

02 · Cliente Frío

Cómo abrir conversación con alguien que no te conoce · Email, WhatsApp, llamada

Eric Gómez Vargas · i0ia.com · 2026-05-08

1. ¿Qué es un cliente frío?

Cliente frío es alguien que **nunca ha oído hablar de ti** ni de tu empresa. No tiene contexto, no te debe nada, y su instinto natural es ignorar tu mensaje.

Tu trabajo NO es venderle en el primer contacto. Tu trabajo es:

- Demostrar en 30 segundos que conoces SU negocio (no eres una plantilla genérica)
- Plantar UN solo dolor que probablemente sí tiene
- Pedir UN solo paso pequeño (15 minutos, no "comprarte")

2. La secuencia de 14 días

No esperes que respondan al primer mensaje. La mayoría de cierres en frío ocurren entre el contacto 3 y el 7. Por eso necesitas una secuencia, no un mensaje aislado.

Día	Canal	Qué mandas	Objetivo
0	Email	Email frío #1 - ángulo dolor	Captar atención, ser específico
1-2	WhatsApp/DM	Mensaje suave referenciando el email	Bajar la temperatura, hacer humano
3-5	Email	Email frío #2 - ángulo caso de éxito o ROI	Atacar desde otro ángulo
7	WhatsApp	Recordatorio elegante con audio o video corto	Recordar sin presionar
7-10	Llamada	Si respondió, llamada agendada	Diagnóstico real
14+	Email	Cierre de bucle - dejar puerta abierta	Cerrar la secuencia activa
21+	Nurture	Pasar a contenido pasivo (newsletter, canal)	Mantener contacto sin presión

3. Email frío #1 - dolor concreto

Estructura en 4 líneas (máximo 80 palabras):

- **Asunto:** 6-8 palabras. Industria + beneficio numérico o señal específica del prospecto.
- **Línea 1:** Una observación específica de SU negocio (lo viste en su web, en LinkedIn, en redes).
- **Línea 2:** El dolor probable que tienen, sin acusar.
- **Línea 3:** Lo que tendrías disponible si quisieran.
- **CTA:** Una pregunta cerrada o agendar 15 min.

Ejemplo aplicado a Zumo Express (logística):

Asunto: Zumo Express - 47 mensajes sin leer cuestan más de lo que parecen

Carlos,

Vi tu vacante de community manager y me dio una idea de cómo está el flujo de atención al cliente en Zumo Express.

En logística de última milla, el cuello de botella suele ser el mismo: WhatsApp saturado a media mañana, cotizaciones que se enfrían en 20 min, y receptores finales molestos cuando un paquete se demora — aunque el mensajero esté entregando bien.

Implementé un sistema con IA que atiende ese WhatsApp 24/7, cotiza solo, calma quejas y solo te pasa al humano los casos que valen tu tiempo. Lo tengo corriendo en producción para Mercy Distribuidora.

¿Tienes 15 minutos esta semana para que te muestre cómo se vería en Zumo Express?

*Eric Gómez Vargas
i0ia.com*

Por qué funciona: cada línea es específica de Zumo Express. No podría mandarse a otra empresa sin reescribirla. Eso le dice al receptor: "este sí me leyó".

4. Email frío #2 - caso de éxito

3 días después del primero, con un ángulo distinto. Aquí no hablas del dolor, hablas de un caso real de una empresa parecida.

Estructura:

- **Asunto:** mencionar caso similar + resultado numérico
- **Línea 1-2:** caso real (empresa, sector parecido, tamaño parecido)
- **Línea 3:** conexión con la realidad del lector
- **CTA:** ofrecer ver cómo aplicaría a ellos

Ejemplo:

Asunto: *Cómo Mercy Distribuidora atiende 50 chats al día sin ampliar equipo*

Carlos,

Te escribo porque trabajo con empresas que tienen el problema clásico de WhatsApp saturado: el equipo no alcanza, las cotizaciones se enfrían, y las quejas llegan tarde a Reviews.

