SESIÓN 18 · INFORME DE CIERRE · 16 DE JUNIO AL 7 DE OCTUBRE DE 2026

LO QUE CONSTRUIMOS Y LO QUE APRENDIMOS

En cuatro meses, Eleven Sales pasó de tener sólo un dominio a tener marca, sitio, CRM conectado y una pauta que encontró a su prospecto. **144 personas** llegaron a tu CRM, **25 con perfil claro**, y hubo **9 citas**, con **$26,588** de inversión en pauta.

> El aprendizaje más valioso: quien hoy responde tiene producto y quiere entrar a Amazon, pero todavía no tiene presupuesto para un servicio mensual. Saberlo con datos es el punto de partida para lo que sigue.

01 · EL PROYECTO EN UNA PÁGINA

CUATRO MESES, TRES CICLOS

Del arranque, el 16 de junio, a la pausa del 6 de octubre. La inversión sale de Meta y Google, y los prospectos de tu CRM. Contamos personas únicas, sin pruebas, sin duplicados y sin tu número.

144

Personas en tu CRM

32 en el ciclo 1, 63 en el ciclo 2 y 49 en el ciclo 3.

25

Con perfil claro

Dicen qué venden y tienen producto listo o cuenta activa. 21 de ellos llegaron en el ciclo 3.

9

Citas agendadas

Una aceptó la propuesta y después se retiró. Ningún cierre.

$26,588

Inversión en pauta

Meta $21,640 y Google $4,949. En Facebook e Instagram vieron los anuncios 462 mil personas.

CICLO	INVERSIÓN	PERSONAS	CON PERFIL	CITAS	COSTO POR PERFIL
Ciclo 1 · 15 jul al 14 ago Aprender a medir	$7,612	32	0	0	—
Ciclo 2 · 15 ago al 14 sep Calidad sobre volumen	$11,715	63	4	2	$2,929
Ciclo 3 · 15 sep al 7 oct Encontrar al prospecto	$7,262	49	**21**	**7**	**$346**

CICLO	INVERSIÓN	PERSONAS	CON PERFIL	CITAS	COSTO POR PERFIL
Total	**$26,588**	**144**	**25**	**9**	**$1,064**

LO IMPORTANTE

Con una inversión parecida, el costo por prospecto con perfil bajó de $2,929 a $346 del ciclo 2 al ciclo 3.

02 · EL RECORRIDO

DE UN DOMINIO A UN SISTEMA

17 sesiones semanales, cada una con su página de reporte. Así avanzó el proyecto, etapa por etapa.

00

16 JUN AL 14 JUL

Construir la base

Sesiones 1 a 5. El punto de partida era sólo el dominio.

- Discovery y posicionamiento: especialista en cuentas de Amazon, no escuela para principiantes ni agencia 360.
- Revisión de tu marca en el IMPI y nueva solicitud para el logo nuevo (expediente 3658916).
- Logo de barras ascendentes, manual de marca y kit comercial.
- Sitio elevensales.com.mx en vivo y plan de medios del primer mes.
- Accesos, Odoo y Calendly listos para arrancar.

Marca, sitio y plan

01 15 JUL AL 14 AGO

Aprender a medir

Arranca la pauta el 15 de julio.

- El formulario del sitio llega a tu CRM desde el 27 de julio, con conversiones también del lado del servidor hacia Meta.
- Pipeline de 14 etapas en Odoo, razones de pérdida y protocolo de cuatro toques.
- Meta se reconstruyó el 4 de agosto para buscar prospectos y no visitas, con un público de 2.3 millones en lugar de 97 millones.
- WhatsApp oficial conectado a tu CRM y a la bandeja de conversaciones.
- Tu portal de cliente, desde el 13 de agosto.

$7,612 · 32 personas · 0 con perfil

02 15 AGO AL 14 SEP

Calidad sobre volumen

Menos conversaciones sueltas y más gente que vende de verdad.

- Bot de primer contacto que pregunta qué vende cada persona.
- Se cortaron las ubicaciones que se llevaban el 99% del gasto al sitio sin traer prospectos.
- Google rescatado: conversiones depuradas y puja corregida.
- Mensaje nuevo el 1 de septiembre: 12 piezas y un sitio con tus tres servicios.
- CRM sin duplicados: una persona, un registro (10 de septiembre).
- El 11 de septiembre nace el formulario «¿Qué vendes?».

