

Cómo tener éxito en Cronoshare

Descubre el proceso que utilizan los mejores profesionales para conseguir trabajos y clientes



cronoshare

Manual práctico para profesionales – Edición 2021 © Cronoshare

Te damos la bienvenida al manual práctico para profesionales de Cronoshare. En las siguientes páginas vamos a describir una serie de consejos para tener en cuenta 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 vez de enviarle un correo electrónico. Con esto puedes conseguir tener un trato más personal y cercano.

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.

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.

En las próximas páginas te recomendaremos algunos consejos probados por cientos de profesionales que colaboran con cronoshare.com, el *marketplace* líder en España que conecta clientes y profesionales de 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 contactarles e incrementes tus ingresos desde el primer día.

Para otras dudas o cuestiones sobre Cronoshare, por favor dirígete a nuestro centro de atención al cliente: [IR AL CENTRO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE CRONOSHARE](#)

Esperamos que aproveches al máximo el potencial que te ofrece Cronoshare. Todo el equipo de Cronoshare trabaja para ti, con el objetivo de construir la plataforma web y móvil de referencia para profesionales, freelance, autónomos y pymes.



Juan Pablo Cloquell
CEO en Cronoshare

Índice de contenidos

Cómo tener éxito en la primera toma de contacto	4
Método de contacto preferido por los clientes	5
Verificación del teléfono de los clientes	12
Cómo tener éxito en las llamadas comerciales	13
Cómo fijar los precios	16
Qué hacer para destacar frente a otros competidores	17

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 facilitar 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 por qué 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

Explícales qué 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 por qué 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, eso no estaría 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 en el que los clientes te puedan llamar. Si el cliente no te responde, realiza una llamada o envía un mail 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 llamarme 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 te resulta conveniente. Quedo a la espera de tu respuesta.

*Muchas gracias por tu tiempo,
María.*

Método de contacto preferido por los clientes

Los clientes eligen con qué medio prefieren ser contactados por los profesionales, al menos la primera vez que les contacten. Es **muy importante** respetar el medio preferido en el primer acercamiento con el cliente. Aunque tengamos todos los datos de contacto, hay que respetar su decisión al menos en la primera toma de contacto, para causar una buena impresión.

Esto son los tres métodos de contacto que pueden seleccionar los clientes cuando quieren que un profesional les contacte:

