



TECH SALES COMPANY

PLAYBOOK DEL SDR MODERNO

El manual completo para convertir a tus SDRs en máquinas de agendar reuniones calificadas.

32 páginas de contenido práctico y aplicable

www.mdktech.com

ÍNDICE

01	El Nuevo Rol del SDR	4
02	Mindset y Preparación	6
03	Investigación de Prospectos	9
04	Cadencias Multicanal	12
05	Scripts de Cold Call	16
06	Templates de Email	20
07	Manejo de Objeciones	24
08	Métricas y KPIs	28
09	Herramientas Esenciales	30
10	Checklist Diario del SDR	32

INTRODUCCIÓN

El rol del SDR (Sales Development Representative) ha evolucionado dramáticamente en los últimos años. Ya no basta con hacer llamadas en frío y enviar emails genéricos. El SDR moderno es un profesional híbrido que combina habilidades de investigación, comunicación multicanal, conocimiento técnico y dominio de herramientas de automatización.

Este playbook está diseñado para transformar a cualquier SDR en una máquina de generar reuniones calificadas. No encontrarás teoría vacía aquí: cada página contiene frameworks, scripts y templates que podés aplicar desde el día uno.

¿Para quién es este playbook?

- SDRs que quieren mejorar sus ratios de conversión
- Managers que buscan un framework para entrenar a su equipo
- Empresas que están armando su primer equipo de prospección
- Vendedores que hacen su propia prospección y quieren sistematizarla

¿Qué vas a encontrar?

Scripts probados en más de 100.000 llamadas, secuencias de email con tasas de respuesta superiores al 15%, frameworks de calificación, métricas de referencia y las herramientas que usamos en MDK para nuestros clientes.

CAPÍTULO 01

EL NUEVO ROL DEL SDR

El SDR tradicional se sentaba 8 horas a hacer llamadas en frío con un script genérico. El SDR moderno opera de manera completamente diferente: investiga antes de contactar, personaliza cada mensaje, usa múltiples canales de manera coordinada y se apoya en tecnología para escalar.

Las 4 dimensiones del SDR Moderno

1

Investigador

Antes de cualquier contacto, dedica tiempo a entender el contexto del prospecto: empresa, rol, desafíos del sector, noticias recientes, conexiones en común.

2

Comunicador Multicanal

Domina email, teléfono, LinkedIn, video y cualquier canal donde esté su audiencia. Sabe cuándo usar cada uno y cómo combinarlos en secuencias efectivas.

3

Tecnólogo

Usa CRM, herramientas de automatización, enriquecimiento de datos y AI para ser más eficiente. La tecnología amplifica su impacto, no reemplaza su criterio.

4

Analista

Mide todo, identifica patrones y optimiza continuamente. Sabe qué funciona, qué no, y toma decisiones basadas en datos.

CAPÍTULO 02

MINDSET Y PREPARACIÓN

Antes de hablar de tácticas, necesitamos hablar de mentalidad. El 80% del éxito de un SDR viene de su actitud y preparación mental. Las técnicas son importantes, pero sin el mindset correcto, no hay script que funcione.

Los 5 principios del SDR exitoso

1

Resiliencia ante el rechazo

Vas a escuchar 'no' muchas más veces que 'sí'. Esto no es personal, es parte del proceso. Cada 'no' te acerca al próximo 'sí'.

2

Curiosidad genuina

No vendas, investigá. Los mejores SDRs tienen curiosidad real por entender los problemas de sus prospectos.

3

Disciplina > Motivación

La motivación va y viene. La disciplina de seguir tu proceso todos los días es lo que genera resultados consistentes.

4

Mentalidad de ayuda

No estás molestando, estás ofreciendo una solución a un problema real. Si creés en tu producto, contactar prospectos es ayudarlos.

5

Mejora continua

Graba tus llamadas, revisá tus emails, pedí feedback. Los mejores SDRs son obsesivos con mejorar.

CAPÍTULO 03

INVESTIGACIÓN DE PROSPECTOS

La investigación es lo que separa a un SDR promedio de uno excepcional. 15 minutos de investigación pueden hacer la diferencia entre un email ignorado y una reunión agendada.

