



CRAFT COMMUNITY

»» BUILD SKILLS. SHARE KNOWLEDGE. CREATE OPPORTUNITIES. »»



www.craftcommunity.org

CRAFTCOMMUNITY

Lead Seller - Tutorial de Uso

Versión en Español

Guía operativa para la presentación, venta y seguimiento de Negotiated Leads

DOCUMENTO OPERATIVO

Estructura del Tutorial

Etapas 1 - Conociendo CraftCommunity

Antes de vender una oportunidad, comprenda cómo CraftCommunity conecta clientes, Service Providers y oportunidades de servicio.

Etapas 2 - ¿Qué es Lead Seller?

Qué es el sistema, cuál es la función del Lead Seller y cómo funciona la recomendación de oportunidades.

Etapas 3 - Su Cuenta Lead Seller

Código promocional exclusivo, ventas, valores ganados, pendientes, pagados, historial y BTC Wallet.

Etapas 4 - Encontrar un Lead para Vender

Cómo identificar una oportunidad disponible compatible con un determinado prestador.

Etapas 5 - Encontrar un Service Provider

Cómo localizar Service Providers mediante grupos de Facebook de la región del lead, buscar en portugués, inglés y español, evaluar los grupos y publicar la oportunidad.

Etapas 6 - Presentar la Oportunidad

Cómo presentar correctamente el lead sin divulgar información privada del cliente.

Etapas 7 - Usar el Código Promocional

Cómo proporcionar el código personal y cómo lo utiliza el comprador.

Etapas 8 - Compra del Negotiated Lead

Qué sucede cuando el Service Provider decide adquirir el lead y cómo permanecen protegidos los datos privados.

Etapas 9 - Dar Seguimiento a la Venta

Cómo acompañar Purchases, Gross Sales, Earned, Pending y Paid.

Etapas 10 - Registrar la Bitcoin Wallet

Cómo registrar o modificar la cartera Bitcoin utilizada para recibir pagos.

Etapas 11 - Recibir el Pago

Flujo Pending → Paid, historial de pagos y TXID.

Etapas 12 - Reglas y Buenas Prácticas

Privacidad, autorreferencia, promesas indebidas, integridad de la información y demás reglas.

Etapas 13 - Ejemplo Completo

Lead disponible → encontrar profesional → presentar oportunidad → proporcionar código → compra → venta registrada → comisión → pago.

Etapas 1 - Conociendo CraftCommunity

Antes de presentar una oportunidad a un Service Provider, el Lead Seller necesita comprender qué está presentando. Vender un Negotiated Lead no debe consistir únicamente en reenviar un anuncio o un código promocional. El Lead Seller representa un puente entre CraftCommunity y el profesional interesado; por eso, necesita comprender cómo una necesidad de servicio llega a la plataforma, cómo se organiza y qué recursos ofrece CraftCommunity a clientes y Service Providers.

CraftCommunity fue creada para acercar a las personas que necesitan realizar servicios con profesionales y empresas capaces de ejecutarlos. Esta necesidad existe todos los días en viviendas, propiedades y negocios: los clientes buscan limpieza, pintura, pisos, reparaciones, mantenimiento, reformas y muchos otros servicios, mientras que los profesionales buscan oportunidades compatibles con lo que saben hacer. La función de la plataforma es hacer que este encuentro sea más organizado, ofreciendo recursos para que el cliente comprenda mejor su necesidad y para que el Service Provider encuentre oportunidades de trabajo de forma estructurada.

Una de las puertas de entrada de este proceso es Quick Quote. Cuando un cliente utiliza Quick Quote, proporciona los datos necesarios para describir el servicio que pretende realizar. Las preguntas varían según el tipo de trabajo y pueden incluir ubicación, categoría y servicio, características de la propiedad o del proyecto, tamaño, condiciones de ejecución, frecuencia y otros detalles aplicables. Esta información se organiza para formar una solicitud más clara y permitir que CraftCommunity estructure la oportunidad. De esta manera, el lead que posteriormente aparece en la plataforma no nace únicamente como un nombre o un contacto: nace de una necesidad de servicio informada por el cliente y de datos recopilados para describir mejor ese trabajo.

