafío en cuanto a garantizar la seguridad y el cumplimiento normativo dentro de sus operaciones de impresión?"

6. Sobre la Seguridad y Cumplimiento Normativo

- "¿Cuánto tiempo dedica su equipo a la gestión manual de documentos impresos o escaneados? ¿Sienten que están perdiendo tiempo en procesos administrativos?"
- "¿Cómo gestionan el archivo, almacenamiento y recuperación de los documentos escaneados? ¿Es eficiente este proceso?"
- "¿Tienen dificultades para integrar los documentos escaneados con otros sistemas o plataformas de gestión empresarial?"

7. Sobre los Costos y la Optimización Financiera

- "¿Cómo gestionan los costos asociados con la impresión y escaneo en su empresa? ¿Tienen algún mecanismo para reducir gastos?"
- "¿Están controlando los gastos de impresión y escaneo de manera eficiente, o hay áreas en las que podrían optimizar los costos?"
- "¿Han considerado alguna vez realizar un análisis detallado de los costos de impresión y escaneo en comparación con los beneficios que aporta a su empresa?"



8. Sobre la Gestión de Múltiples Sucursales o Ubicaciones

- "¿Cómo gestionan los equipos de impresión y escaneo en múltiples ubicaciones o sucursales? ¿Tienen algún desafío para coordinar el uso de estos equipos?"
- "¿Hay alguna forma de centralizar la gestión de los equipos de impresión a nivel corporativo, o cada ubicación maneja sus propios procesos?"
- "¿Qué tan eficiente es la distribución de recursos y mantenimiento de los equipos de impresión a través de las diferentes sedes de su empresa?"

9. Sobre la Integración de Sistemas

- "¿Cómo gestionan los equipos de impresión y escaneo en múltiples ubicaciones o sucursales? ¿Tienen algún desafío para coordinar el uso de estos equipos?"
- "¿Hay alguna forma de centralizar la gestión de los equipos de impresión a nivel corporativo, o cada ubicación maneja sus propios procesos?"
- "¿Qué tan eficiente es la distribución de recursos y mantenimiento de los equipos de impresión a través de las diferentes sedes de su empresa?"

10 Sobre la Capacitación y el Uso del Personal

- "¿Cómo gestionan los equipos de impresión y escaneo en múltiples ubicaciones o sucursales? ¿Tienen algún desafío para coordinar el uso de estos equipos?"
- "¿Hay alguna forma de centralizar la gestión de los equipos de impresión a nivel corporativo, o cada ubicación maneja sus propios procesos?"
- "¿Qué tan eficiente es la distribución de recursos y mantenimiento de los equipos de impresión a través de las diferentes sedes de su empresa?"

Preguntas para Priorizar los Dolores

- "De todos los aspectos que hemos tocado hoy sobre la gestión de impresión y escaneo, ¿cuál considera que está teniendo el mayor impacto negativo en su empresa?"
- "¿Hay algún desafío en la gestión de impresión y escaneo que esté impidiendo alcanzar sus objetivos de eficiencia o reducción de costos?"
- "¿Si pudiera mejorar uno de estos aspectos de inmediato, cuál cambiaría primero para mejorar el rendimiento de su empresa?"
- "¿Cómo cree que este dolor en la gestión de impresión podría afectar sus resultados a largo plazo, si no se resuelve?"

Preguntas para Priorizar los Dolores

Esta guía te ayudará a formular preguntas efectivas para comprender mejor el contexto del cliente y los problemas que enfrenta. La idea es hacer preguntas abiertas que permitan al cliente expresar sus desafíos de manera detallada. A continuación, te presento una estructura para diferentes áreas clave que podrían ser importantes para el cliente final.

1. Frustración por la Sobrecarga de Trabajo y la Falta de Recursos Humanos para Gestionarla

Preguntas Clave:

- "¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrenta en la gestión diaria de sus operaciones de impresión?"
- "¿Hay tareas que le gustaría que fueran más eficientes o automáticas en su proceso actual?"
- "¿Qué tan críticos son los recursos humanos en el mantenimiento y la gestión de estos procesos? ¿Hay suficiente personal para manejar todo de manera efectiva?"
- "¿Cómo impacta la falta de personal en la capacidad de su empresa para cumplir con sus objetivos a corto y largo plazo?"

