Guion de la presentación

Hoja por hoja, lo que conviene decir en voz alta, las preguntas que conviene hacer en ese momento y el tiempo que conviene gastar. La presentación que se proyecta es index.html: cada hoja enlaza con su sección.

Reparto de tiempos (orientativo)

- 1 · Portada — 2 min
- 2 · Lo que nos habéis pedido — 5 min
- 3 · Lo que vamos a hacer — 5 min
- 4 · Las tres opciones — 8 min
- 5 · Qué incluye cada una — 7 min
- 6 · El panel de gestión — 6 min
- 7 · Cómo trabajamos — 6 min
- 8 · Plazos y costes — 5 min
- 9 · Cierre y próximos pasos — 4 min

Total: unos 48 minutos. Para una reunión de 45 minutos, se recorta la sección 5 a 4 minutos y la 3 a 3.

SECCIÓN 1 DE 9

Portada

2 MIN

Ver en la presentación: index.html#seccion1

QUÉ DECIR

«Gracias por recibirnos. Somos Nuberu Labs y vamos a enseñaros cómo puede quedar la web de MM Mecánica de Motos con la tienda de recambios.»

«La idea de esta reunión es sencilla: vuestra web es lo que ya os piden —el taller, los servicios, las restauraciones y las reseñas— y, si queréis, una tienda online al lado donde vender recambios de Vespa.»

«Vamos a ver tres opciones, qué incluye cada una y cuánto cuesta cada una. No vamos a recomendaros ninguna: es vuestra decisión y vamos a muerte con la que elijáis.»

«Al final os digo las tres cosas que necesitamos de vosotros y en cinco días laborables os mandamos la propuesta por escrito.»

PREGUNTAS QUE CONVIENE HACER

? «¿Quién está hoy en la reunión y quién lleva el taller en el día a día?»
[PENDIENTE: nombre y cargo de la persona de contacto]

? «¿Es esta reunión la que cerramos para la web, o hay más gente que opine?»

SECCIÓN 2 DE 9

Lo que nos habéis pedido

5 MIN

Ver en la presentación: index.html#seccion2

QUÉ DECIR

«Esto es lo que nos escribisteis el 19 de noviembre, con vuestra propia letra, y queremos empezar por ahí para que veáis que lo hemos leído.»

«Primera cosa: una web profesional donde enseñar el taller, los servicios, las restauraciones de Vespa y las reseñas. Segunda: una tienda de recambios y accesorios, empezando por lo que ya tenéis físicamente en el taller y ampliando el catálogo poco a poco, con catálogo, stock, pagos y envíos… y gestionándolo vosotros mismos.»

«Tercera: el precio completo, los costes mensuales, el mantenimiento, lo de Google y que todo quede a vuestro nombre. Y cuarta: una solución a largo plazo, sin rehacer la web cuando empiece la venta de recambios. Que además son las opciones y el presupuesto detallado.»

«Las cuatro están recogidas. Y sobre lo de Google os decimos una cosa de entrada: preparamos la web para que Google la entienda y la pueda indexar, pero no prometemos posiciones ni número de visitas. Eso depende de la competencia y de lo que se promocione.»

PREGUNTAS QUE CONVIENE HACER

? «¿Lo que habéis escrito es todo lo que queréis de la web, o se os ocurre algo más?»

? «¿Las reseñas que queremos enseñar son las de Google, o las elegís vosotros una selección?»

? «Sobre la titularidad: ¿tenéis dominio ya, o lo creamos nosotros con vosotros?»

SECCIÓN 3 DE 9

Lo que vamos a hacer

5 MIN

Ver en la presentación: index.html#seccion3

QUÉ DECIR

«Son cinco bloques. Cada uno tiene su página en las maquetas, así que vais a poder pulsar y verlo.»

«La web del taller: una página por servicio para salir en búsquedas, las restauraciones con su antes y su después, las reseñas y el contacto, con los botones de llamar y de WhatsApp siempre visibles.»

«La tienda: catálogo por categorías, ficha de producto con precio, stock y con qué modelos de Vespa es compatible cada pieza —que es la pregunta que más se repite en un mostrador— carrito, pago, envío a la Península y recogida en el taller.»

«El panel de gestión, para que lo uséis vosotros: productos, stock y pedidos sin llamarnos. Y lo preparamos para Google: títulos, descripciones, datos estructurados, mapa del sitio y el alta en Search Console.»

«Y una formación: os dejamos una sesión grabada con vuestro ordenador y vuestro móvil, una chuleta y el PDF con los accesos. Y todo queda a vuestro nombre: dominio, tienda, pasarela de pago, correo y el código.»

PREGUNTAS QUE CONVIENE HACER

? «¿Alguien del taller sabe manejar un ordenador con soltura? ¿Y el móvil?»

? «¿Las fotos las hacéis vosotros o preferís que las hagamos nosotros en el taller?»