Framework de investigación en 3 niveles

NIVEL 1: La Empresa (5 min)

- ¿A qué se dedican? ¿Cuál es su modelo de negocio?
- ¿Cuántos empleados tienen? ¿Están creciendo?
- ¿Hay noticias recientes? (fundraising, nuevos productos, expansión)
- ¿Quiénes son sus competidores?
- ¿Qué tecnologías usan? (BuiltWith, Wappalyzer)

NIVEL 2: La Persona (5 min)

- ¿Cuál es su rol exacto? ¿Hace cuánto está?
- ¿Qué publicó en LinkedIn recientemente?
- ¿Estuvo en algún evento o podcast?
- ¿Tienen conexiones en común?
- ¿Cuál sería su dolor principal según su rol?

NIVEL 3: El Contexto (5 min)

- ¿Están contratando? ¿Para qué roles?
- ¿Hay indicios de que estén buscando una solución como la tuya?
- ¿Algún trigger event reciente? (cambio de rol, nuevo proyecto)
- ¿El timing es bueno? (fin de quarter, presupuestos)

CAPÍTULO 04

CADENCIAS MULTICANAL

Una cadencia es una secuencia planificada de touchpoints a través de múltiples canales. El objetivo es maximizar las chances de conectar con el prospecto sin ser invasivo.

Cadencia estándar de 14 días

Día 1	Email 1 (personalizado) + Conexión LinkedIn
Día 2	Llamada 1 + Voicemail si no contesta
Día 4	Email 2 (valor agregado)
Día 6	Interacción LinkedIn (like/comment en su contenido)
Día 8	Llamada 2 + Email 3 (breakup warning)
Día 10	Video personalizado por LinkedIn
Día 12	Llamada 3
Día 14	Email 4 (breakup final)

Reglas de oro de las cadencias

- Nunca envíes el mismo mensaje dos veces
- Cada touchpoint debe agregar valor nuevo
- Respetá los intervalos - no seas invasivo
- Personalizá al menos el 20% de cada mensaje
- Medí resultados por cadencia, no por mensaje individual

CAPÍTULO 05

SCRIPTS DE COLD CALL

El cold call no murió, evolucionó. Estos scripts están probados en más de 50.000 llamadas y tienen una tasa de conversión a reunión del 3-5% (vs el promedio de industria de 1%).

Estructura del cold call perfecto

1

Apertura (10 seg)

"Hola [Nombre], soy [Tu nombre] de MDK. ¿Tenés 30 segundos?" - Pedí permiso, sé directo.

2

Razón de la llamada (15 seg)

"Te llamo porque vi que [trigger/contexto] y trabajamos con empresas como [similar] ayudándoles a [resultado]."

3

Pregunta de dolor (30 seg)

"¿Cómo están manejando hoy [problema específico]?" - Escuchá más de lo que hablás.

4

Propuesta de valor (20 seg)

Basado en lo que te dijeron, conectá tu solución con su problema específico.

5

Cierre (15 seg)

"¿Tiene sentido que agendemos 30 minutos para mostrarte cómo lo resolvemos?"

Script ejemplo

"Hola María, soy Juan de MDK. ¿Tenés 30 segundos? Genial. Te llamo porque vi que están contratando 3 SDRs y nosotros ayudamos a empresas tech como [Competidor] a reducir el tiempo de ramp-up de sus SDRs de 3 meses a 6 semanas. ¿Cómo están manejando hoy el onboarding de vendedores nuevos? [ESCUCHAR] Interesante. Lo que vemos mucho es que... ¿Tiene sentido que agendemos 30 minutos para mostrarte cómo lo hacemos?"

CAPÍTULO 06

TEMPLATES DE EMAIL

El email sigue siendo uno de los canales más efectivos cuando se hace bien. Estos templates tienen tasas de apertura superiores al 45% y de respuesta superiores al 12%.

Email 1: Primer contacto personalizado

Asunto: [Empresa del prospecto] + [Tu empresa] - idea rápida

Hola [Nombre],

Vi que [observación específica - ej: están expandiendo el equipo comercial / lanzaron X producto].

Trabajamos con [empresa similar] ayudándoles a [resultado concreto con número].