CraftCommunity también ofrece recursos gratuitos para ayudar a los clientes a investigar, comprender y buscar servicios antes de tomar una decisión. La propuesta es que una persona no necesite conocer previamente todos los términos técnicos de un trabajo para comenzar su búsqueda. Las herramientas de consulta, Quick Quotes, la información y los recursos de la plataforma ayudan al cliente a organizar lo que necesita y a encontrar caminos para llegar a profesionales compatibles. El cliente puede utilizar estos recursos sin necesidad de comprar un lead; el Negotiated Lead es un producto orientado al proceso de conexión con Service Providers y no un cobro al cliente simplemente por buscar ayuda o comprender un servicio.

Cuando una solicitud se convierte en una oportunidad disponible para profesionales, puede aparecer en el área Available Jobs. Allí, el Service Provider puede analizar la información liberada sobre el trabajo y decidir si esa oportunidad es compatible con su actividad y su región de atención. En las oportunidades ofrecidas como Negotiated Leads, CraftCommunity organiza el proceso de conexión y protege la información privada del cliente de acuerdo con las reglas de la plataforma. El Service Provider adquiere la oportunidad de conexión; no está comprando un contrato de trabajo garantizado. Las reglas, la verificación y la garantía aplicables al Negotiated Lead se explican en las siguientes etapas de este tutorial.

La plataforma busca atender a ambos lados de esta relación. Para el cliente, CraftCommunity ofrece medios para comprender mejor el servicio que busca, organizar información y encontrar recursos y caminos para llegar a profesionales. Para el Service Provider, ofrece acceso a oportunidades y herramientas relacionadas con su actividad. Este modelo puede ser especialmente útil para profesionales independientes y pequeños negocios, que dependen de nuevas oportunidades para mantener sus actividades, al mismo tiempo que ayuda a familias, propietarios y empresas a encontrar mano de obra para necesidades reales de sus propiedades.

Esta conexión tiene una función práctica para la sociedad. Los servicios de mantenimiento, limpieza, construcción, reparación y mejora de propiedades generan trabajo local y resuelven necesidades concretas de las comunidades. Cuando la información se organiza y la conexión entre cliente y

profesional se vuelve más accesible, los pequeños prestadores pueden tener más oportunidades de presentar su trabajo, mientras que los clientes obtienen más recursos para buscar soluciones. CraftCommunity busca participar en este proceso creando una estructura en la que la información, la oportunidad y la conexión puedan circular de manera más organizada.

Es en este punto donde entra el Lead Seller. No vende únicamente un archivo o un contacto. Presenta al Service Provider una oportunidad que forma parte de este ecosistema. Para hacerlo de manera profesional, debe saber explicar de dónde provino la oportunidad, qué representa Quick Quote, qué presenta Available Jobs, qué significa adquirir un Negotiated Lead y qué límites existen en el proceso. Cuanto mejor comprenda CraftCommunity el Lead Seller, más clara y responsable será su presentación al profesional.

Después de comprender este funcionamiento general, el siguiente paso es entender exactamente cuál es la función del Lead Seller dentro de CraftCommunity.

Etapas 2 - ¿Qué es Lead Seller?

Lead Seller es un recurso de CraftCommunity creado para permitir que los participantes presenten oportunidades disponibles en la plataforma a Service Providers que puedan estar interesados en esos trabajos.

El Lead Seller utiliza su código promocional exclusivo para identificar las compras originadas por su recomendación. Cuando el sistema registra una compra elegible, CraftCommunity calcula automáticamente la comisión aplicable y esta puede ser acompañada en el panel Lead Seller.

El papel del Lead Seller es conectar la oportunidad con el profesional adecuado. El Lead Seller no debe presentar la oportunidad como un contrato garantizado ni prometer que el Service Provider será contratado por el cliente.

La información privada del cliente permanece protegida de acuerdo con el proceso de CraftCommunity. El Lead Seller debe trabajar únicamente con la información de la oportunidad que esté autorizada para ser presentada al posible comprador.

El panel Lead Seller permite acompañar el código promocional personal, las ventas atribuidas a la cuenta, los valores pendientes, los valores pagados, el historial y la información necesaria para recibir pagos.

