FERNVAY
CONSULTING, LLC

UNA GUÍA PRÁCTICA PARA DUEÑOS DE PEQUEÑOS NEGOCIOS

Antes de comprar una recepcionista con IA

Qué definir primero, qué preguntarle a los proveedores y cómo saber si de verdad la necesita. Puede trabajarla con una pluma en una tarde.

— ¿De verdad la necesita? Una revisión de una semana
— Qué cambia según el giro
— Señales de alerta
— Siete preguntas antes de buscar proveedor
— Doce preguntas para cualquier proveedor
— Un plan de arranque de 30 días

PASO 1

¿De verdad la necesita?

Contestar es la parte fácil. Antes de comparar herramientas, averigüe qué le está llegando realmente y dónde se pierde.

Haga un conteo de una semana

Durante siete días, anote cada contacto de clientes: llamadas, mensajes de texto, formularios web, mensajes en redes sociales y correos. Anote cuándo llegó y qué pasó con él. Su registro de llamadas, su buzón de voz y su bandeja de entrada cubren casi todo.

Canal	En horario: atendido	En horario: perdido o tarde	Fuera de horario / fines de semana	¿Qué quería?
Llamadas				
Mensajes de texto				
Formularios / chat del sitio web				
Redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp)				
Correo electrónico				

"Tarde" es lo que resulte demasiado lento para sus clientes. En un servicio de emergencia pueden ser diez minutos; en un proyecto planeado, el mismo día.

Señales de que le ayudará

- Una parte importante de los contactos llega fuera de horario o mientras todos están en un trabajo.
- Las mismas preguntas (horarios, precios, zona de servicio, disponibilidad) se comen el día.
- Quien cae en el buzón de voz casi nunca vuelve a llamar.
- Agendar una cita toma varios mensajes de ida y vuelta.
- Sus clientes le escriben en más de un idioma.

Señales de que hay que arreglar otra cosa primero

- La mayoría de los contactos sí se atienden. La fuga está en el seguimiento después de la primera respuesta.
- Los prospectos reciben respuesta, pero las cotizaciones tardan días.
- Su calendario está desactualizado, así que nada se puede agendar ahí con confianza.
- Nadie leería ni haría algo con lo que recopile la IA.
- El volumen es tan bajo que una persona lo cubre con una respuesta automática sencilla.

Regla práctica: una recepcionista con IA resuelve la respuesta. No resuelve lo que pasa después de la respuesta. Si su conteo muestra que la mayoría de los prospectos sí reciben respuesta pero aun así no avanzan, empiece por ahí.

PASO 2

Siete preguntas antes de buscar proveedor

Escriba sus respuestas. Se convierten en sus requisitos y hacen mucho más fácil evaluar las demostraciones.

01 ¿Qué le llega, y cuándo?

Use su conteo. Perder llamadas a las 9 de la noche pide una solución distinta a perderlas al mediodía mientras todos están en un trabajo.

Anote: sus tres canales principales y las horas que no tiene cubiertas.

02 ¿Qué debe resolver y qué debe pasar a una persona?

Tareas típicas: responder preguntas frecuentes, recopilar datos, agendar citas, separar lo urgente de lo rutinario. Decida cuáles hace sola y cuáles siempre pasan a una persona.

Anote: sus diez preguntas más frecuentes y la respuesta correcta a cada una.

03 ¿A dónde va la información?

Una IA que contesta pero deja los datos en una bandeja que nadie revisa solo cambia la fuga de lugar. Defina el lugar (calendario, CRM, sistema de trabajos, una bandeja compartida) y la persona que actúa.

Anote: "Cuando llega un prospecto nuevo, _____ lo ve en _____ y hace _____ en menos de _____."

04 ¿Qué no debe hacer nunca?

Límites comunes: prometer un precio o una fecha, dar consejos médicos, legales o financieros, cobrar pagos, discutir con un cliente molesto, adivinar cuando no sabe o hacerse pasar por persona. Le recomendamos que se presente como su asistente virtual; algunos estados tienen reglas sobre avisar cuando se habla con una IA.

Anote: su lista de "nunca", y cómo se presentará, antes de empezar la configuración.

05 ¿Cómo toma el control una persona?

Decida qué activa el paso a una persona (una emergencia, un cliente molesto, alguien que pide hablar con una persona, un trabajo grande), cómo le avisan (mensaje, transferencia, correo) y qué se le dice al cliente mientras espera.

