

V.E.N.D.E. con IA

Kit de 25 Prompts de IA para Dueños de Negocio

Copia, pega, rellena los corchetes y decide mejor · Versión 1.0 · Agosto 2026

¿Qué es este kit?

"Quiero usar IA en mi negocio pero no sé qué pedirle" es la frase más repetida entre dueños de PyME. Este kit la resuelve: 25 prompts listos para copiar y pegar en tu herramienta de IA favorita (ChatGPT, Claude o Gemini — todas tienen versión gratuita), organizados por las 10 capacidades del método V.E.N.D.E. con IA. Incluye los 10 prompts oficiales del libro — uno por capítulo — más 15 contruidos sobre sus mismos frameworks. Cada uno es un ejercicio de minutos, no un proyecto de meses.

Cómo usarlos (4 reglas)

- Rellena TODOS los corchetes [así] con tu información real. Cuanto más contexto le das, mejor responde: la IA no conoce tu negocio — tú sí.
- La IA propone, tú decides. Trata cada respuesta como el borrador de un buen asesor, no como una orden: corrígela con lo que solo tú sabes.
- Verifica los datos que te dé (precios, características de software, cifras): la IA puede citar información desactualizada.
- Empieza por la capacidad que más te duele hoy. No necesitas los 25 prompts esta semana — necesitas el correcto.

Los prompts marcados con ★ son los oficiales del libro V.E.N.D.E. con IA, tal como aparecen en cada capítulo.

El mapa del kit: ¿qué te duele hoy?

Si tu problema es...	Ve a la capacidad	Prompts
No sé hacia dónde va mi negocio; apago fuegos todo el día	V1 · Dirección	1–2
No tengo claro a quién le vendo ni por qué me compran	V2 · Cliente	3–5
Compito por precio; mi oferta suena igual que las demás	V3 · Oferta	6–8
No sé por dónde conseguir más clientes	V4 · Canales	9–10
Mis clientes compran una vez y no vuelven	V5 · Relación	11–13
Las ventas dependen de mí o de la memoria de cada vendedor	V6 · Operación Comercial	14–16
Decido por corazonada; no sé qué números mirar	V7 · Datos	17–19
Pago software que nadie usa (o no sé cuál comprar)	V8 · Tecnología	20–21
Perdemos horas cada semana en tareas repetitivas	V9 · Automatización e IA	22–24
Quiero crecer con sistema, no con suerte	V10 · Crecimiento	25

V1 · Dirección — saber hacia dónde va tu negocio

1. El asesor incómodo para tu Mapa de Dirección ★

Úsalo: Cuando ya tienes un borrador de tu dirección y quieres detectarle los huecos antes de compartirlo.

"Soy dueño de [tipo de negocio] en [ciudad]. Este es el borrador de mi Mapa de Dirección: [pega tus cinco zonas]. Hazme las cinco preguntas más incómodas que un asesor experimentado me haría antes de creer en esta dirección, y señala cualquier respuesta que suene a 'ser todo para todos'."

2. Tus 3 movimientos estratégicos del año

Úsalo: Cuando tienes 17 objetivos y necesitas quedarte con tres.

"Soy dueño de [tipo de negocio]. Mi meta principal del año es [meta]. Esta es mi lista de proyectos e ideas pendientes: [pega tu lista]. Ayúdame a elegir solo TRES movimientos estratégicos: propón los tres con mayor impacto, dales a cada uno una métrica semanal que me diga si avanzo, y dime explícitamente qué cosas de mi lista NO debería hacer este año."

V2 · Cliente — entender a quién le vendes

3. Patrones de tus entrevistas con clientes ★

Úsalo: Después de entrevistar a tus mejores clientes (guion de 5 preguntas del Retrato del Cliente Ideal).

"Estas son mis notas de [número] entrevistas con mis mejores clientes: [pega tus notas]. Identifica los patrones que se repiten: por qué me eligieron, qué valoran más y qué palabras usan para describir su problema. Con eso, dame un borrador de mi cliente ideal con estos 8 elementos: quién es, qué intenta lograr, qué le duele, qué alternativa usa hoy, cómo decide comprar, dónde busca información, qué objeción lo detiene y qué lo haría volver o recomendar."