Objetivo de esta etapa

Al concluir esta etapa, el usuario debe comprender que su función es localizar Service Providers potencialmente interesados, presentar correctamente las oportunidades disponibles y utilizar su código promocional para que las ventas elegibles puedan ser atribuidas a su cuenta.

Observación para revisión

Este es un documento de trabajo. El funcionamiento exacto de botones, estados de venta, pagos y demás comportamientos operativos deberá compararse con la versión actualmente instalada del sistema Lead Seller antes de la publicación definitiva.

Etapas 3 - Su Cuenta Lead Seller

El panel Lead Seller es el área de la cuenta destinada al seguimiento de las recomendaciones y de las ventas atribuidas al usuario. Allí el Lead Seller consulta su código promocional personal, acompaña los resultados de las ventas y mantiene la información necesaria para recibir pagos.

Cada Lead Seller posee un código promocional exclusivo vinculado a su cuenta. Este código debe proporcionarse al Service Provider recomendado para que una compra elegible pueda ser identificada y atribuida correctamente al Lead Seller.

El código promocional debe ser utilizado por el comprador en el proceso proporcionado por CraftCommunity. El Lead Seller no debe utilizar su propio código para una compra propia o autorreferencia.

El panel también permite acompañar los indicadores relacionados con las ventas. De acuerdo con la estructura actual del sistema, los principales campos presentados al Lead Seller son Purchases, Gross Sales, Earned, Pending y Paid.

Purchases representa las compras atribuidas al Lead Seller. Gross Sales presenta el volumen de ventas relacionado con las compras registradas. Earned representa las ganancias registradas para el Lead Seller. Pending identifica valores todavía pendientes en el flujo de pago. Paid identifica valores que ya fueron marcados como pagados.

El porcentaje interno utilizado por CraftCommunity para calcular la comisión no necesita mostrarse ni explicarse al usuario en el tutorial público. El valor aplicable es calculado por el sistema y presentado en el panel.

El área BTC Wallet se utiliza para registrar o actualizar la cartera Bitcoin destinada a recibir pagos. El registro de la cartera debe realizarse con atención, ya que la dirección informada será utilizada en el proceso de pago.

Cuando un pago se completa administrativamente, el historial puede registrar la información correspondiente al pago, incluido el TXID cuando corresponda. El historial de pagos debe conservarse para consulta.

Cómo utilizar esta área

Acceda a su Service Provider Account.

Localice el área LEAD SELLER.

Identifique y copie su código promocional personal.

Compruebe las compras y los valores registrados en el panel.

Registre o confirme su BTC Wallet antes de recibir pagos.

Consulte Pending para los valores todavía en procesamiento y Paid para los pagos completados.

Utilice el historial para consultar registros de pagos anteriores y el TXID, cuando esté disponible.

Importante

El Lead Seller debe comprobar que el código promocional utilizado por el comprador sea el código vinculado a su propia cuenta. La atribución de la venta depende del registro correcto del código en el flujo de compra.

Objetivo de esta etapa

Al concluir esta etapa, el usuario debe saber dónde encontrar su código promocional, cómo acompañar las ventas atribuidas a su cuenta, cómo interpretar los principales estados financieros del panel y dónde mantener su BTC Wallet.

Validación técnica antes de la publicación

Los nombres Purchases, Gross Sales, Earned, Pending, Paid, BTC Wallet y TXID siguen la estructura definida para Lead Seller. Antes de la publicación definitiva del tutorial, las pantallas, los botones y los comportamientos deben compararse con la versión efectivamente instalada en el sitio para evitar divergencias visuales u operativas.

Etapa 4 - Encontrar un Lead para Vender

El primer trabajo del Lead Seller es elegir una oportunidad que pueda presentarse a un Service Provider compatible. La elección debe comenzar por la información disponible en la propia oportunidad publicada por CraftCommunity.

Antes de buscar un comprador, el Lead Seller debe analizar el tipo de servicio, la ubicación, el tamaño o alcance del proyecto, las condiciones presentadas y el valor de la conexión. El objetivo es comprender qué tipo de profesional puede ejecutar ese trabajo y en qué región necesita operar.

El Lead Seller no necesita elegir cualquier oportunidad disponible. Es preferible trabajar con leads que puedan dirigirse a profesionales claramente compatibles con el servicio y la ubicación.