Consecuencias Potenciales:

- "¿Cómo afecta la falta de recursos a la capacidad de su empresa para entregar a tiempo o mantener la calidad de servicio?"
- "¿Puede darme un ejemplo de un momento en el que la falta de personal o recursos haya impactado su capacidad para responder a una demanda o situación específica?"



2. Preocupación y Agobio por la Adquisición de Nuevos Clientes y la Participación en el Mercado

Preguntas Clave:

- "¿Cuál es la mayor preocupación que tiene actualmente para atraer nuevos clientes o expandir su participación en el mercado?"
- "¿Qué estrategia está utilizando para encontrar y atraer nuevos clientes? ¿Ha sido efectiva?"
- "¿Hay algún obstáculo en particular que está enfrentando al intentar adquirir nuevos clientes o expandir su base de clientes?"

Consecuencias Potenciales:

- "¿Cómo cree que estos desafíos están afectando la estabilidad o el crecimiento de su negocio?"
- "¿Qué significa para usted no poder alcanzar sus objetivos en términos de adquisición de clientes y participación en el mercado?"

3. Ansiedad y Preocupación por la Falta de Tiempo para Analizar la Información de Sostenibilidad e Impacto Ambiental

Preguntas Clave:

- "¿Cómo gestiona actualmente la recopilación y análisis de datos relacionados con el impacto ambiental de sus operaciones de impresión?"
- "¿Considera que tiene suficiente tiempo o herramientas para analizar estos datos de manera efectiva?"
- "¿Cuáles son las principales barreras para poder cumplir con los requisitos o estándares en términos de sostenibilidad e impacto ambiental?"

Consecuencias Potenciales:

- "¿Cómo gestiona actualmente la recopilación y análisis de datos relacionados con el impacto ambiental de sus operaciones de impresión?"
- "¿Considera que tiene suficiente tiempo o herramientas para analizar estos datos de manera efectiva?"
- "¿Cuáles son las principales barreras para poder cumplir con los requisitos o estándares en términos de sostenibilidad e impacto ambiental?"

4. Inquietud por la Visibilidad y Precisión en la Información Consolidada y Oportuna sobre la Operación de Clientes

Preguntas Clave:

- "¿Cómo recopila, consolida y analiza la información de sus operaciones de impresión actualmente?"
- "¿Siente que tiene acceso rápido y preciso a la información que necesita para tomar decisiones importantes?"
- "¿Hay áreas específicas en las que ve una falta de claridad o precisión en los datos que impactan su capacidad de operar eficientemente?"

Consecuencias Potenciales:

- "¿Cómo afecta la falta de visibilidad en la información al tomar decisiones críticas o al responder a sus clientes?"
- "¿Hay ejemplos específicos de situaciones donde la falta de información precisa ha llevado a problemas o pérdidas para su empresa?"

5. Incertidumbre por la Consolidación de Información Proveniente de Diferentes Soluciones o Instalaciones

Preguntas Clave:

- "¿Cómo maneja la información consolidada cuando proviene de múltiples soluciones de contabilidad de impresión o instalaciones en un solo cliente?"
- "¿Se siente cómodo con la precisión de los datos o cree que hay errores o inconsistencias en la información consolidada?"
- "¿Hay alguna preocupación particular con la información que necesita consolidar para mantener una visión general precisa y completa de sus operaciones?"

Consecuencias Potenciales:

- "¿Cómo maneja la información consolidada cuando proviene de múltiples soluciones de contabilidad de impresión o instalaciones en un solo cliente?"
- "¿Se siente cómodo con la precisión de los datos o cree que hay errores o inconsistencias en la información consolidada?"
- "¿Hay alguna preocupación particular con la información que necesita consolidar para mantener una visión general precisa y completa de sus operaciones?"