4. Minar tus propias reseñas

Úsalo: Antes de hacer una sola entrevista: tus clientes ya están diciendo qué valoran.

"Estas son las últimas 20 reseñas y comentarios de clientes de mi negocio: [pega reseñas de Google Maps, Facebook o Instagram]. Dime qué valoran más mis clientes, qué palabras exactas usan para describirlo y qué queja se repite. Al final, dame 3 frases para mi publicidad usando las palabras textuales de mis clientes, no las mías."

5. A quién NO venderle

Úsalo: Cuando ya tienes tu Retrato del Cliente Ideal y quieres dejar de atraer al cliente equivocado.

"Este es el retrato de mi cliente ideal: [pega tu retrato]. Descríbeme 3 perfiles de cliente que debería evitar o filtrar (los que negocian cada peso, no pagan a tiempo o consumen soporte de más), y dame las señales tempranas para detectar a cada uno desde la primera conversación, con una forma amable de decirles que no."

V3 · Oferta — que te elijan por valor, no por precio

6. 3 propuestas de valor para probar ★

Úsalo: Cuando termines tu Filtro de la Oferta Ganadora.

"Tengo una empresa de [giro]. Mi cliente ideal es [Elemento 1 de tu Filtro]. Le resuelvo [Elemento 2] y le prometo [Elemento 3]. Escribe 3 versiones de mi propuesta de valor, de máximo dos frases cada una, en español sencillo y sin tecnicismos, como se la diría a un cliente en 30 segundos. Hazlas distintas entre sí para que pueda probar cuál funciona mejor."

7. El argumento de tu precio

Úsalo: Cuando el cliente dice "está caro" y tu única respuesta es un descuento.

"Mi [producto o servicio] cuesta [precio]. El resultado concreto que entrega al cliente es [resultado, con números si los tienes]. Constrúyeme un argumento de valor con la lógica 'el precio es lo que pagas, el valor es lo que obtienes': compara el precio contra el beneficio esperado en pesos, y dame 2 formas de decirlo en una conversación de venta sin sonar a vendedor."

8. Portafolio: Estrella, Candidato o Zombi

Úsalo: Cuando tu catálogo creció tanto que nadie sabe cuál es la oferta principal.

“Esta es la lista de mis productos o servicios con su margen aproximado y qué tanto se venden: [pega tu lista]. Clasifica cada uno como Estrella (alto margen + buena demanda + genera recompra), Candidato (bajo margen pero buena demanda) o Zombi (bajo margen + poca demanda). Dime cuál debería ser mi oferta principal, cuáles revisar de precio y cuáles pausar o eliminar.”

V4 · Canales — llegar a tu cliente donde sí está

9. Tus 5 canales priorizados ★

Úsalo: Antes de invertir un peso más en publicidad o en un canal nuevo.

“Tengo una empresa de [tu giro] en [tu ciudad]. Mi cliente ideal es [describe a tu cliente: tipo de empresa o persona, cómo busca, cómo decide la compra]. Hoy mis clientes llegan por [tus canales actuales]. Sugiere los 5 canales de venta más adecuados para este cliente, clasifícalos como Alcance, Captura, Conversión o Regreso, dime qué métrica mínima debería medir en cada uno, y cuál me conviene activar primero y por qué.”

10. Pedir referidos sin que suene a comisión

Úsalo: Cuando un cliente acaba de recibir un buen resultado — el momento ideal del proceso de referidos.

“Mi cliente [tipo de cliente] acaba de recibir [producto/servicio y resultado]. Escribe 3 versiones de un mensaje breve (máximo 40 palabras) para pedirle de forma natural que me recomiende con alguien como él. Condiciones: agradece primero, facilita el cómo (que pueda reenviar algo), no ofrezcas comisión ni descuento, y suena a persona real.”

V5 · Relación — que el cliente vuelva y recomiende

11. Seguimiento postventa que no vende ★

Úsalo: 24 a 72 horas después de cada entrega.

“Escribe 3 versiones de un mensaje de WhatsApp de seguimiento postventa para un cliente de mi negocio de [tu giro] que recibió [tu producto o servicio] hace 48 horas. Condiciones: usa su nombre, pregunta cómo le fue, no vendas nada, suena a persona real y no a empresa, máximo 30 palabras. Tono: [cercano / profesional].”

