

¿EL TOSTADOR NO RESPONDIO?

QUÉ HACER PARA MEJORAR ESA CHARLA



Buenas prácticas de quienes más venden en Algrano para mejorar su comunicación (y su volumen) con los compradores

De todos los mensajes que mandan los productores en la plataforma de Algrano, **solo un tercio recibe respuesta**. Y eso a pesar de que usted solo le puede escribir a quien ya pidió muestra, y de que cada tostador recibe un correo cuando usted le escribe.

Los tostadores catan muchas muestras antes de escoger un café. A veces más de 10. Y el hecho de que hayan pedido una muestra suya no quiere decir que el interés sea tan fuerte.

Suelen responder más cuando **marcan la muestra como match: 40%** de los mensajes reciben respuesta en ese caso. Ese número sube a **56% cuando el tostador compra** el café y recibe un mensaje después del contrato.



Cada respuesta puede traer más volumen

No hay nada raro en esos números. A los tostadores los abordan todo el tiempo personas que quieren venderles café, y no todo el mundo recibe respuesta. Nadie tiene por qué desmotivarse por eso.

Pero una tasa de respuesta baja no quiere decir que no se pueda mejorar. A veces, basta un solo tostador para subir su volumen de manera significativa.

Quienes más venden en Algrano también reciben respuesta solo en un tercio de los mensajes. La diferencia es que **esas personas mandan muchos más mensajes** que el promedio. Estamos hablando de **10 a 30 veces más mensajes**.

Y esos productores tienen algunas cosas en común. Esto es lo que hacen...

BUENAS PRÁCTICAS DE QUIENES MÁS VENDEN EN ALGRANO

1. Le escriben en 1 día a todo el que marcó la muestra como “match”

Eso es una señal fuerte de interés y quiere decir que hay más chance de respuesta. Pero tiene que ser rápido y escribirle al tostador dentro de 1 día, mientras todavía está “caliente”.

Los productores que hacen esto son **rápidos con los mensajes en general**. Le escriben a quien pidió muestra **entre 10 y 20 días después del envío de la muestra**, una información que puede ver en su cuenta.

Nuestro equipo de ventas recomienda ser todavía más rápido, escribiéndoles a los compradores **entre 1 y 2 semanas** después del envío de la muestra.

Los productores exitosos también le mandan mensaje a quien marca la muestra como **“no match”**, porque eso ayuda a entender cómo recibe el mercado su café.

Hey

Exciting news – the roaster has marked your coffee as a match!

If you like, you can now reach out to the roaster with a direct message on the platform.

 [Translate to English](#)

2. Personalizan el mensaje para cada tostador

Probablemente lo más importante que puede hacer. Los mensajes personalizados **llaman al tostador por su nombre**, en vez de solo decir “hola”. Eso muestra que usted **no está copiando y pegando el mismo mensaje genérico** para todo el mundo. Y también muestra que sabe con quién está hablando.

Los mensajes personalizados también **mencionan por su nombre el café catado** y/o comprado. Puede hacer una **referencia al país** donde está el tostador (como “nunca me imaginé que vería mi café en Francia”).

Hay productores que se fijan en las palabras que usa el cliente y las usan en la conversación (por ejemplo, “déjeme mandarle un café, en sus palabras, más extravagante”) o que ponen emojis en los mensajes para dejar el tono más liviano (“¡ay, no! El refill de las muestras todavía no llegó - carita triste”).

Hi John,
You received a new message

Hi John, This is Michael from Coffees Coffees thank you for requesting sample of our Natural anaerobic couple of months ago 🙌. I hope you liked the samples.

we are closing our next shipment to the US (US###) in 9 days (July 25th) and I wanted to give you a quick heads-up so you don't miss out on this fresh crop before the deadline, if you find the coffee a match for Broadsheet I would love you to check the offer, This is the link of the coffee:

<https://www.algrano.com/en/products/>

If you have doubts / questions / comments regarding the coffee or anything else it will be a great pleasure to chat. I'm Looking forward to your feedback.
Regards,

3. Escriben en el idioma del tostador (o en inglés)

Cada vez que abre una conversación con un tostador nuevo, aparece una banderita que muestra dónde está. Y sí, la plataforma tiene traducción automática, pero se equivoca bastante. Le sugerimos usar herramientas de IA, que dan una traducción muy buena en segundos.

Usar el idioma del tostador transmite varias cosas positivas: **familiaridad** con su cultura, **esfuerzo y cuidado** para facilitar la comunicación, sin hablar de la **confianza**.

4. Mandan updates de la cosecha

Los productores con experiencia saben que la cosecha es un momento buenísimo para hablar con los tostadores, que rara vez reciben esto directo del origen. **Fotos de la nueva cosecha**, más unos párrafos sobre las expectativas de volumen y calidad, más un panorama del mercado local, son ganchos valiosos para arrancar la conversación.