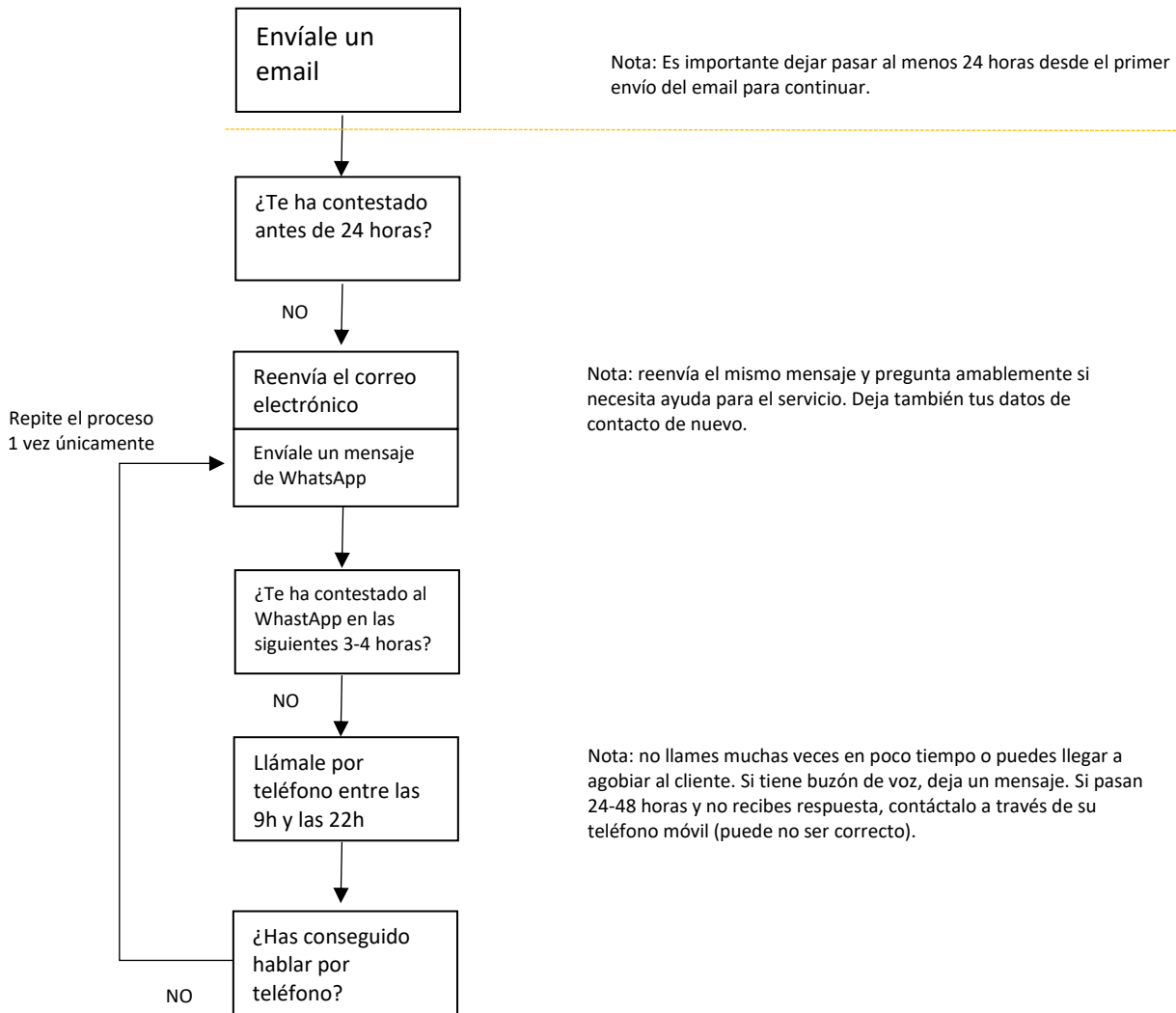
- Email
- Teléfono
- WhatsApp

A continuación os mostramos un esquema sobre la mejor forma de contactar según el método elegido por los clientes.





Estas recomendaciones están basadas en opiniones reales de profesionales en Cronoshare tras hablar con cientos de ellos. Representan las mejores tácticas y consejos basados en la experiencia utilizando la plataforma:

Método de contacto elegido – Solo email

Sigue los pasos cuando contactes con un cliente que ha elegido el correo electrónico como método de contacto preferido.