Anote: quién recibe esos casos, de día y fuera de horario.

06 ¿Qué canales e idiomas?

Voz, mensajes de texto, chat del sitio y WhatsApp suelen ser productos distintos. Empiece por donde más pierde. Si sus clientes hablan español, asegúrese de que lo maneje bien, no solo con un menú traducido. Si va a enviar mensajes de texto a clientes en EE. UU., planee el registro del número (vea la página 5).

Anote: el primer canal, y cuáles pueden esperar.

07 ¿Quién la mantiene al día?

Horarios, precios, servicios y políticas cambian. Una asistente que trabaja con la información de la temporada pasada hace más daño que bien.

Anote: quién se encarga de las actualizaciones y cada cuánto revisa las conversaciones.

PASO 3

Qué cambia según el giro

Las siete preguntas aplican a todos. Qué debe recopilar, y dónde debe detenerse, depende de su negocio.

Servicios para el hogar

CLIMA · PLOMERÍA · TECHOS · ELECTRICIDAD

Separe las emergencias (sin calefacción, una fuga activa) del trabajo de rutina y haga que lleguen rápido a una persona. Recopile dirección, código postal (¿está en su zona?), el problema y fotos.

Nunca: cotizar un trabajo que nadie ha visto.

Clínicas dentales, médicas y veterinarias

RECEPCIÓN

Útil para horarios, ubicación, citas, cambios de cita y admisión. Los síntomas urgentes van directo a sus instrucciones de emergencia o a una persona.

Nunca: dar consejos clínicos. En EE. UU., si hay información médica de pacientes, pregunte si el proveedor firma un Business Associate Agreement (BAA) conforme a HIPAA.

Servicios legales y financieros

ADMISIÓN

Recopile el tipo de asunto, los plazos y los datos de contacto, y agende la consulta.

Nunca: dar consejos ni sugerir un resultado. Deje claro que contactarlo no crea una relación con el cliente y pase lo confidencial a una persona.

Salones, spas y estudios

CITAS

Agendar, reprogramar, anticipos y recordatorios hacen casi todo el trabajo. Escriba su política de cancelaciones e inasistencias para que se explique igual cada vez.

Nunca: agendar servicios para los que su personal no está capacitado ni encimar citas.

Bienes raíces e hipotecas

CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS

Responda rápido, haga algunas preguntas clave (plazo, zona, rango de presupuesto, preaprobación) y agende visitas o llamadas.

Nunca: dar tasas ni prometer una aprobación. Respete las reglas de vivienda justa (fair housing) en cada respuesta.

Restaurantes y banquetes

RESERVACIONES

Horarios, preguntas del menú, reservaciones y solicitudes de grupos grandes o banquetes, que deben llegar rápido a una persona porque son las que más valen.

Nunca: garantizar nada sobre alérgenos.

Agentes de viajes

CONSULTAS Y CAMBIOS

Responda las primeras preguntas, recopile los datos del viaje y agende la asesoría. Para cambios a una reservación existente, recopile la solicitud por escrito y envíela al agente para que la apruebe.

Nunca: confirmar un cambio con un proveedor por su cuenta.

Tiendas en línea

MENSAJES Y WHATSAPP

Preguntas de productos, estado de pedidos, envíos e instrucciones de pago fuera de horario, con los datos del pedido entregados al equipo por la mañana.

Nunca: hacer reembolsos ni cambiar pedidos sin una persona.

PASO 4

Doce preguntas para cualquier proveedor

Llévelas a cada demostración. Un buen proveedor las responde con claridad; las respuestas vagas también le dicen algo.

- ☐ **¿Cómo se cobra?** ¿Por minuto, por mensaje, por conversación o tarifa fija? ¿Cuánto costaría un mes típico suyo?
- ☐ **¿Qué incluye,** y qué se cobra aparte (números, canales adicionales, idiomas, integraciones)?
- ☐ **¿Se conecta a mi calendario y CRM,** o alguien tendrá que capturar todo de nuevo?
- ☐ **¿Cómo pasa a una persona?** ¿Puede transferir una llamada en vivo o avisarme por mensaje al momento?
- ☐ **¿Puedo leer cada conversación** y escuchar las grabaciones?
- ☐ **¿Qué hace cuando no sabe?** Pida que se lo muestren.
- ☐ **¿De quién son los datos,** y puedo exportarlos si me voy?
- ☐ **¿Qué tan bien maneja el español** (o el idioma de sus clientes)? Pida probarlo.
- ☐ **¿Quién la configura,** cuánto tarda y quién la actualiza después?
- ☐ **¿Puedo probarla** con casos reales antes de lanzarla? Verifique que avise que es una IA.
- ☐ **¿Cómo es el contrato?** Plazo, cancelación y qué pasa con mi número si cancelo.
- ☐ **Para temas de salud o legales:** ¿cómo se guarda la información sensible y firman un BAA si lo necesito?