? «¿Quién va a escribir las descripciones de los recambios?»

SECCIÓN 4 DE 9

Las tres opciones, en una pantalla

8 MIN

Ver en la presentación: index.html#seccion4

QUÉ DECIR

«Tres caminos. Os los leo en voz alta y luego entramos en las diferencias.»

«Opción 1, web corporativa: vuestra web profesional, hecha por nosotros, sin tienda. Para salir en búsquedas, enseñar el oficio y que os llamen. Es la más corta, porque es solo la parte web.»

«Opción 2, tienda en Shopify: todo lo anterior y una tienda montada sobre una plantilla de Shopify que personalizamos con código para vuestra marca. El panel es el de Shopify, en español y con app para el móvil.»

«Opción 3, tienda a medida: todo lo anterior y una tienda programada por nosotros, sin depender de ninguna plataforma. Con panel propio, con el buscador de "¿Qué Vespa tienes?" incluido y pago con Stripe o con el TPV de vuestro banco.»

«Y aquí va lo importante: no os recomendamos ninguna. Las tres funcionan, cada una tiene su precio y su plazo, y la elección es vuestra. Cuando decidáis, vamos a muerte con esa.»

PREGUNTAS QUE CONVIENE HACER

? «A primera vista, ¿cuál os parece más cercana a lo que imaginabais?» *(no hace falta que decidan hoy: sirve para saber por dónde seguir)*

? «¿Tener una tienda os urge ya, o lo importante ahora es la web y la tienda puede venir después?»

? «¿Preferís depender de una plataforma que se mantiene sola, o tenerlo todo hecho a medida aunque haya que llamarnos para cambios grandes?»

SECCIÓN 5 DE 9

Qué incluye cada una, en detalle

7 MIN

Ver en la presentación: index.html#seccion5

QUÉ DECIR

«Esta tabla es la que de verdad explica las diferencias. La opción 1 es solo la web; entre la 2 y la 3, la diferencia real está en tres cosas: quién programa la tienda, quién responde si algo falla y qué se paga cada mes.»

«La tienda: en la opción 2 es una plantilla de Shopify personalizada con código, una estructura estándar y probada. En la opción 3 la diseñamos desde cero alrededor del taller y de la Vespa, con el buscador por modelo y el comprobador dentro.»

«El panel: en la opción 2 es el de Shopify, que ya existe y está probado por millones de tiendas; se lo enseñamos en directo con una tienda de prueba. En la opción 3 es un panel propio, con lo que usáis y nada más. El coste: la opción 2 tiene cuota de Shopify; la 3 solo alojamiento, pero el mantenimiento lo hacemos nosotros y es obligatorio.»

«Y una cosa que conviene decir de frente: en la opción 2, si algo se cae, lo resuelve Shopify a cualquier hora. En la opción 3 lo resolvemos nosotros en días laborables. Son dos tipos de fiabilidad distintos y es una decisión vuestra.»

PREGUNTAS QUE CONVIENE HACER

? «¿Os parece bien pagar una cuota mensual a cambio de que la tienda se mantenga sola?»

? «Si algún día queréis cambiar de proveedor, ¿os importa que os llevemos el código y la documentación?»

? «La compra por modelo de Vespa: ¿cuánto os la piden en el mostrador?»

SECCIÓN 6 DE 9

El panel de gestión

6 MIN

Ver en la presentación: index.html#seccion6

QUÉ DECIR

«Esto es lo que vais a ver cada día, así que merece la pena bajar al detalle. En la captura está la maqueta del panel de la opción 3; los datos son de ejemplo.»

«Productos y precios: añadís un recambio, le ponéis el precio, las fotos, las variantes y con qué modelos de Vespa es compatible. Stock: cuántas unidades quedan y avisos cuando queda poco. Pedidos: los que entran, con su estado y sus envíos. Restauraciones: las del taller, con su antes y su después, y se publican desde el propio panel. Clientes y motos: la ficha de cada cliente con su moto y su historial. Cobros y caja: para cuadrar el día. Y el mostrador: vendéis una pieza y se descuenta del stock al momento.»

«En la opción 2 el panel es el de Shopify, que no imitamos porque no es nuestro: os lo enseñamos en directo con una tienda de prueba. Lo importante en las dos es lo mismo: que lo podáis usar vosotros sin llamarnos.»

PREGUNTAS QUE CONVIENE HACER

? «¿Qué es lo que más os va a hacer falta cambiar a vosotros cada semana?»

? «¿Quién va a estar con el panel los primeros meses: una persona o varias?»

? «¿Necesitáis sacar datos (ventas, stock) para la gestoría o para el programa de gestión?»

SECCIÓN 7 DE 9

Cómo trabajamos

6 MIN

Ver en la presentación: index.html#seccion7

QUÉ DECIR

«Once fases. Lo importante es la última línea de cada una: qué necesitamos de vosotros.»