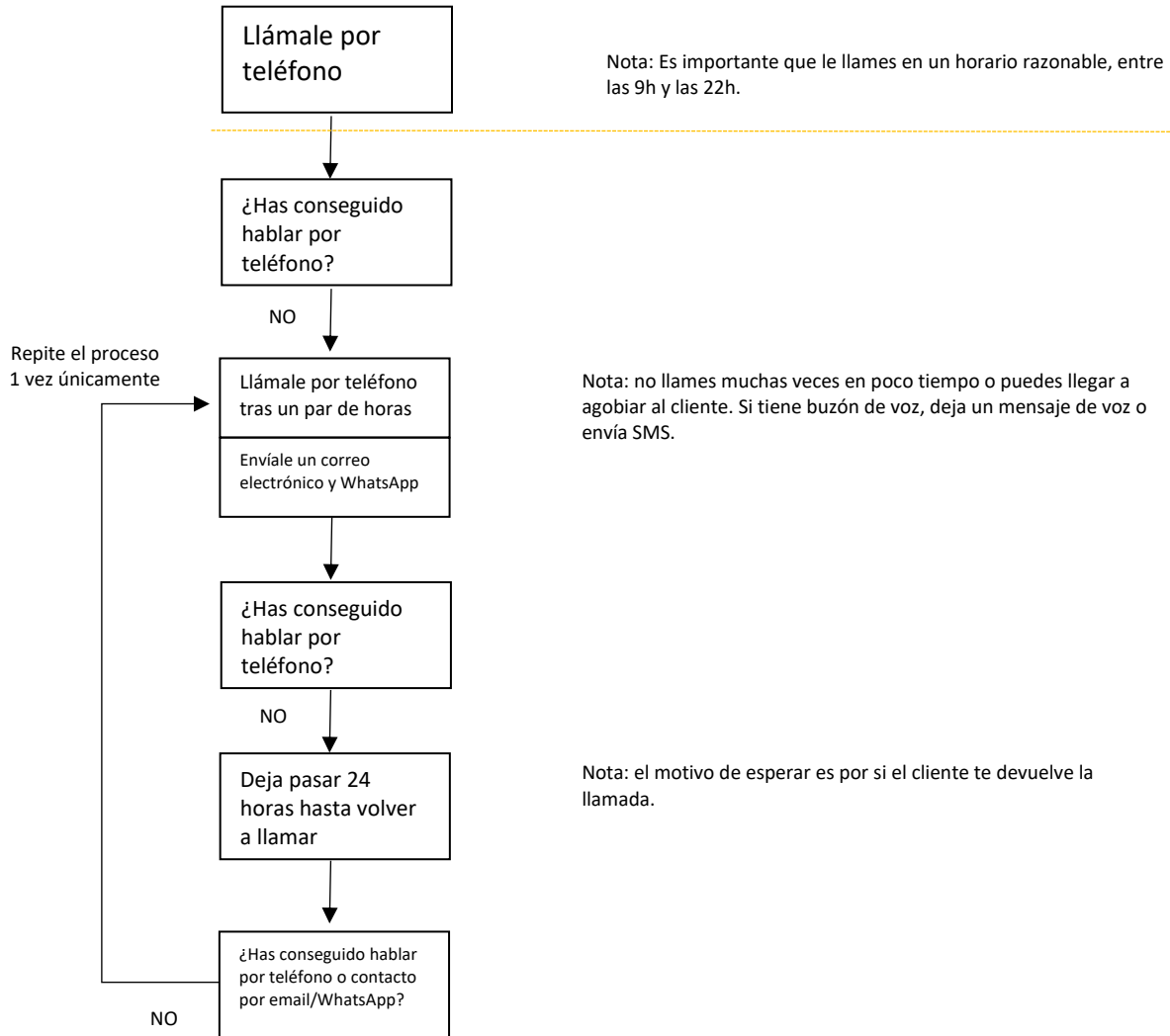
¿Qué método de contacto utilizo primero para contactar al cliente?

1. Email 
2. Mensaje de WhatsApp 
3. Mensaje SMS 
4. Llamada de teléfono 

Si algún dato de contacto del cliente es erróneo, por favor visita nuestro [centro de atención al cliente](#).

Método de contacto elegido – Solo teléfono

Sigue los pasos cuando contactes con un cliente que ha elegido el teléfono como método de contacto preferido.



¿Qué método de contacto utilizo primero para contactar al cliente?