Ejemplo: si la oportunidad es Flooring - Laminate en Miami, FL, la búsqueda debe dirigirse principalmente a flooring contractors, laminate flooring installers y otros profesionales compatibles que atiendan Miami o la región del proyecto.

Si la oportunidad es Cleaning, el Lead Seller debe observar qué modalidad de limpieza se está solicitando y buscar empresas o profesionales que realmente ofrezcan ese tipo de servicio. El mismo principio debe aplicarse a los demás nichos de CraftCommunity.

Información que debe observarse

Job Type / categoría del trabajo.

Service / servicio específico solicitado.

City y State / ubicación de la oportunidad.

Size / tamaño del proyecto, cuando corresponda.

Project Details / detalles disponibles sobre el trabajo.

Scope / alcance presentado en la oportunidad.

Estimated Labor Hours, cuando esté disponible.

Estimated Project Value o precio presentado, cuando esté disponible.

Connection Fee / valor necesario para adquirir la conexión.

Otras condiciones públicas relevantes presentadas en la oportunidad.

Cómo elegir una oportunidad

PASO 1 - Abra las oportunidades disponibles en CraftCommunity.

PASO 2 - Elija un trabajo cuyo servicio sea fácil de relacionar con un tipo específico de profesional.

PASO 3 - Compruebe la ciudad y el estado donde se realizará el servicio.

PASO 4 - Lea los detalles y el alcance antes de comenzar a buscar compradores.

PASO 5 - Identifique qué tipos de Service Providers serían técnicamente compatibles con esa oportunidad.

PASO 6 - Solo después de este análisis, comience a buscar profesionales que atiendan esa región.

Información privada del cliente

El Lead Seller debe respetar la protección de la información privada del cliente. Los datos privados que no estén liberados para presentación no deben obtenerse, compartirse, publicarse ni utilizarse para intentar eludir el proceso de conexión de CraftCommunity.

El objetivo en esta etapa es vender la oportunidad de conexión utilizando la información puesta a disposición para la evaluación del trabajo. La liberación de la información privada del cliente ocurre de acuerdo con el proceso de compra, verificación y aprobación de CraftCommunity.

Ejemplo práctico

Oportunidad: Flooring - Laminate

Ubicación: Miami, Florida

Área del proyecto: 850 SF

Trabajo: retirada del piso existente e instalación de laminate flooring.

Profesional a buscar: flooring contractor / laminate flooring installer que atienda Miami y tenga capacidad para ejecutar el alcance presentado.

Siguiente acción del Lead Seller: localizar posibles Service Providers y presentar la oportunidad sin divulgar información privada protegida del cliente.

Qué evitar

No presentar el lead como un contrato garantizado.

No alterar el valor, el alcance o la información de la oportunidad para hacerla más atractiva.

No divulgar datos privados del cliente.

No afirmar que el Service Provider ya fue contratado.

No dirigir la oportunidad a un profesional claramente incompatible con el servicio o la ubicación.

No intentar eludir el proceso de compra y conexión de CraftCommunity.

Objetivo de esta etapa

Al concluir esta etapa, el Lead Seller debe ser capaz de seleccionar una oportunidad, comprender sus principales datos y definir qué perfil de Service Provider debe buscarse para ese trabajo.

Validación técnica antes de la publicación

Los campos mostrados al Lead Seller deben compararse con la versión actual de la página Available Jobs antes de la publicación final. El tutorial debe mencionar únicamente información que realmente esté disponible para el usuario en esta etapa del sistema.

Etapa 5 - Encontrar un Service Provider

El objetivo de esta etapa es encontrar Service Providers potencialmente interesados en la oportunidad seleccionada utilizando únicamente grupos de Facebook relacionados con la ubicación del lead.

Para mantener la prospección organizada y reducir los contactos comerciales individuales no solicitados, el Lead Seller no debe buscar profesionales en sitios web, páginas personales, correos electrónicos, teléfonos, SMS, WhatsApp o mensajes privados únicamente para ofrecer una oportunidad.

La estrategia definida por CraftCommunity para esta etapa es simple: el Lead Seller publica la oportunidad en un grupo adecuado de Facebook y permite que los propios profesionales interesados inicien el contacto.