12. Reactivación en el momento correcto

Úsalo: Cuando un cliente cumplió su ciclo natural de recompra y nadie lo ha contactado.

“Escribe 3 versiones de un mensaje de WhatsApp de reactivación para un cliente de mi negocio de [tu giro] que compró [producto/servicio] hace [X meses], que es su ciclo natural de recompra. Condiciones: usa su nombre, recuérdale con naturalidad que ya toca, ofrece agendar con dos opciones de día, no uses descuentos, máximo 40 palabras. Tono: [cercano / profesional].”

13. Responder a un cliente molesto

Úsalo: Cuando alguien te califica con 6 o menos, o deja una queja — y la respuesta importa más que la queja.

“Un cliente de mi negocio de [giro] me escribió esto: [pega la queja]. Escribe una respuesta que: reconozca el problema sin justificarse, ofrezca una acción concreta con fecha, invite a resolverlo por llamada, y suene a dueño que da la cara — no a plantilla corporativa. Máximo 60 palabras.”

V6 · Operación Comercial — vender con proceso, no con memoria

14. El primer borrador de tu playbook de ventas ★

Úsalo: Cuando cada vendedor explica tu negocio a su manera.

“Actúa como consultor comercial de una PyME. Mi empresa vende [producto o servicio] a [tipo de cliente]. Nuestras tres objeciones más comunes son [objeción 1], [objeción 2] y [objeción 3]. Redacta el primer borrador de un playbook de ventas de 5 páginas: propuesta de valor en lenguaje simple, preguntas para la primera conversación con un prospecto, respuesta estándar a cada objeción, y secuencia de seguimiento después de enviar una cotización.”

15. Autopsia de tus ventas perdidas

Úsalo: Al final de cada mes, con tu columna de Cerrado Perdido del Tablero Comercial.

“Estas son las oportunidades de venta que perdí en los últimos 3 meses, con su valor y la razón registrada: [pega tu lista]. Encuentra el patrón principal, dime si mi problema es de proceso (respuesta lenta, sin seguimiento), de precio o de posicionamiento, y propón la corrección más barata de probar este mes con cómo mediría si funcionó.”

16. Respuestas estándar a tu peor objeción

Úsalo: Cuando la misma objeción tumba ventas cada semana y cada quien la contesta como puede.

“Mi negocio vende [producto/servicio] a [tipo de cliente]. La objeción que más escucho es: '[objeción textual]'. Dame 3 respuestas estándar que cualquiera de mi equipo pueda usar: una que responda con una pregunta, una que responda con evidencia o caso real, y una que reencuadre el valor. Ninguna debe sonar agresiva ni rogona.”

V7 · Datos — decidir con información, no con corazonadas

17. Patrones en tus ventas ★

Úsalo: Como punto de partida de tu revisión semanal de datos.

“Estas son mis ventas de los últimos 3 meses, por [producto/servicio] y por semana: [pega aquí tu tabla desde Excel]. Mi negocio es [giro y ciudad]. Identifica los 3 patrones más relevantes, dime qué producto está cayendo o creciendo de forma inusual, y sugiérme una decisión concreta por cada patrón.”

18. Definir tus 5 señales semanales

Úsalo: Cuando no sabes qué números mirar cada semana (tu Brújula de Datos).

“Mi negocio es [giro, tamaño y cómo vendes]. Ayúdame a definir las 5 señales que debería revisar cada semana para dirigirlo con datos (por ejemplo: venta, margen, clientes nuevos, recompra, efectivo). Para cada señal dime: cómo se calcula, dónde consigo el dato sin software especial, y cuál sería un umbral de alerta razonable para un negocio como el mío.”

19. Explicar una caída antes de entrar en pánico

Úsalo: Cuando un número cayó y necesitas hipótesis ordenadas, no ansiedad.

“Mi venta cayó [X%] este mes contra el anterior. Estos son mis datos por producto y por semana: [pega tu tabla]. Mi negocio es [giro]. Dame las 3 explicaciones más probables ordenadas por probabilidad, qué dato revisaría para confirmar o descartar cada una, y qué decisión tomaría en cada caso. No me des consejos genéricos: usa mis números.”

