



Ventas B2B – Simon

| | |
|--|---|
| ¿Cuál es el error común al diseñar propuestas B2B según el texto? | Asumir que el cliente es un ser perfectamente racional que procesa toda la información. |
| Personaje de ficción de la economía clásica con capacidad de cálculo infinita e información perfecta: | Homo economicus |
| En el entorno real B2B, el cliente no busca la mejor decisión posible, sino la primera decisión _____. | Aceptable |
| Concepto: Hombre Administrativo | Decisor que busca una alternativa suficientemente buena según sus criterios de aspiración. |
| ¿Qué busca el Hombre Administrativo en lugar de la optimización absoluta? | La satisfacción pragmática (<i>Satisficing</i>). |
| En el modelo administrativo, ¿cómo es la búsqueda de alternativas? | Secuencial y limitada. |
| ¿Qué deben priorizar las ventas B2B para reducir el riesgo percibido? | Casos de éxito, testimonios y referencias de clientes similares. |
| Etapas del proceso de decisión de Simon donde se detecta que existe un problema: | Inteligencia |
| Etapas del proceso de decisión de Simon donde se desarrollan las posibles soluciones: | Diseño |
| Etapas finales del proceso de decisión de Simon donde se selecciona una alternativa: | Elección |
| ¿Cuál es el objetivo del marketing en la etapa de 'Inteligencia'? | Nombrar el problema mediante contenido de <i>awareness</i> antes de que el cliente lo articule. |
| Término de Herbert Simon que une ' <i>satisfy</i> ' (satisfacer) y ' <i>suffice</i> ' (basta): | <i>Satisficing</i> |
| ¿Qué detiene el proceso de búsqueda de un cliente B2B? | Encontrar la primera opción que supera su umbral mínimo de aceptabilidad. |
| Menciona tres criterios críticos que suelen detener la búsqueda del cliente: | Seguridad percibida, precio en rango aceptable y confianza en el proveedor. |

| | |
|--|---|
| Metáfora: La Tijera de Simon | Representa la racionalidad como dos hojas: los límites cognitivos y el entorno de decisión. |
| ¿Qué representa la 'hoja interna' de la Tijera de Simon? | Los límites cognitivos del decisor, como su atención, sesgos y experiencia. |
| ¿Qué representa la 'hoja externa' de la Tijera de Simon? | El entorno donde se decide: información disponible, formatos, plazos y alternativas. |
| ¿Sobre cuál de las dos hojas de la Tijera de Simon puede actuar el equipo de ventas? | La hoja externa (diseño del entorno de decisión). |
| Ejemplo de diseño de la 'hoja externa' para reducir la carga cognitiva: | Presentar una propuesta en una sola página con los puntos clave. |
| ¿Por qué se bloquean a menudo las decisiones en los comités de compras B2B? | Por el choque de mapas cognitivos e incentivos distintos entre departamentos. |
| ¿Qué prioridad suele tener la Dirección General en una reunión de ventas? | El riesgo estratégico y la ventaja competitiva a largo plazo. |
| ¿Qué prioridad suele tener el departamento de Finanzas ante una propuesta? | El ROI, el control presupuestario y el periodo de recuperación (<i>payback</i>). |
| Tipo de decisiones que son rutinarias, repetitivas y manejadas por procesos establecidos: | Decisiones programadas |
| Tipo de decisiones que surgen ante crisis o situaciones nuevas y mal estructuradas: | Decisiones no programadas |
| ¿En qué tipo de decisiones aporta más valor un Interim Manager? | En las decisiones no programadas donde los procedimientos habituales no sirven. |
| Según Simon, el recurso escaso en la economía actual no es la información, sino la _____. | Atención humana |
| ¿Qué función cumplen las emociones en el proceso de decisión B2B? | Actúan como filtros selectivos que determinan a qué se presta atención. |
| Definición de intuición en el contexto de ventas: | Reconocimiento de patrones que permite acelerar el análisis del decisor. |
| ¿Cuál es la función principal de la IA para un director comercial del futuro? | Filtrar el exceso de información para concentrar la atención en lo importante. |