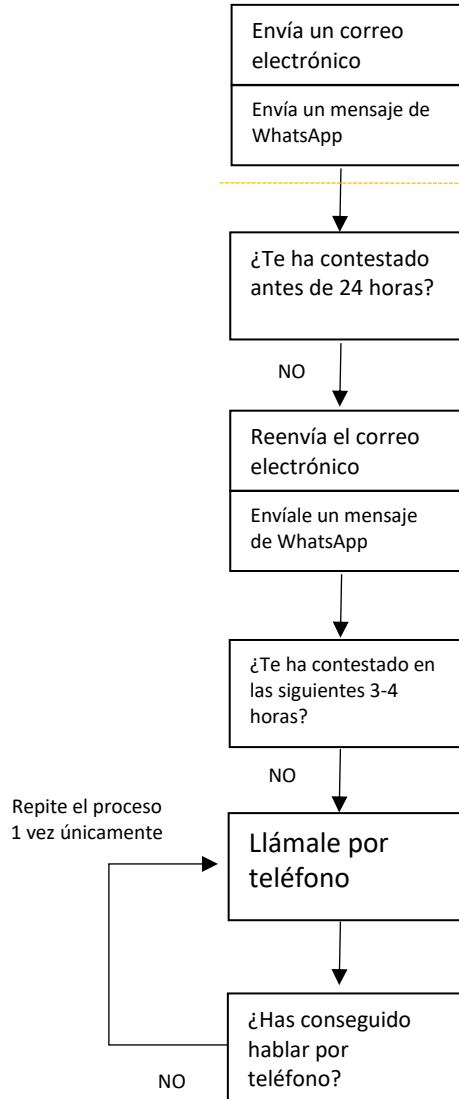
1. Llamada de teléfono
2. Mensaje SMS
3. Mensaje de WhatsApp
4. Email



Si algún dato de contacto del cliente es erróneo, por favor visita nuestro [centro de atención al cliente](#).

Método de contacto elegido - Email y WhatsApp





Sigue los pasos cuando contactes con un cliente que ha elegido el correo electrónico o WhatsApp como métodos de contacto preferidos.



Nota: deja pasar unas horas entre llamadas. El motivo de esperar es por si el cliente te devuelve la llamada.

No llames muchas veces en poco tiempo o puedes llegar a agobiar al cliente. Si tiene buzón de voz, deja un mensaje de voz o envía SMS.

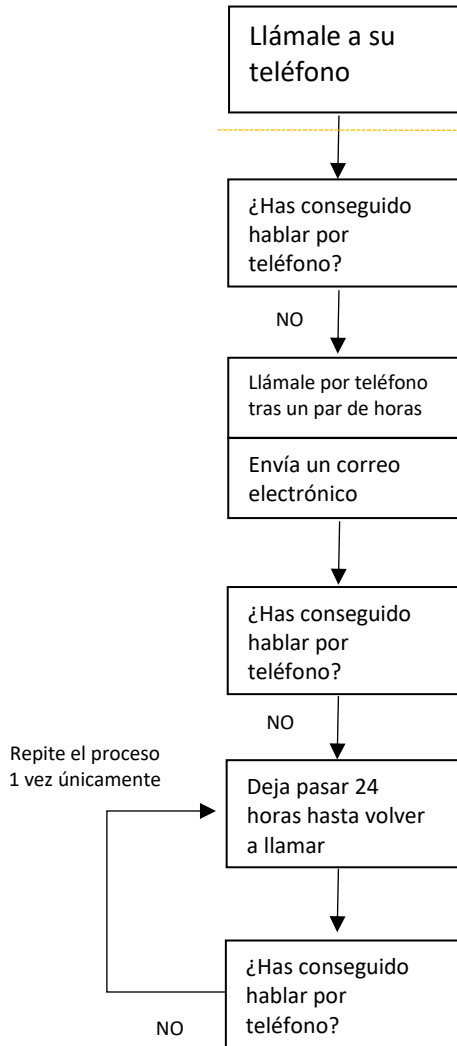
¿Qué método de contacto utilizo primero para contactar al cliente?

1. Mensaje de WhatsApp 
2. Email 
3. Mensaje SMS 
4. Llamada de teléfono 

Si algún dato de contacto del cliente es erróneo, por favor visita nuestro [centro de atención al cliente](#).

Método de contacto elegido - Email y teléfono





Sigue los pasos cuando contactes con un cliente que ha elegido el correo electrónico o una llamada de teléfono como métodos de contacto preferidos.