De esta manera, el Service Provider ve la publicación por decisión propia dentro de una comunidad en la que ya participa. Si está interesado en el trabajo presentado, podrá responder a la publicación o buscar al Lead Seller para solicitar más información.

Método oficial de prospección

PASO 1 - Identifique el servicio exacto de la oportunidad.

PASO 2 - Identifique la ciudad, el estado y la región donde se ejecutará el proyecto.

PASO 3 - En Facebook, busque grupos que formen parte de esa ciudad, región o mercado local.

PASO 4 - Siempre que sea posible, priorice grupos relacionados con contractors, home services, construcción, mantenimiento o con el servicio correspondiente al lead.

PASO 5 - Lea las reglas del grupo antes de publicar. Si el grupo no permite publicidad comercial, oportunidades de trabajo o publicaciones similares, no publique.

PASO 6 - Haga una publicación creativa y profesional presentando únicamente la información autorizada sobre la oportunidad.

PASO 7 - No publique información privada del cliente.

PASO 8 - Espere a que los propios Service Providers interesados respondan a la publicación o busquen al Lead Seller.

PASO 9 - Solo después de que el profesional demuestre interés, continúe la conversación y presente la información adicional permitida.

PASO 10 - Evite publicaciones repetitivas o excesivas de la misma oportunidad en el mismo grupo.

Ejemplo

Busque dentro del grupo el área indicada como crear publicación, publicar o discusión. En ese espacio puede escribir su publicación de la siguiente manera:

“Busco House Cleaner Servicio Residencial Apartamento de 02 Habitaciones.”

O

“Busco Instalador de Piso Instalación de 1200 sqft² de Piso Hardwood.”

Dónde buscar

Facebook Groups - este es el único canal definido en este tutorial para la prospección del Lead Seller.

El grupo debe tener una relación real con la ubicación del proyecto. Pueden utilizarse grupos de comunidades locales, contractors, profesionales de home services, construcción, mantenimiento o grupos específicos del servicio, siempre que las reglas del grupo permitan este tipo de publicación.

El Lead Seller no debe utilizar la lista de miembros del grupo para iniciar abordajes privados. El primer contacto debe ocurrir por medio de la publicación. La conversación individual comienza únicamente cuando el profesional demuestra interés.

Cómo presentar la oportunidad en el grupo

La publicación puede ser creativa y atractiva, pero debe mantenerse fiel al lead. El objetivo es despertar el interés de profesionales compatibles sin afirmar que el trabajo está garantizado.

Ejemplo de publicación:

Service Opportunity - Laminate Flooring - Miami, FL

A flooring opportunity is currently available in Miami, Florida. The project is approximately 850 SF and includes removal of the existing flooring and installation of laminate flooring.

If you are a flooring contractor or laminate flooring installer serving the Miami area and would like to learn more about this opportunity, comment or contact me for additional information.

Available through CraftCommunity as a Negotiated Lead. This is an opportunity to connect with a potential client and is not a guaranteed contract.

Ejemplo práctico

Oportunidad seleccionada: Flooring - Laminate.

Ubicación: Miami, Florida.

Acción: localizar en Facebook grupos relacionados con Miami donde profesionales compatibles puedan visualizar la oportunidad.

Publicación: presentar el trabajo sin divulgar teléfono, dirección u otros datos privados del cliente.

Respuesta: esperar a que un Service Provider interesado responda o busque voluntariamente al Lead Seller.

Siguiente acción: después de la manifestación de interés, continuar con la Etapa 5 - Presentar la Oportunidad.

Organización de los interesados

El Lead Seller puede mantener una lista simple únicamente de los profesionales que voluntariamente demostraron interés. La lista puede contener nombre del profesional o empresa, servicio, ciudad/región, canal por el que ocurrió el contacto, fecha y situación de la conversación.

Esta organización no debe contener información privada del cliente de CraftCommunity.

Comprenda la región antes de buscar los grupos

Antes de buscar grupos en Facebook, el Lead Seller debe comprender mejor la ubicación del proyecto. Para ello, puede utilizar Google Maps exclusivamente como herramienta de orientación geográfica.