$11,715 · 63 personas · 4 con perfil · 2 reuniones

03 15 SEP AL 7 OCT

Encontrar al prospecto

El formulario se vuelve el canal principal.

- Google separado por línea de negocio: Lanzamiento, Amazon Ads e Integral.
- Protocolo de atención con plantillas aprobadas.
- Tu CRM subido a Meta como público, para excluir a quien ya conoces y buscar gente parecida.
- Anuncio «de Mercado Libre a Amazon», el que más prospectos trajo al final.
- Filtro de inversión y tres anuncios por dolor el 5 de octubre.
- Pausa acordada el 6 de octubre.

$7,262 · 49 personas · 21 con perfil · 7 citas

03 · QUÉ TRAJO CADA CAMINO

UNA PUERTA FUNCIONÓ

Todo el proyecto, cruzado con tu CRM por el anuncio de origen de cada prospecto.

CAMINO	INVERSIÓN	CON PERFIL	CITAS	COSTO POR PERFIL
Formulario dentro de Facebook e Instagram «¿Qué vendes?», desde el 11 de septiembre	$3,509	**22**	**6**	**$160**
Anuncios al sitio Diagnóstico, Registro y Lanzamiento	$11,522	3	3	$3,841
Anuncios a WhatsApp Diagnóstico, Amazon Ads y Remarketing	$6,609	0	0	—

CAMINO	INVERSIÓN	CON PERFIL	CITAS	COSTO POR PERFIL
Google Búsqueda, desde agosto	$4,949	0	0	—
Total	**$26,588**	**25**	**9**	**$1,064**

Lo que sí funcionó

- **Preguntar «¿qué vendes?»** sin sacar a la persona de Facebook trajo 22 de los 25 prospectos con perfil, con el 13% de la inversión.
- **El sitio** trajo las tres primeras reuniones con marcas que ya vendían: Serintae, Bondful y Mayoristas Online.

Lo que no se repetiría

- **Los anuncios a WhatsApp** trajeron la mayor parte del volumen, pero eran conversaciones y no clientes: ningún prospecto con perfil.
- **Google** casi no tiene búsquedas de «agencia de Amazon». Su volumen está en «cómo vender en Amazon», que es gente que apenas empieza.

04 · LAS NUEVE CITAS

DÓNDE SE DETUVIERON

Salen de tu CRM y de tus notas. Es la lectura más honesta del proyecto.

PROSPECTO	QUÉ VENDE	QUÉ PASÓ
Arturo · Serintae Sitio · propuesta 8 sep	Ya vende en Amazon	No respondió a la propuesta.
Carlos · Bondful Sitio · reunión sep	Ya vende en Amazon	Se fue con otro proveedor.
Manuel · Mayoristas Online Sitio · reunión 18 sep	Aceites para auto, ya vende en Mercado Libre	Aceptó y dio acceso a su cuenta. El 2 de octubre retiró los accesos.
la_beña Formulario · 17 sep	Bolsas de piel, ya vende	Seguía respondiendo; faltaba cuadrar agenda.
Myr Águila Formulario · cita 21 sep	Galletas de amaranto	Lo revisaba con sus socios.
Octavio Conejo Formulario · cita 24 sep	Cajas de madera	Se le hizo caro para su presupuesto.
Sandro · Jump Fruit Formulario	Pulpas de fruta	Reprogramó tres veces y no llegó el 2 de octubre.
Esperanza Formulario	Cosmética herbolaria	No llegó a la reunión del 2 de octubre.
Carlos · Vidrio Soplado Azteka Formulario · cita 1 oct	Macetas y cristalería, dos años en Amazon	Le pareció caro el servicio.

TU LECTURA, EN TUS PALABRAS

«Sí está llegando la gente más calificada. Les llama la atención la propuesta, las herramientas de inteligencia artificial, que vayamos por fases. El tema es que son empresas muy pequeñas y no están dispuestas a invertir.» Los datos dicen lo mismo: en septiembre, **15 de los 21 prospectos con perfil todavía no vendían en Amazon**.

05 · LO QUE APRENDIMOS

LO QUE NOS DIJO EL MERCADO

Es lo que más vale de estos cuatro meses: ya no son supuestos, son datos de tu cuenta y de tus conversaciones.