Nota: deja pasar unas horas entre llamadas. El motivo de esperar es por si el cliente te devuelve la llamada.

No llares muchas veces en poco tiempo o puedes llegar a agobiar al cliente. Si tiene buzón de voz, deja un mensaje de voz o envía SMS.

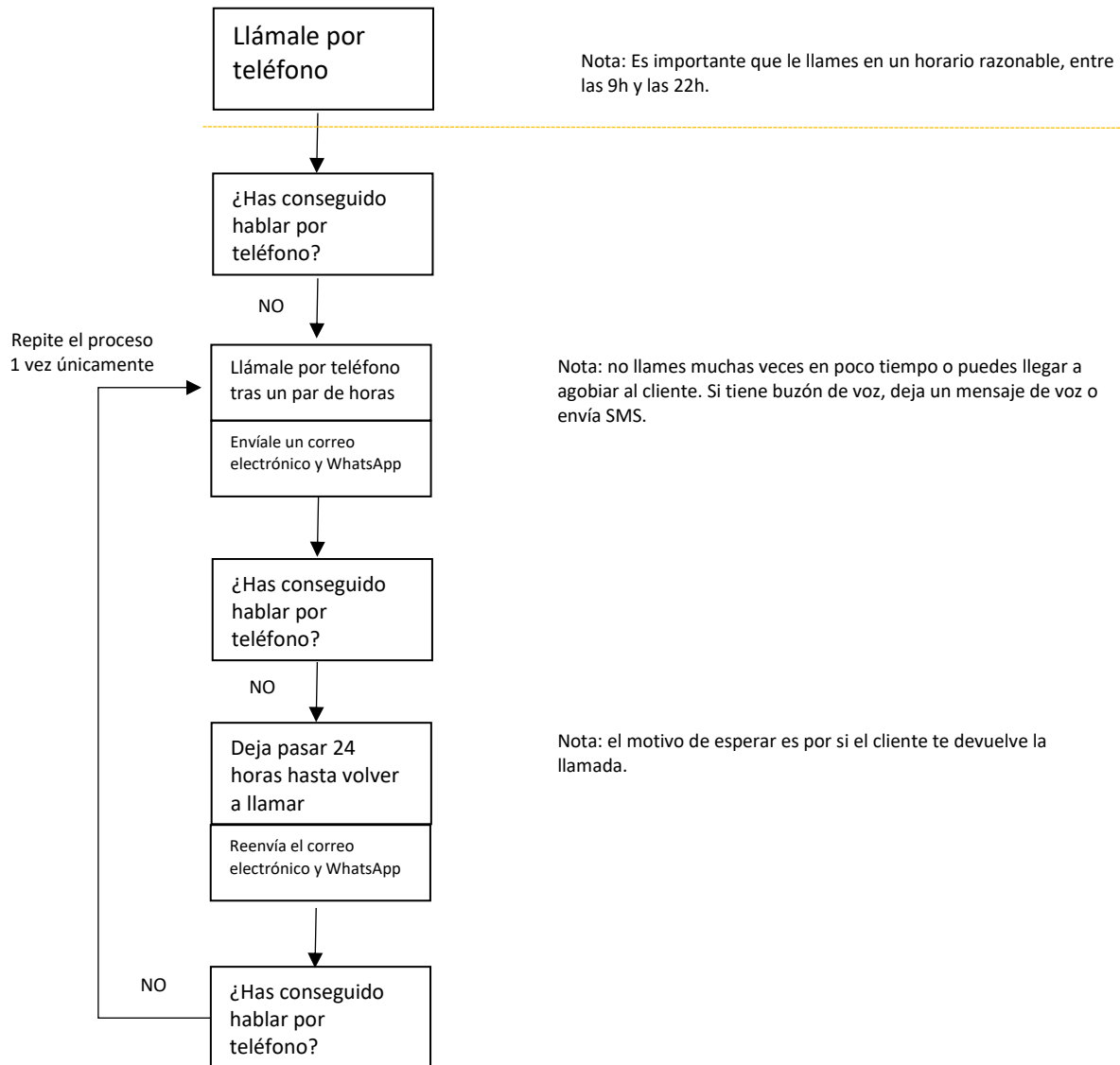
¿Qué método de contacto utilizo primero para contactar al cliente?

