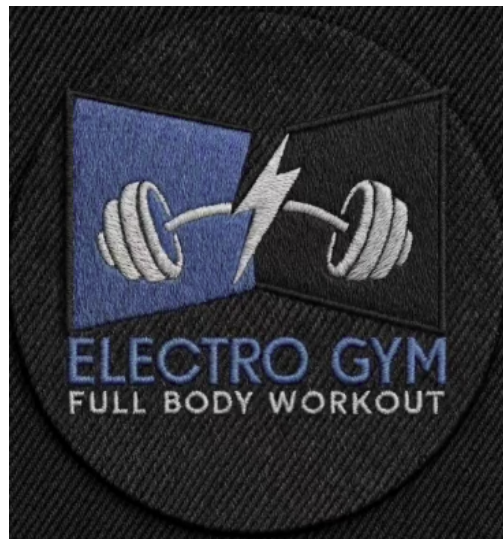




Campaña de referidos



Creado Por: Daniel Chavez Fregoso

Fecha: 16/03/25

Notas: El objetivo de esta campaña es generar nuevos clientes calificados minimizando la dependencia de métodos digitales y adaptándose a las restricciones operativas actuales (horario de mañanas, \$0 presupuesto para recompensas externas, Alex operando solo).



Campaña de Adquisición No Digital (Sistema de 2 Capas)

La Estrategia de 2 Capas

Dadas las limitaciones operativas, la campaña no puede depender de un solo canal de referidos (la base es muy pequeña). Se implementará un **sistema híbrido de 2 capas** que funciona en paralelo para nutrir el embudo de ventas.

Capa 1: El Motor de Referidos Interno (Clientes Activos)

Aprovechamos la confianza extrema que los clientes actuales tienen en Alex.

- **El Gancho:** "Trae a tu compañero de trinchera".
- **La Recompensa (Costo \$0 real):**
 - Para el prospecto (Invitado): 1 "Evaluación Biométrica Express + Sesión de Prueba" sin costo.
 - Para el socio (Referidor): Si el invitado compra el Nivel 2 o 3, el socio gana **1 Sesión Extra de Enfoque (Glúteo o Abdomen)** o **1 Semana extra añadida a su mensualidad**. (Costo real para Electro Gym: tiempo de Alex, no desembolso de efectivo).
- **Operativa:**
 - Alex entrega a cada cliente activo (10-15 personas) **3 "Golden Tickets" físicos** (tamaño tarjeta de presentación, papel grueso) para que los regalen a colegas o familiares.
 - El socio no tiene que "vender", solo regalar la tarjeta. El prospecto escanea un QR en la tarjeta que abre un WhatsApp pre-llenado a Electro Gym para agendar.



Capa 2: Infiltración Pasiva (Táctica Offline)

Distribución de material físico de alto impacto en zonas calientes, sin requerir que Alex haga guardia en stands.

- **Táctica:** Vouchers de "Diagnóstico Corporal y Sesión de Reactivación Gratuita".
 - **Ubicación:** Salas de espera de clínicas estéticas de Puerta de Hierro, recepciones de Coworks premium, barras de cafeterías especializadas en las mañanas.
 - **El Ángulo:** "Si solo tienes 30 minutos al día para tu salud, esto es lo que la ciencia recomienda".
 - **Operativa:** La agencia diseña el voucher y define 5 puntos de distribución clave cercanos al estudio. Alex o un asistente los reparte 1 vez por semana. (Drop & Leave).
-

Protocolo de Primera Visita (El Embudo de Conversión)

Cualquiera de las 2 capas direcciona al prospecto a un único evento: **La Sesión de Descubrimiento (30 min)**.

1. **Diagnóstico Rápido (5 min):** Preguntas clave estructuradas ("¿Por qué es prioridad esto ahora?").
 2. **Prueba EMS (15 min):** El prospecto siente el estímulo en el 90% de sus fibras. La intensidad se ajusta para que la contracción sea evidente e incuestionable.
 3. **El Cierre (10 min):** Alex presenta la "Receta" (los paquetes rediseñados), haciendo énfasis en el Nivel 2 (El Profesional).
-

Métricas de Éxito a Monitorear (KPIs)



- **Tasa de Activación de Referidos:** % de clientes que entregan al menos 1 Golden Ticket.
- **Tasa de Show-Up de Aliados:** Cuántos pacientes "recetados" por el nutriólogo realmente asisten a la prueba.
- **Tasa de Cierre Global:** $(\text{Nuevos Clientes} / \text{Total de Sesiones de Descubrimiento}) * 100$. (Objetivo: >60%).