Quién responde

- **Marcas chicas con producto e inventario** que quieren entrar a Amazon. En septiembre fueron 15 de los 21 prospectos con perfil.
- **Lo que los mueve** son tres dolores: no tienen tiempo de operar la cuenta, Amazon les suspendió la cuenta, o ya venden en Mercado Libre y quieren replicarlo.
- **Lo que los convence**, en tus palabras: las herramientas de IA, el trabajo por fases y «si tú ganas, ganamos».

Qué califica

- **Escribir qué vende** filtra mejor que cualquier rango de ventas. Un umbral de $50 mil al mes habría dejado fuera a las primeras dos reuniones.
- **El botón de WhatsApp no filtra:** trae conversación, no perfil.
- **Meta no tiene un público de «vende en Amazon».** La calificación tiene que salir de la pregunta, no de la segmentación.

Qué frena

- **El presupuesto del prospecto.** Quieren ver resultados antes de pagar un servicio mensual.
- **El precio frente al tamaño de la empresa:** una marca que todavía no vende siente cualquier mensualidad como un riesgo.
- **La empresa mediana o grande** que buscas casi no llega por pauta abierta. Ese perfil pide otro camino: búsqueda directa, referidos o contacto uno a uno.

Qué acelera

- **Contestar en minutos.** Las citas salieron de conversaciones contestadas rápido. Serintae recibió respuesta en 7 minutos.
- **Hablar de su producto antes que de tu servicio.** El anuncio «de Mercado Libre a Amazon» trajo más que los demás.
- **Preguntar la inversión desde el formulario.** Arrancó el 5 de octubre: de los 4 primeros, 1 tenía buen perfil y presupuesto de $10 a $20 mil.

06 · AJUSTES QUE HICIERON LA DIFERENCIA

LO QUE CORREGIMOS

Cada uno salió de leer la cuenta y tu CRM, no de suponer.

✓

Meta buscaba visitas, no prospectos

Se reconstruyeron las campañas para optimizar a contactos reales, y el público se cerró de 97 millones a 2.3 millones de personas.

4 ago

Ubicaciones que se comían el gasto

Las apps de terceros se llevaban el 99% del gasto al sitio sin traer prospectos. Se apagaron para toda la cuenta.

24 ago

Google sin entregar

Primero la verificación del anunciante y después un tope de puja bajo frenaron la entrega. Se corrigió y se separó por línea de negocio.

jul a sep

Una persona, un registro

Odoo creaba registros dobles con cada WhatsApp. Se unificaron y ya no se duplican: la lectura del CRM pasó de 55% a 20% de descarte real.

10 sep

La pregunta correcta

El formulario «¿Qué vendes?» dentro de Facebook se volvió el canal principal y trajo 22 de 25 perfiles.

11 sep

Banners que no traían a nadie

Los banners sobre reels se llevaban el 35% del gasto al sitio, con cero prospectos. Fuera.

24 sep

Mensajes de WhatsApp completos en tu CRM

Meta firma cada mensaje, y Odoo rechazaba los que traían acentos o enlaces. Se arregló, y los mensajes que no habían llegado se recuperaron en cada prospecto.

28 sep

Filtro de inversión

El formulario pregunta cuánto piensa invertir y quién decide, a petición tuya. La respuesta llega a tu CRM.

5 oct

07 · TODO LO QUE CONSTRUIMOS

LO QUE YA EXISTE

Todo esto queda hecho y sirve igual para retomar Eleven Sales o para arrancar cualquier proyecto nuevo.

Marca y presencia

- Logo, manual de marca y tokens de color y tipografía.
- Revisión de la marca en el IMPI y solicitud del logo nuevo.
- Sitio elevensales.com.mx con tus tres servicios, calculadora, preguntas frecuentes y formulario conectado.
- Kit comercial y brochure de presentación.

Pauta

- Cuentas de Meta y Google configuradas, con medición del navegador y del servidor.
- Formularios de Meta para Diagnóstico, Lanzamiento, Amazon Ads y Registro, ahora con filtro de inversión.
- Públicos de visitantes, de registros y de tu CRM, con su similar al 1%.
- Campañas de Google por línea de negocio, con sus palabras negativas.

Creativos y contenido

- Tres ángulos de arranque en julio y cuatro conceptos en agosto.
- Campaña fundamental de 12 piezas: Amazon Ads, Rentabilidad y Lanzamiento.
- Anuncio «de Mercado Libre a Amazon» y tres anuncios por dolor.
- Dos parrillas orgánicas de 8 publicaciones cada una, con stories y copies.
- Guiones de tres videos, uno por servicio.