1. Llamada de teléfono 
2. Mensaje SMS 
3. Email 
4. Mensaje de WhatsApp 

Si algún dato de contacto del cliente es erróneo, por favor visita nuestro [centro de atención al cliente](#).

Método de contacto elegido - Email, teléfono y WhatsApp

Sigue los pasos cuando contactes con un cliente que ha elegido el correo electrónico, teléfono o WhatsApp como métodos de contacto preferidos.



¿Qué método de contacto utilizo primero para contactar al cliente?

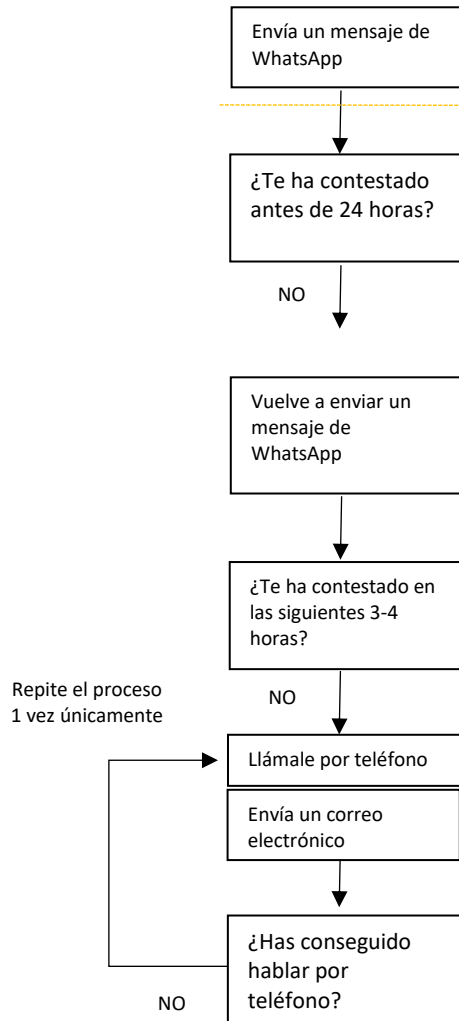
1. Llamada de teléfono
2. Mensaje SMS
3. Mensaje de WhatsApp
4. Email



Si algún dato de contacto del cliente es erróneo, por favor visita nuestro [centro de atención al cliente](#).

Método de contacto elegido - WhatsApp





Sigue los pasos cuando contactes con un cliente que ha elegido WhatsApp como método de contacto preferido.



Nota: deja pasar unas horas entre llamadas. El motivo de esperar es por si el cliente te devuelve la llamada.

No llares muchas veces en poco tiempo o puedes llegar a agobiar al cliente. Si tiene buzón de voz, deja un mensaje de voz o envía SMS.

¿Qué método de contacto utilizo primero para contactar al cliente?

1. Mensaje de WhatsApp 
2. Llamada de teléfono 
3. Mensaje SMS 
4. Email 

¿Hay algún dato de contacto erróneo en los datos de contacto?

Visita nuestro [centro de atención al cliente](#).

Verificación del teléfono de los clientes

Para aumentar la eficacia y las posibilidades de éxito de los profesionales, Cronoshare realiza un proceso de verificación del teléfono proporcionado por los clientes eligen cuando realizan su solicitud.

Este proceso consiste en el envío de un SMS al teléfono móvil indicado durante la toma de datos al cliente. Este SMS contiene una clave de 4 dígitos (PIN), que el cliente puede indicar en una página diseñada para tal fin. Si el cliente inserta ese código de 4 dígitos, automáticamente ese número de teléfono queda verificado.