| | |
|--|--|
| ¿En qué área de decisión sigue siendo imprescindible el criterio humano frente a la IA? | En las decisiones no programadas y la gestión de personas. |
| ¿Por qué la venta cruzada suele cerrar más rápido que la adquisición de nuevos clientes? | Porque el cliente ya ha superado la incertidumbre inicial y confía en el proveedor. |
| Concepto: Dividendo emocional | La base de confianza que reduce el coste de decisión para ampliar la relación comercial. |
| El objetivo final de un vendedor no es convencer, sino reducir la _____ del cliente. | Incertidumbre |
| En marketing B2B, ¿qué busca demostrar el contenido de autoridad? | Conocimiento del sector para generar confianza antes del contacto directo. |
| ¿Qué es el 'Efecto Martillo' (Maslow) mencionado en el texto? | La tendencia a aplicar la misma solución (ej. bajar precios) a todos los problemas. |
| Acción de marketing para facilitar la etapa de 'Diseño': | Crear comparativas, guías técnicas y casos de uso. |
| ¿Cómo debe abrirse una conversación de ventas según el modelo administrativo? | Con el problema que se resuelve, en lugar de mostrar el catálogo de productos. |
| ¿Qué prioriza el departamento de Operaciones/IT en un comité de compras? | La implementación, la integración y los recursos técnicos necesarios. |
| La racionalidad limitada implica que el decisor tiene información _____, limitada y costosa. | Imperfecta |
| ¿Qué herramienta de marketing refuerza la seguridad en la fase de 'Elección'? | Prueba social (testimonios y logos de clientes actuales). |
| Para reducir alternativas en el entorno de decisión, se recomienda un máximo de _____ opciones. | Tres |
| ¿Cuál es el propósito de un 'piloto acotado' en el proceso de ventas? | Reducir el riesgo percibido antes de que el cliente asuma un compromiso total. |
| ¿Qué departamentos suelen entrar en conflicto en una venta B2B compleja? | Dirección, Marketing, Ventas, Finanzas y Operaciones. |
| En el modelo administrativo, el cliente detiene la búsqueda cuando alcanza su nivel de _____. | Aspiración |
| La IA en ventas ayuda a la personalización a escala mediante la adaptación de _____. | Estructuras de propuestas y contenidos según el perfil del lead. |

| | |
|---|---|
| ¿Qué acción de ventas ayuda a mantener la reputación de calidad tras la firma? | Revisiones periódicas de resultados (QBR). |
| En B2B, la reputación es un activo que funciona como un reductor de _____. | Fricción |
| ¿Qué indica que un cliente está utilizando un criterio de 'satisfacción'? | Que elige la primera opción que cumple sus requisitos básicos sin comparar todo el mercado. |
| La simplificación inteligente consiste en reducir la _____ cognitiva del cliente. | Carga |
| El vendedor experto utiliza la intuición para reconocer _____ en los primeros minutos de la reunión. | Patrones |
| ¿Cómo afecta el tiempo escaso a la toma de decisiones del directivo B2B? | Le obliga a buscar soluciones 'suficientemente buenas' rápidamente. |
| Estrategia para gestionar el comité de compras: identificar al _____ interno de la decisión. | Impulsor |
| ¿Qué busca el marketing en la etapa de 'Elección'? | Facilitar el cierre mediante garantías y urgencia razonada. |
| En la Tijera de Simon, ¿puedes cambiar la hoja interna del cliente? | No, solo se puede diseñar la hoja externa (el entorno). |
| La venta cruzada es el resultado natural de haber gestionado bien la _____ desde el inicio. | Relación |



JN
CRS
SVLL

Interim Manager de Marketing y Ventas

juancarlos@juancarlossevilla.es

T 601315 665

www.juancarlossevilla.es