«Fase 0, preparación, ya está hecha. Fase 1, esta reunión: 45 minutos, y el acta os la mandamos por email el mismo día. Fase 2, con vuestras respuestas cerramos el alcance y las horas. Fase 3, os mandamos la propuesta con el precio cerrado. Fase 4, firma y anticipo.»

«Fase 5, arranque: necesitamos de vosotros el logo, las fotos, los textos, los datos de la empresa y el catálogo de productos con precios y stock. Y creamos las cuentas a vuestro nombre, con vosotros delante, porque para las cuentas de pago hay que meter el NIF y la cuenta bancaria y eso lo metéis vosotros.»

«Fase 6, diseño: os enseñamos la web funcionando en móvil y en ordenador, y aplicamos una ronda de cambios incluida en el precio. Fase 7, desarrollo por bloques, con demos al final de cada bloque importante. Fase 8, metemos vuestros productos y probamos: hacemos un pedido real con reembolso antes de abrir. Fase 9, publicamos y os damos la formación grabada y los accesos. Fase 10, treinta días de garantía.»

«Una cosa que conviene que quede clara: el plazo empieza el día que recibimos todo el material. Antes de eso está en pausa, porque es tiempo que no depende de nosotros. Si algo se retrasa, os lo avisamos por escrito en cuanto lo sepamos, no al final.»

PREGUNTAS QUE CONVIENE HACER

? «¿Podéis tener el material listo en unas semanas? ¿Qué es lo que más os cuesta conseguir?»

? «¿Quién firma y quién paga? ¿Hay una gestoría o un administrador detrás?»

? «Para las cuentas y la pasarela de pago: ¿qué datos tenemos que poner y quién entra en el banco?»

SECCIÓN 8 DE 9

Plazos y costes

5 MIN

Ver en la presentación: index.html#seccion8

QUÉ DECIR

«Esta tabla son nuestras horas estimadas según la forma de construirlo, y los plazos que salen de ahí. Son estimaciones internas: se recalculan después de hoy con vuestras respuestas.»

«Lo que no vais a ver hoy son euros. El precio va en la propuesta, cerrado, y sale de esta fórmula: horas por tarifa, con un colchón del 25 por ciento. El número que firmáis es un precio cerrado, no una estimación que luego sube.»

«Y hay una segunda cifra que va aparte: la cuota de mantenimiento y los costes de terceros —la plataforma o el alojamiento, el dominio, las comisiones de pago y la paquetería—, que pagáis vosotros a vuestro nombre. Esos importes los comprobamos y los ponemos con la fecha de comprobación.»

«Lo que no vamos a enseñar en la propuesta es la tarifa por hora. Cada opción lleva un precio cerrado.»

PREGUNTAS QUE CONVIENE HACER

? «¿Tenéis una fecha en mente para abrir la tienda? ¿Hay alguna razón, temporada, evento?»

? «Sobre el mantenimiento: ¿preferís una cuota mensual con cambios incluidos, o pagar los cambios cuando los pidáis?»

? «Si el precio cerrado de una opción se os sale del presupuesto, ¿queréis que miremos una versión más pequeña?»

SECCIÓN 9 DE 9

Cierre y próximos pasos

4 MIN

Ver en la presentación: index.html#seccion9

QUÉ DECIR

«Para cerrar, necesitamos tres cosas de vosotros.»

«Una: cuántos recambios y accesorios queréis al abrir la tienda, y cuántos más dentro de un año. Nuestra estimación de carga de productos cuenta con unos veinte.»

«Dos: cómo lleváis hoy el stock. Si usáis programa de gestión o TPV, cuál es, y quién lleva la tienda en el día a día. Esto es lo que más cambia el precio y la forma de construirla.»

«Tres: un presupuesto orientativo. Si no os apetece dar una cifra exacta, decidnos un orden de magnitud: ¿estáis pensando más cerca de mil, de tres mil o de seis mil euros? Es solo para saber qué opción os encaja.»

«Nuestro compromiso: os mandamos la propuesta por escrito en cinco días laborables desde hoy, con el precio cerrado de cada opción, el mantenimiento, los costes de terceros y el plazo. Y el acta de esta reunión, por email, hoy mismo.»

«Y un detalle: el teléfono que aparece en los botones sale de vuestra ficha de Google, así que confirmadnoslo cuando podáis y lo actualizamos.»

PREGUNTAS QUE CONVIENE HACER

? «¿Os parece bien que enviemos la propuesta por email a esta dirección?»

? «¿Fijamos ya la fecha de la siguiente reunión, o la cerramos por email esta semana?»

? «Mientras tanto, ¿queréis que os mandemos alguna captura o vídeo de las maquetas?»

Cerrar siempre con los botones de WhatsApp y de llamar a la vista, y con el aviso de que el teléfono está **[PENDIENTE: confirmar]**.