PASO 5

Señales de alerta

- "Reemplaza a su recepción." Atiende volumen y horarios; el criterio sigue siendo de las personas.
- No hay una forma clara de que una persona tome la conversación.
- No puede ver transcripciones ni grabaciones.
- Un contrato largo sin prueba ni periodo de evaluación.
- Sus datos o su número no se pueden ir con usted.
- Una demostración en la que nunca dice "no sé", o que está hecha para pasar por persona.

Una prueba más: llame o escriba como lo haría su cliente más impaciente. Interrúmpala, pregunte dos cosas a la vez, cambie de idioma, pida hablar con una persona. Cómo maneja eso importa más que la demostración pulida.

Si va a enviar mensajes de texto en EE. UU.: planee el registro 10DLC. Los operadores exigen que las empresas que envían mensajes a clientes desde un número normal de 10 dígitos, a través de una plataforma, registren el negocio y el uso que dan a los mensajes (conocido como A2P 10DLC). Los mensajes sin registro suelen filtrarse o bloquearse, y la aprobación puede tardar de días a semanas, así que empiece antes del lanzamiento, no después.

- Pregunte al proveedor: **¿ustedes hacen el registro y cuánto cuesta?**
- Tenga a la mano: la razón social, el EIN, el sitio web y cómo aceptan sus clientes recibir mensajes.
- Obtenga un consentimiento claro antes de enviar mensajes y respete las solicitudes de STOP. Los mensajes de marketing requieren un consentimiento más fuerte que los avisos de citas o servicio.
- Un número gratuito (toll-free) es una alternativa, pero necesita su propia verificación.
- Información general, no asesoría legal.

PASO 6

Un plan de arranque de 30 días

Empiece en pequeño, lea todo y luego amplíe. La mayoría de los problemas aparecen en la primera semana de conversaciones reales.

SEMANA 1

Solo fuera de horario

Actívela fuera de horario, en un solo canal. Lea cada conversación a diario. Anote respuestas equivocadas y pasos a persona que fallaron.

SEMANA 2

Corrija las respuestas

Actualice lo que respondió mal, ajuste la lista de "nunca" y pruebe a propósito el paso a una persona.

SEMANA 3

Agregue citas u horas

Deje que agende en su calendario o extiéndala a horas de mucha carga. Siga leyendo conversaciones, ahora cada pocos días.

SEMANA 4

Mida

Compare con su conteo de la primera semana: contactos atendidos, citas agendadas, pasos a persona y lo que salió mal.

Qué medir cada semana

Medida	Por qué importa
Contactos atendidos fuera de horario	La razón por la que la compró. Compare con su conteo.
Citas o pedidos que inició	Muestra si contestar se convierte en negocio.
Pasos a persona, y qué tan rápido respondió alguien	Ahí es donde la mayoría de las implementaciones fallan sin que nadie lo note.
Respuestas equivocadas o "no sé"	Su lista de ajustes para la semana siguiente.

¿Prefiere que lo hagamos por usted?

Esta guía es la primera mitad de lo que hacemos en una Revisión de Procesos Gratuita: vemos cómo le llegan hoy los prospectos, dónde esperan y si una recepcionista con IA es la solución correcta o si basta con algo más sencillo. Si lo es, podemos configurarla y conectarla con las herramientas que ya usa.

fernvayconsulting.com/es · Revisión de Procesos Gratuita de 30 minutos

Prefer English? Free Workflow Review: fernvayconsulting.com

Esta guía es información general, no asesoría legal. Para preguntas sobre HIPAA, vivienda justa, consentimiento para mensajes de texto, 10DLC, aviso de uso de IA u otras regulaciones que apliquen a su negocio, consulte con un abogado calificado o con su proveedor.