CRM y automatización

- Pipeline en Odoo con etapas, requisitos por etapa y razones de pérdida.
- Cada prospecto llega con el anuncio del que vino.
- WhatsApp oficial conectado a Odoo y a la bandeja, con plantillas aprobadas.
- Bot de primer contacto que pregunta qué vende cada persona.
- Unión automática de duplicados por teléfono y correo.

Seguimiento

- Tu portal de cliente, con bandeja, CRM, métricas y entregas.
- Aviso diario de que todo estuviera conectado (apagado con la pausa).
- 17 páginas de reporte semanal, con tu feedback en cada una.

Documentos para tu operación

- Protocolo de atención de prospectos y protocolo de reportes.
- Tutorial de tu pipeline en Odoo.
- Machote de cotización.
- Investigación de mercado y competencia, y auditoría estratégica.

08 · LO QUE QUEDA EN TUS MANOS

CÓMO QUEDA TODO HOY

La pauta está en pausa. Lo que no cuesta sigue funcionando, para que no se pierda ningún prospecto que llegue solo.

QUÉ	ESTADO	CÓMO SE RETOMA
Campañas de Meta	En pausa desde el 6 de octubre	Se reactivan desde el Administrador de anuncios. Guardamos la configuración de cada una.
Campañas de Google	En pausa desde el 7 de octubre	Se reactivan desde Google Ads.
WhatsApp y formularios a tu CRM	**Funcionando**	Quien escriba o llene un formulario por su cuenta te llega a Odoo como siempre.
Sitio elevensales.com.mx	**En vivo**	Vive en tu hosting y con tu dominio.
Portal y bandeja de conversaciones	**Funcionando**	Viven en la infraestructura de la agencia.
Aviso diario de conexiones	Apagado el 7 de octubre	Se vuelve a prender al retomar la pauta.

Es tuyo

- La cuenta publicitaria de Meta, el pixel y tu página.
- La cuenta de Google Ads.
- Tu Odoo, con todo el historial de prospectos y conversaciones.
- El número de WhatsApp oficial.
- El sitio, el hosting y el dominio elevensales.com.mx.
- Los archivos de marca y todos los creativos.

Vive en la agencia

- **Las conexiones** que llevan WhatsApp, el sitio y los formularios a tu Odoo.
- **La bandeja de conversaciones y tu portal.**
- **La llave con la que esas conexiones escriben en tu Odoo,** que hoy está a nombre de Chris.
- Si en algún momento quieres que todo viva de tu lado, lo dejamos documentado paso a paso: WhatsApp vuelve a llegar directo a Odoo con un solo cambio, y la llave se pasa a un usuario tuyo.

- Quedan tres pendientes técnicos, ya anotados para cuando retomemos: **confirmar las notas de voz** en la bandeja con un audio real, **renovar la verificación** del número de WhatsApp en Meta y que el bot no pregunte justo después de tus plantillas.

09 · LO QUE SIGUE

CUANDO RETOMEMOS

Acordamos pausar mientras arranca Joy Ventures, que estimas operar en diciembre. Lo aprendido aquí no se pierde: es el punto de partida.

Si retomamos Eleven Sales

- **Arrancar con lo que ya funcionó:** formulario dentro de Facebook con «¿qué vendes?», inversión y quién decide.
- **Hablarle a quien ya vende,** con el mensaje de Mercado Libre a Amazon y el de cuenta suspendida.
- **Una oferta de entrada** para la marca chica que hoy responde, y el servicio completo para la mediana.
- **Contacto directo y referidos** para la empresa grande, que la pauta abierta casi no trae.

Para Joy Ventures

- **La página web** se puede construir mientras corren los trámites del Registro Nacional de Turismo y las altas con proveedores.
- **El mismo sistema:** marca, sitio, CRM conectado, pauta que califica desde la primera pregunta y reporte semanal.
- **Sin empezar de cero:** ya sabemos qué preguntar, qué medir y qué apagar a tiempo.

Gracias por la confianza de estos cuatro meses, Mario. Cuando Joy Ventures esté lista, o cuando quieras retomar Eleven Sales, **nos avisas y arrancamos**.

10 · ANEXO

SESIÓN POR SESIÓN

Las 17 sesiones del proyecto, con lo que vimos y lo que decidimos en cada una. Cada sesión desde la 7 tiene su página de reporte en esta misma liga.