I'm here for any doubt. Cheers and good weekend. BTW, look at these beautiful coffees that are in the last stage of drying, almost ready to be shipped!





5. Comparten links de ofertas

Puede ser el link de un café que el tostador ya compró antes o de algo nuevo. En ese caso, funciona mejor cuando usted conoce el perfil de taza que le gusta o si compra café certificado.

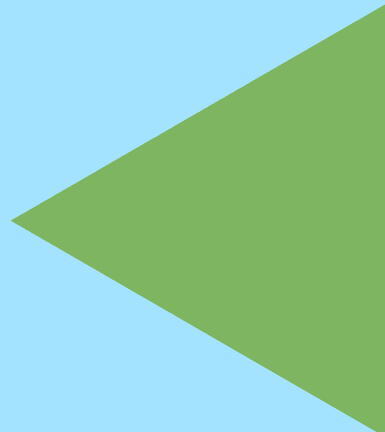
Hay productores que hasta comparten el link de la oferta del lote que el tostador acaba de catar, sumando links que llevan a más información sobre el café. Si usa precio dinámico o descuento por volumen, aquí puede contarlos.

6. Siempre tienen un *call to action*

Un call to action no es solo “cuénteme qué le pareció” o “me encantaría recibir feedback”. Usted tiene que hacer una petición específica u ofrecer algo que el tostador pueda leer, descargar o pedir. Eso crea un motivo para hacer follow-up.

Calls to action comunes son una invitación a agendar una llamada de presentación, un link a una oferta especial/exclusiva, materiales de marketing, etc. También puede ser una invitación a participar en una subasta, o un link a su update de cosecha.

Hi Michael How are you? I saw that you requested samples of some of our Tabi Natural, Aji Natural and Blend Natural
Diego Horta, Thank you for that. The offer of [Yiver Vargas Semi-Washed Double Fermentation](#)
[CO_3122133323231322251](#) is a SPOT offer, giving you :D the chance to purchase them in a practical way. Also,
there are other Spot offers that I'd love you to see and request samples if they catch your eye:



7. Investigan al tostador

Investigar antes de hacer contacto es la mejor forma de adaptar el mensaje. Usted ve el **nombre del comprador en el pedido de muestra**, así que puede averiguar qué le gusta, qué defiende la empresa, qué tipo de café compra, etc.

Puede escribir su mensaje citando algo que leyó sobre ellos, lo que tienen en común, los principios de originación de la tostadora, etc.

8. Mencionan por su nombre al equipo de ventas de Algrano

Usted sabe que cada región de Europa y de Estados Unidos tiene un gerente de ventas en Algrano. Ellos hablan seguido con ciertos tostadores, en la medida de lo posible.

Citar a alguien de nuestro equipo hace que la conversación se sienta enseguida **más familiar** para el tostador, porque es una persona que ustedes dos tienen en común. Es como si usted fuera el “amigo de un amigo”.

Her is the link to the offer, Emma knows



9. Ofrecen algo que le puede servir al tostador

Fotos, información del café, links útiles, datos de sostenibilidad... Los productores exitosos les dan a los tostadores material que ayuda a promover el café antes incluso de que lo pidan.

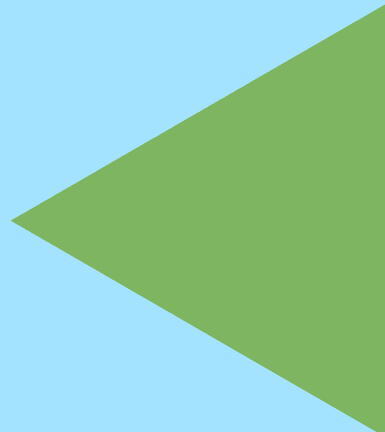
Hay productores que también comparten listas completas de oferta con cafés que no están en el marketplace. Si un tostador es interesante, puede mandarle una lista de otros cafés que usted produce para aumentar el interés. Eso ayuda si ya compró una vez. Todos los cafés deben tener precio FOB.

10. También se comunican por otros canales

No todos los tostadores entran seguido a su cuenta de Algrano, y es fácil olvidar que hay un mensaje esperando en la bandeja de entrada. Algunos tostadores son más activos en **Instagram y en LinkedIn**. Si no tiene respuesta en la plataforma, mándele mensaje al tostador por su red social.

Siempre puede pedirle el correo de trabajo y hasta el teléfono/WhatsApp, pero es más natural que la conversación pase a esos canales después del contrato.