Si por cualquier motivo el cliente no indica este código PIN, el teléfono se queda sin verificar, pero sigue pudiendo ser correcto.

Las solicitudes con teléfono verificado ofrecen a los profesionales un nivel adicional de seguridad a la hora de contactar con los clientes.

Desde el panel privado de los profesionales y para cada solicitud publicada, si esta consta de un teléfono verificado, se mostrará un icono verde y la frase "Teléfono validado", al lado de los datos de contacto.



Icono que se muestra si el teléfono ha sido validado mediante un SMS enviado al cliente

Los esquemas y flujos que se muestran en las páginas anteriores, siguen siendo recomendables tanto para contactar con clientes que dispongan de teléfono validado como si no lo tienen.

Cómo tener éxito al llamar a los clientes

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, todavía haciendo la revisión de la solicitud que acaba de publicar hace unos escasos minutos, cuando 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 de que estás intentando llamarle. 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 utilices 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 solo 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 de la charla que tuvisteis antes en la próxima llamada. Es importante dejar 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, puedes 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, 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.).

Haz de la negociación un hábito

Te sugerimos que, aunque bajar los precios no sea el mejor camino, a veces es el único. Podrías 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, puedes 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 con el tiempo y con la funcionalidad.

También podría ser 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 este 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 realizar una llamada o e-mail de seguimiento.

Cómo fijar los precios para el cliente

Cómo fijar los precios

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 aumentase 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 servicios 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 de 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.

Qué hacer para destacar frente a otros competidores

¿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 un 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 mismos 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 buenas referencias, eso aumentaría la probabilidad de conseguir un cliente más. Pide a tus clientes, a través de tu perfil de Cronoshare, que te valoren.

¿Cómo puedo solicitar valoraciones a mis antiguos clientes?

Lee la entrada sobre valoraciones externas de nuestro centro de ayuda en este enlace: <https://soporte.cronoshare.com/hc/es/articles/115001571812--Puedo-pedir-valoraciones-a-clientes-externos-a-Cronoshare->

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 conseguirlo, al inicio de la primera toma de contacto por email y/o teléfono deberías seguir los siguientes consejos:

- Haz so 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 hacerte parecer desinteresado. Trata a cada cliente como si fuera único, muestra interés en ayudarle y contacta con él/ella en la fecha u horarios que haya indicado en la solicitud. Respeta la forma de contacto inicial. Si indica que solo quiere contactos por email, por algún motivo será.

Precios transparentes

Tener el precio más bajo no significa que el cliente te vaya a elegir. En muchas ocasiones se busca más un profesional que pueda resolver su problema y ayudarle; el precio no es tan importante siempre que estés dentro de precios de mercado. Si tus precios son superiores, explica por qué y da razones lógicas de por qué 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.

Cuanto más contactos hagas, más posibilidades tienes de que un cliente acepte tus servicios. Sé 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.

Uso de WhatsApp para contactar con los clientes



Una opción cómoda para clientes y profesionales es el contacto a través de apps de mensajería instantánea, como WhatsApp. Es sencillo, rápido y directo.

Si contactas a través de WhatsApp, tus posibilidades de conseguir el trabajo aumentan.

Tan solo debes tener en cuenta varios detalles:

- Si utilizas tu número de móvil personal, evita tener una imagen de perfil poco seria. Igualmente el estado debe ser una frase acorde a tu profesionalidad y servicio.
- Utiliza el mismo guion de comunicación que si el contacto fuera por email, aunque puedes acortar los mensajes para que al cliente le sea fácil su lectura.
- Pregunta al cliente si le puedes enviar imágenes de otros trabajos, así los tendrá almacenados en la memoria de su teléfono y aumentarás las posibilidades de ser elegido.
- Si no puedes enviar imágenes, envíale la web de tu perfil público.

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