Para Mercy Distribuidora (cosméticos B2B con 77+ productos) construí un agente IA que atiende cualquier mensaje en menos de 5 segundos, cotiza con catálogo en vivo, califica leads y registra todo en CRM.

Hoy Mercy maneja 3× el volumen de chats con el mismo equipo. Para Zumo Express lo veo aplicable directo a cotizaciones + tracking + quejas.

¿Vale 15 minutos esta semana? Tengo huecos jueves 10 am o viernes 3 pm.

Eric · i0ia.com

5. WhatsApp / DM - los 3 mensajes clave

Mensaje #1 (día 1-2 - texto corto, máximo 40 palabras)

Hola Carlos, te escribí ayer al correo. Vi que en Zumo Express están buscando community manager — entiendo el dolor de WhatsApp saturado en logística. Construí un sistema con IA para Mercy Distribuidora que atiende chats 24/7. ¿Te muestro en 15 min cómo aplicaría a Zumo? Tengo huecos jueves 10 am o viernes 3 pm.

Mensaje #2 (día 7 - audio de 45-60 segundos)

Guion para grabar (no leer literal, hablar natural):

"Hola Carlos, soy Eric Gómez de i0ia.com. Te grabé este audio porque vi que están contratando community manager en Zumo Express, y en logística sé que el dolor real no es marketing, es atención cuando el WhatsApp se satura — cotizaciones que se enfrían, receptores molestos preguntando dónde está su paquete. Construí un agente con IA que atiende eso 24/7 y solo pasa al humano lo importante. Lo tengo corriendo para Mercy Distribuidora hoy mismo. Si te encaja, hablamos 15 minutos esta semana, jueves o viernes. Mándame un emoji si te llama la atención."

Por qué audio: en logística, el dueño/COO suele estar manejando, en bodega, fuera de la oficina. Un audio de 60 segundos lo escucha mientras hace otra cosa. Un mensaje de texto largo no lo lee.

Mensaje #3 (día +3 si NO respondió - recordatorio elegante)

Carlos, sé que la semana ha estado movida. Te dejo este Loom de 3 minutos donde muestro el sistema funcionando en Mercy: [\[link\]](#).

Sin compromiso. Si te llama la atención, hablamos 15 min cuando tengas. Si no es momento, igual te dejo el video por si te sirve a futuro.

Por qué funciona: bajaste presión, le diste valor (el video), y dejaste puerta abierta sin sonar a vendedor pesado.

6. Reglas duras del cliente frío

- **Máximo 5 mensajes activos en 14 días.** Después, transición a nurture pasivo (newsletter, canal). Insistir más cae en spam.
- **Cada mensaje aporta valor**, no es un "te vuelvo a escribir". Si no tienes nada nuevo que decir, no escribas.
- **Nunca llames en frío sin haber tenido al menos 1 contacto previo.** El cold call sin contexto fracasa el 95% de las veces.
- **Documenta cada interacción:** fecha, canal, respuesta. Sin tracking no aprendes.
- **Si pidieron "no más contactos", para inmediatamente.** No insistas. Eso destruye reputación.

7. Métricas que tienes que medir

Etapa	Métrica	Objetivo realista
Email #1	Tasa apertura	mayor a 35%

Etapa	Métrica	Objetivo realista
Email #1	Tasa respuesta	mayor a 8%
WhatsApp #1	Tasa lectura	mayor a 80%
WhatsApp #1	Tasa respuesta	mayor a 15%
Llamada	Avance a próximo paso	mayor a 50%
Secuencia completa	Leads que llegan a llamada	mayor a 12%
Secuencia completa	Cierre real	mayor a 8% de las llamadas

Si tu tasa de apertura está bajo 25%, el problema es el asunto. Si tu tasa de respuesta está bajo 5%, el problema es el cuerpo del email.