Hey John, all well? Our new Honduras harvest is ready and we can now share samples. I attach an offer list (there is more...). Let me know if interested please, or if you need any additional info. Kindly, Michael





COSAS PARA EVITAR:

- Mandar el mismo mensaje genérico para todo el mundo.
- Arrancar de una con el discurso de venta, con mensajes del tipo “¿quiere comprar 100 sacos de este café?” o “¿Cuándo quiere cerrar el negocio?”.
- No saludar ni presentarse antes de hacer una pregunta.
- Escribir solo “Hola. ¿Cómo está?” y nada más.
- Hacer un llamado emocional cuando el tostador solo pidió una muestra, tipo “su pedido hace posible que apoyemos a la comunidad” o “Nos encantaría darle la oportunidad de transformar vidas”.
- Ser demasiado insistente en general y pedirle el WhatsApp al tostador varias veces, incluso después de que dijo que prefiere hablar por la plataforma o por correo.

MENSAJES QUE RECIBIERON RESPUESTA RÁPIDA

TIPO DE APERTURA

Seguimiento del productor a un “match” automático

PRIMER MENSAJE

Hola [nombre del tostador], ¡qué bueno saber que le gustó nuestra muestra! En el link de abajo puede leer más sobre nuestra finca, donde se preparó este café. Todavía quedan 8 sacos disponibles. Avíseme si quiere reservar algunos, o también lo puede hacer en línea. ¡Un saludo desde [país del productor]!

POR QUE FUNCIONA

Responde al match específico y da dos caminos fáciles para actuar (contestar ahí mismo o reservar en línea), en vez de una sola petición vaga. Menciona el café que el tostador puede comprar sin ser insistente.

Apertura genuina

Hola [nombre del tostador], Algrano nos contó que va a usar un poco del [nombre del café] en HOST en Milán, el que usted nos compró y después tostó. Estamos muy orgullosos de ser parte de ese evento y queremos agradecerle por la confianza y por comprar uno de nuestros cafés. Si quiere cualquier información o fotos de [nombre del caficultor], o de [la cooperativa], solo dígame. Acá va el link al perfil de [nombre del caficultor]. Ah, el año que viene vamos a la WOC y sería buenísimo encontrarnos. Un saludo, [nombre del productor]

Específico, con un gancho real (su café va a estar en un evento de verdad) en vez de un agradecimiento genérico. Le da el crédito al caficultor por su nombre y manda su historia. Termina con un próximo punto de contacto (la WOC) en vez de un vago “sigamos en contacto”. Se lee como el update de una persona que le hace seguimiento a esa cuenta, no como una plantilla.

Con humor / con personalidad

¡Hola [nombre del tostador]! ¿Cómo está? ¡Espero que muy bien! Le escribo porque ya tenemos los lotes de la cosecha nueva disponibles acá en la plataforma... ¡Tenemos unos microlotes buenísimos (locos jajaja) esta cosecha! Muchas gracias y escríbame cuando quiera si necesita cualquier cosa, ¿listo? Mi WhatsApp es [número]1. ¡Un saludo! [nombre del productor]

El “(locos jajaja)” metido en la mitad de la frase sobre los microlotes hace el mensaje más liviano y se adapta al tono que el propio tostador usa en sus comunicaciones. Se lee amistoso en vez de demasiado “profesional”.

MENSAJES QUE NUNCA RECIBIERON RESPUESTA

TIPO DE PROBLEMA

**Insistente /
venta forzada**

PRIMER MENSAJE

hola [tostador] ¿cómo está? Nosotros en [cooperativa] estamos felicísimos con su compra, ¡estoy seguro de que vamos a hacer una alianza transparente y exitosa! este lote todavía tiene un saldo de 50 sacos de 30 kg y ¡quisiera saber si no le interesa comprar el resto del lote! ¡Con confianza me dice qué hay que hacer para poder cerrar la venta! ¡Le agradezco de antemano por su interés y su apoyo!

POR QUE NO FUNCIONA

Pasó del agradecimiento a un upsell duro en dos frases. El mensaje pone la presión en cerrar el negocio, no en construir la relación.

**Demasiado
emocional /
apelando a la culpa**

Hola [tostador], un saludo desde [país productor] :) ¿Cómo está? Le agradezco muchísimo que haya pedido muestras de nuestro café. ¿Me podría contar qué le pareció este café cuando lo pruebe? Espero que podamos hacer negocios y que, al hacerlo, también podamos cambiar vidas por acá y por allá a través de una taza de café deliciosa. Muchas gracias, [nombre del productor]

El tostador solo pidió una muestra gratis, así que plantear eso como una oportunidad para “cambiar vidas” es un desajuste de peso: le pone carga moral a una acción de bajo compromiso, y eso se lee como insistente en vez de sincero.

No dice nada

Hola, ¿cómo está? Estoy muy feliz de poderle servir este lote.

No hay pregunta, no hay siguiente paso, no hay información sobre el café, no hay nada a lo que el tostador pueda responder.