

Los 7 pasos de un go-to-market que genera negocio nuevo

Cada paso se apoya en activos y herramientas concretas. Marca solo lo que está **por escrito** y **usa todo tu equipo**: es lo que hace que tu go-to-market se pueda repetir y escalar.

	EL PASO	LO QUE TU EMPRESA NECESITA TENER	HERRAMIENTAS Y ACTIVOS	¿Lo tienes?
Entendiendo el mercado objetivo	<div>1</div> A quién vender <p>Las empresas que más valor sacan de lo que haces.</p>	<ul style="list-style-type: none">ICP por escrito para cada solución que vendesTus clientes arquetipo: los que querías multiplicarCriterios claros para descartar las empresas que no encajan	<div>ICP documentado por solución</div> <div>Anti-ICP</div> <div>Clasificación de cartera por ICP</div> <div>Modelo de cliente arquetipo y look alike</div>	☐
	<div>2</div> Quién decide <p>Las personas que deciden e influyen en la compra.</p>	<ul style="list-style-type: none">Un mapa de decisión por solución: quién decide, quién influye y quién validaUna ficha de cada perfil: cargo, objetivos y preocupacionesLo que prioriza cada perfil y cómo evalúa a los proveedores	<div>Buyer Decision Map</div> <div>Fichas de buyer persona por rol</div> <div>Matriz de jerarquía de valor por perfil</div>	☐
	<div>3</div> Qué les duele <p>Los problemas que les mueven a cambiar.</p>	<ul style="list-style-type: none">Los dolores de cada perfil, escritos con las palabras del clienteLas situaciones que disparan una compraCasos de clientes que muestran el antes y el después	<div>Mapa de pains y gains por perfil</div> <div>Matriz nice to have / must have</div> <div>Plantilla y proceso de casos de éxito</div>	☐
Relato de valor diferencial	<div>4</div> Por qué tú <p>Una diferencia que el cliente percibe y recuerda.</p>	<ul style="list-style-type: none">Tu propuesta de valor diferencial, por escritoUn relato comercial que todo el equipo cuenta igualWeb, presentación y discurso alineados con ese relatoPruebas: casos, resultados y referencias	<div>Propuesta de valor diferencial por playbook</div> <div>Informe analítico de competidores</div> <div>Guía de tono y discurso competitivo</div> <div>Repositorio de pruebas de valor</div>	☐
Captación multicanal	<div>5</div> Dónde están <p>Las empresas y personas exactas, en el momento justo.</p>	<ul style="list-style-type: none">Bases de datos hipersegmentadas de empresas y contactosTu mercado potencial medido: cuántas empresas y personasCuentas priorizadas por encaje y potencialSeñales que te avisan de qué empresas están en momento de compra	<div>Plataforma de bases de datos hipersegmentadas</div> <div>Cálculo de TAM por segmento</div> <div>Modelo de scoring de cuentas</div> <div>Plataforma de alertas de señales de compra</div>	☐
	<div>6</div> Cómo llegar <p>Que te conozcan y quieran hablar contigo.</p>	<ul style="list-style-type: none">Perfiles de LinkedIn de la empresa y del equipo alineados con tu discurso de valorContenidos que responden a los dolores de cada perfilCampañas por correo, teléfono y LinkedIn, personalizadas con IA	<div>Auditoría de perfiles de LinkedIn con puntuación</div> <div>Funnel de contenidos por etapa de compra</div> <div>Plataforma de outreach multicanal con secuencias</div> <div>Prompts de hiperpersonalización con IA</div>	☐
Proceso comercial	<div>7</div> Cómo convertir <p>Oportunidades que avanzan hasta el cierre.</p>	<ul style="list-style-type: none">Un CRM enriquecido que el equipo usa a diarioFases del proceso comercial con criterios claros para avanzarPipeline y previsión revisados cada semana	<div>CRM enriquecido, actualizado e interconectado</div> <div>Proceso comercial con criterios de paso</div> <div>Cuadro de mando de pipeline y forecast</div> <div>Playbook comercial por nicho</div>	☐

✓

Negocio nuevo de forma **predecible y escalable**

CON LOS 7 PASOS

La IA multiplica tu inteligencia comercial en cada uno.

CON PASOS A MEDIAS

La IA multiplica el ruido.

¿Te han quedado casillas en blanco?

Ahí está tu margen de crecimiento. En una sesión de contraste lo revisamos contigo paso a paso.

[Reservar mi sesión →](#)