SESIÓN	QUÉ VIMOS	QUÉ DECIDIMOS
S1 16 jun	**Discovery.** Brief del negocio, insumos de la primera semana y estado del logo y del dominio.	Arrancar desde el dominio, con sesiones semanales cada martes.
S2 23 jun	**Identidad y arquitectura.** Presentación «De marca a mercado», benchmark, revisión de la marca en el IMPI y precios.	Posicionamiento: especialista en cuentas de Amazon. Escalera de oferta de la consulta al Full Partner.
S3 30 jun	**Logos, landing y plan de medios.** Tres rutas de logo, landing de una página y plan del primer mes.	Plan de $10,000 (70% Meta, 30% Google) en 9 estados; el kit comercial pasa a la S4.
S4 7 jul	**Sitio publicado.** Logo autorizado, sitio en vivo, kit comercial y creativos en tres ángulos: Rentabilidad, Catálogo y Crecimiento.	Nueva solicitud del logo ante el IMPI; campañas listas para configurar.
S5 14 jul	**Activación.** Accesos, Odoo y Calendly listos.	Autorizaste los primeros $10,000 y probar dos caminos en Meta: WhatsApp y sitio.
S6 21 jul	**Primera semana con pauta.** Meta: $1,354 y 824 visitas a la landing, sin prospectos medidos. Google sin entregar.	Revisar la medición y resolver la verificación del anunciante en Google.
S7 28 jul	**Optimización y medición.** Google verificado y optimizado; conversiones del servidor en Meta; formulario conectado a Odoo.	Protocolo de cuatro toques y pipeline por etapas en Odoo.

SESIÓN	QUÉ VIMOS	QUÉ DECIDIMOS
S8 4 ago	**Auditoría profunda.** Meta optimizaba a visitas y no a prospectos, con un público de casi 100 millones.	Meta reconstruido en dos carriles, sitio y WhatsApp, con 2.3 millones de público y el filtro «¿Ya vendes en Amazon?». Google a concordancia amplia.
S9 13 ago	**Lectura del ciclo 1.** 32 prospectos; WhatsApp a $78.50 por conversación; Google entregó del 5 al 10 de agosto y se detuvo.	Plan del ciclo 2, arranque de tu portal y escribir antes de llamar.
S10 18 ago	**Primera semana del ciclo 2.** Google estaba frenado por un tope de puja bajo; conversaciones que llegaban a Odoo sin datos.	Puja corregida, conversaciones recuperadas; WhatsApp a $225 y sitio a $105 al día.
S11 25 ago	**Calidad sobre volumen.** Las apps de terceros se llevaban el 99% del gasto al sitio; investigación de competencia y de Mercado Libre.	Ubicaciones apagadas, campaña «Registro calificado», cuatro creativos nuevos y 24 negativas en Google.
S12 1 sep	**Mensaje nuevo.** Anuncios con una pregunta reconocible, 12 piezas nuevas y un sitio con tres puertas de entrada.	Reparto de $378 al día por servicio, menú de Servicios destacado ese mismo día y empezar por Amazon Ads.
S13 8 sep	**Medición corregida.** Los registros dobles de Odoo inflaban el descarte: el real era de 20%. El seguimiento no era el cuello de botella.	Ritmo de $329 al día, CRM sin duplicados y machote de cotización.

SESIÓN	QUÉ VIMOS	QUÉ DECIDIMOS
S14 15 sep	**Cierre del ciclo 2.** 64 prospectos, 4 con perfil, 2 reuniones y 1 propuesta.	Aprobaste el ciclo 3 ($10,000, Google por línea de negocio), la bonificación de $2,000 y el protocolo de atención.
S15 22 sep	**Primera semana del ciclo 3.** 18 prospectos, 10 con perfil y 3 citas; el formulario, a $46 por prospecto con perfil.	Formulario a $120 al día, remarketing en pausa y aprobaste 8 publicaciones orgánicas.
S16 29 sep	**Mitad del ciclo.** El formulario trajo los 15 con perfil y las 3 citas; tres motivos de compra; Mayoristas Online aceptó la propuesta.	Formulario a $170 con un segundo anuncio, Registro como formulario y Google a $50.
S17 6 oct	**Cierre de septiembre.** 56 prospectos, 21 con perfil y 8 citas; el freno principal, el precio.	Filtro de inversión, tres anuncios por dolor y pausa del proyecto.