En esta etapa, Google Maps no debe utilizarse para localizar empresas, recopilar teléfonos, correos electrónicos o iniciar contactos comerciales. Su función es ayudar al Lead Seller a comprender dónde está ubicada la ciudad del lead, qué ciudades están cerca y qué nombres de regiones pueden ser útiles en la búsqueda de grupos de Facebook.

Cómo utilizar el mapa

PASO 1 - Abra Google Maps y busque la ciudad informada en el lead.

PASO 2 - Observe dónde está ubicada la ciudad dentro del estado.

PASO 3 - Utilice el zoom para visualizar mejor la ciudad y luego reduzca el zoom para comprender la región de alrededor.

PASO 4 - Identifique ciudades cercanas, centros urbanos relevantes y nombres regionales que puedan utilizarse en la búsqueda de grupos.

PASO 5 - Anote de 3 a 5 localidades cercanas que tengan sentido para ampliar la búsqueda.

PASO 6 - Utilice esos nombres en Facebook junto con las palabras clave en portugués, inglés y español enseñadas en este tutorial.

PASO 7 - Cuando un Service Provider demuestre interés, confirme con él si realmente atiende la ubicación del proyecto. La proximidad observada en el mapa no debe tratarse como confirmación del área de servicio del profesional.

Ejemplo de uso

Imagine que el lead esté ubicado en una ciudad pequeña de Massachusetts. El Lead Seller busca esa ciudad en Google Maps, utiliza el zoom para comprender la región e identifica ciudades mayores o comunidades cercanas.

Después, en lugar de buscar únicamente el nombre exacto de la ciudad del lead, puede probar en Facebook combinaciones con esas localidades cercanas, como “Brasileiros em [ciudad cercana]”, “contractors [ciudad cercana]”, “home services [región]” o “contratistas [ciudad cercana]”.

Esto amplía la búsqueda geográfica sin cambiar la regla principal: la prospección continúa realizándose mediante publicaciones en grupos de Facebook y no por contacto directo con empresas encontradas en el mapa.

Qué observar en el mapa

Ciudad exacta del lead.

Ciudades vecinas y centros urbanos cercanos.

Región o área metropolitana a la que pertenece la ciudad, cuando esto esté claramente indicado.

Distancia geográfica aproximada entre las localidades únicamente como referencia visual.

Nombres de localidades que puedan generar nuevas búsquedas de grupos en Facebook.

Límites del uso de Google Maps

El mapa ayuda a comprender la geografía, pero por sí solo no determina el área comercial atendida por un Service Provider.

No asumir que un profesional atiende determinada ciudad únicamente porque está geográficamente cerca.

No utilizar establecimientos mostrados en el mapa para iniciar prospección individual por teléfono, correo electrónico, SMS, WhatsApp o mensajes privados.

No utilizar el mapa para intentar localizar la dirección privada del cliente.

Los tiempos de viaje, el tráfico y las rutas pueden variar. Cuando esta información sea relevante, debe tratarse únicamente como referencia y ser confirmada por el propio Service Provider.

Flujo geográfico recomendado

LEAD → localizar ciudad en Google Maps → usar zoom para comprender la región → identificar ciudades cercanas → buscar grupos en Facebook en portugués, inglés y español → evaluar los grupos → publicar la oportunidad → esperar una manifestación voluntaria de interés.

Cómo localizar los grupos correctos

La búsqueda debe comenzar por la ubicación del lead. El Lead Seller puede combinar ciudad o estado con palabras relacionadas con la comunidad, la profesión o el servicio. Para ampliar los resultados, la misma búsqueda puede realizarse en inglés, portugués y español.

Modelo de búsqueda

[comunidad o profesión] + [ciudad o estado]

Ejemplos en portugués: “Brasileiros em Massachusetts”, “Brasileiros em Boston”, “Brasileiros em New York”, “Brasileiros em New Jersey”, “Prestadores de serviços em Massachusetts” y “Profissionais brasileiros em Boston”.

Ejemplos en inglés: “contractors in Massachusetts”, “home services Massachusetts”, “construction workers Boston”, “flooring contractors Boston”, “house cleaners Massachusetts” y “painters Massachusetts”.