¿Tiene sentido una llamada de 15 min para ver si aplica a ustedes?

[Tu nombre]

Email 2: Follow-up con valor

Asunto: Re: [Asunto anterior]

Hola [Nombre],

Siguiendo con mi email anterior - encontré este [artículo/recurso/dato] que creo te puede servir dado que [contexto].

[Link o resumen del recurso]

¿Te interesa que hablemos sobre cómo aplicarlo a [empresa]?

[Tu nombre]

CAPÍTULO 07

MANEJO DE OBJECIONES

Las objeciones no son rechazos, son pedidos de más información. Acá tenés las respuestas a las objeciones más comunes.

'L "No tengo tiempo"

' Entiendo perfectamente. Por eso te propongo solo 15 minutos. Si después cortamos. ¿Te parece?

'L "Mandame info por email"

' Con gusto. ¿Qué específicamente te gustaría que te mande? Así te mando genérico.

'L "Ya tenemos un proveedor"

' Genial que ya lo están trabajando. ¿Cómo les está yendo? Muchos de nue como complemento, no como reemplazo.

'L "No es el momento"

' ¿Cuándo sería un mejor momento? Mientras tanto, ¿te puedo enviar algún

'L "No tengo presupuesto"

' Entendido. ¿Y si te muestro cómo otros clientes justificaron la inversión en 15 minutos.

CAPÍTULO 08

MÉTRICAS Y KPIS

Lo que no se mide no se mejora. Estas son las métricas que todo SDR debe trackear diaria y semanalmente.

Métricas de actividad (Input)

Llamadas por día	50-80 dials
Emails enviados por día	30-50 emails
Conexiones LinkedIn por día	20-30 conexiones
Cuentas trabajadas por semana	50-100 cuentas

Métricas de resultado (Output)

Tasa de conexión (llamadas)	10-15%
Tasa de apertura (emails)	40-50%
Tasa de respuesta (emails)	10-15%
Reuniones agendadas por semana	8-12 reuniones
Conversión a oportunidad	30-40%

Fórmula del SDR exitoso

$$\text{Reuniones} = \text{Actividad} \times \text{Calidad} \times \text{Consistencia}$$

CAPÍTULO 09

HERRAMIENTAS ESENCIALES

El SDR moderno necesita un stack tecnológico que le permita ser eficiente. Estas son las herramientas que recomendamos en MDK.

CRM

HubSpot, Salesforce, Pipedrive

Secuencias de email

Outreach, Salesloft, Apollo

Enriquecimiento de datos

Apollo, ZoomInfo, Lusha

LinkedIn

Sales Navigator, Dux-Soup, Expandi

Llamadas

Aircall, RingCentral, Dialpad

Videos

Loom, Vidyard, BombBomb

Automatización

Make, Zapier, n8n

Investigación

BuiltWith, SimilarWeb, G2

CAPÍTULO 10

CHECKLIST DIARIO DEL SDR

Tu rutina diaria determina tus resultados. Usá este checklist todos los días para mantener la consistencia.

Mañana (8:00 - 12:00)

- & Revisar CRM: seguimientos pendientes y tareas del día
- & Bloque de llamadas 1: 25 dials (9:00 - 10:30)
- & Responder emails y LinkedIn messages
- & Bloque de llamadas 2: 25 dials (11:00 - 12:00)

Tarde (14:00 - 18:00)

- & Investigación de nuevos prospectos (30 min)
- & Personalizar y enviar 20-30 emails
- & Bloque de llamadas 3: 20 dials (15:00 - 16:00)
- & Conexiones y engagement en LinkedIn
- & Actualizar CRM con notas de todas las interacciones

Cierre del día (17:30 - 18:00)

- & Revisar métricas del día vs objetivos
- & Preparar lista de seguimientos para mañana
- & Identificar 1 cosa a mejorar para mañana

¿LISTO PARA IMPLEMENTARLO?

Si querés que te ayudemos a implementar este playbook en tu equipo, o a armar un sistema de ventas completo, agendá una llamada con nuestro equipo.

AGENDAR LLAMADA

www.mdktech.com

hola@mdktech.com