V8 · Tecnología — comprar software que sí se usa

20. Tu analista de compras de software ★

Úsalo: Antes de contratar cualquier herramienta.

“Quiero comparar [herramienta A], [herramienta B] y [herramienta C] para [proceso: agendar citas / facturar / gestionar clientes] en una PyME de [giro] con [número] empleados en [país]. Dame una tabla con: costo mensual del plan básico, integraciones disponibles con [herramientas que ya uso], si permite exportar mis datos en formato estándar, y qué soporte ofrece en español. Al final, dime qué preguntas debería hacerle a cada proveedor antes de firmar.”

21. Auditoría de las suscripciones que ya pagas

Úsalo: Una vez al semestre: el software que nadie usa también es una fuga.

“Estas son las herramientas y suscripciones que mi negocio paga cada mes, con su costo y quién las usa: [pega tu lista]. Dime cuáles se traslapan entre sí, cuáles parecen no usarse lo suficiente para justificar su costo, y qué preguntas concretas debería hacerle a mi equipo antes de cancelar cada una. Ordena el ahorro potencial de mayor a menor.”

V9 · Automatización e IA — multiplicar sin contratar

22. Qué automatizar primero ★

Úsalo: Cuando sabes que pierdes horas en tareas repetitivas pero no sabes por dónde empezar.

“Estas son las 10 tareas más repetitivas que mi equipo hizo esta semana en mi empresa de [giro y tamaño]: [lista cada tarea, quién la hace y cuántas veces por semana]. Clasifica cada una por frecuencia (alta/baja) y por riesgo si falla frente al cliente (alto/bajo), acomódalas en una matriz de frecuencia × riesgo, y recomiéndame cuál automatizar primero, cuáles necesitan validación humana y cuáles deben seguir siendo manuales. Explica el porqué de cada recomendación.”

23. Respuestas rápidas para WhatsApp Business

Úsalo: Cuando tu equipo teclea las mismas respuestas todos los días.

“Estas son las 10 preguntas que mis clientes hacen todos los días por WhatsApp: [pega las preguntas]. Mi negocio es [giro] y mi tono es [cercano/profesional, de tú/de usted]. Redacta una respuesta estándar para cada una, breve y clara, lista para guardar como respuesta rápida en WhatsApp Business. Donde falte un dato mío (precio, horario), déjalo marcado entre corchetes.”

24. De 'cómo lo hacemos' a procedimiento de una página

Úsalo: El paso previo a automatizar: documentar. Sin proceso escrito, la automatización solo acelera el desorden.

“Así hacemos hoy [proceso, ej. tomar y entregar un pedido] en mi negocio de [giro]: [describe los pasos como los harías tú]. Conviértelo en un procedimiento paso a paso de una página que un empleado nuevo pueda seguir sin ayuda: numera los pasos, señala qué puede salir mal en cada uno y cómo resolverlo, y marca qué pasos podrían automatizarse con herramientas simples.”

V10 · Crecimiento Aumentado — crecer con sistema, no con suerte

25. Tu estrategia de crecimiento ★

Úsalo: Cuando ya tienes datos y quieres crecer con hipótesis y experimentos, no con ocurrencias.

“Actúa como mi estrategia de crecimiento. Mi negocio es [qué vendes, a quién y en qué ciudad]. Mi métrica más importante es [tu North Star Metric]. He observado que [un patrón de tus datos, p. ej. 'mis mejores clientes recompran antes de 30 días']. Propón 3 hipótesis de crecimiento en el formato 'Si hacemos X, el cliente hará Y, porque Z'. Para cada una, diseña el experimento mínimo: qué probar, con cuántos clientes, durante cuántos días y qué métrica define el éxito. Ordénalas de la más barata a la más cara de probar, y recomiéndame con cuál empezar esta semana.”

Este kit forma parte del ecosistema V.E.N.D.E. con IA, creado para ayudarte a vender más, crecer con orden y construir una empresa más rentable con ayuda de la inteligencia artificial.

Conoce el libro V.E.N.D.E. con IA y encuentra más herramientas, recursos, cursos, webinars, asesoría y comunidad en: vendeconia.com.mx

¿Dudas, comentarios o sugerencias? Escríbenos: contacto@vendeconia.com.mx

Registro de cambios: v1.0 · Agosto 2026 · Versión inicial.