Ejemplos en español: “Latinos en Massachusetts”, “Contratistas en Massachusetts”, “Trabajadores de construcción Boston”, “Pintores en Massachusetts” y “Servicios para el hogar Massachusetts”.

El Lead Seller puede sustituir Massachusetts/Boston por el estado y la ciudad correspondientes al lead y sustituir la profesión por el servicio buscado.

Buscar en más de un idioma

Cuando la primera búsqueda no encuentre grupos adecuados, el Lead Seller debe repetir la búsqueda traduciendo los términos principales al inglés, portugués y español. La finalidad no es presumir el origen de un profesional, sino ampliar la búsqueda entre diferentes comunidades y grupos locales que puedan reunir Service Providers compatibles.

Ejemplo: para un lead de Painting en Boston, el Lead Seller puede buscar “painters Boston”, “pintores em Boston”, “pintores en Boston”, “contractors Boston”, “Brasileiros em Boston” y “Latinos en Boston”.

Criterios para evaluar un grupo antes de entrar o publicar

El número de miembros es solo un indicador. Como referencia operativa, pueden priorizarse grupos con 10.000 o más miembros cuando también sean activos y relevantes, pero un grupo menor y muy específico de la ciudad o profesión puede ser más útil que un grupo grande y genérico.

Antes de publicar, el Lead Seller debe comprobar:

Ubicación - el grupo realmente representa la ciudad, el estado o la región del lead.

Relevancia - hay profesionales, contractors, prestadores de servicios o miembros locales que puedan estar interesados en la oportunidad.

Actividad reciente - existen publicaciones e interacciones recientes; los grupos aparentemente abandonados deben tener menor prioridad.

Cantidad de miembros - preferentemente grupos con una buena base de miembros; 10.000+ puede utilizarse como referencia, sin ser un requisito absoluto.

Reglas - el grupo permite publicaciones de servicios, oportunidades, publicidad comercial o contenido similar.

Moderación - el Lead Seller debe respetar la aprobación de publicaciones, límites de frecuencia y orientaciones de los administradores.

Calidad - evitar grupos dominados por spam, publicaciones repetitivas, contenido sin relación con la comunidad o señales de baja actividad real.

Privacidad del grupo - los grupos públicos pueden facilitar la evaluación inicial, pero el hecho de que un grupo sea público no significa automáticamente que la publicidad esté permitida. Las reglas del grupo siempre prevalecen.

Ejemplos de URLs para aprender a localizar grupos

Las URLs a continuación son ejemplos de grupos utilizados como referencia de búsqueda. No representan asociación, aprobación ni canal oficial de CraftCommunity. El nombre, la cantidad de miembros, la privacidad, la actividad y las reglas pueden cambiar. El Lead Seller debe abrir el grupo y comprobar las condiciones actuales antes de publicar.

Facebook Group - Brasileiros em New York - ejemplo documentado:
<https://www.facebook.com/groups/242540673074285/>

Facebook Group - Brasileiros de Virgínia - ejemplo documentado: <https://www.facebook.com/groups/797608163646381/>

Facebook Group - ejemplo para comprobación dentro de Facebook:
<https://www.facebook.com/groups/261856625034266/>

Facebook Group - ejemplo para comprobación dentro de Facebook:
<https://www.facebook.com/groups/517313901765255/>

Facebook Group - Brasileiros NY e NJ - ejemplo para comprobación dentro de Facebook:
<https://www.facebook.com/groups/BrasileirosNYeNJ/>

Regla antes de utilizar cualquier URL

Nunca publique únicamente porque el grupo aparezca en este tutorial. Antes de cada publicación, confirme que el grupo continúa activo, corresponde a la región correcta y permite ese tipo de contenido. Si las reglas no lo permiten, busque otro grupo adecuado.

Flujo recomendado

LOCALIZAR EL LEAD → identificar ciudad/estado → buscar grupos en Facebook en inglés, portugués y español → evaluar ubicación, actividad, miembros y reglas → elegir grupos adecuados → crear la publicación → esperar una manifestación voluntaria de interés → solo entonces conversar directamente con el Service Provider.

Cuando un Service Provider demuestre interés

Después de que un Service Provider responda a la publicación o busque voluntariamente al Lead Seller, el abordaje individual debe continuar de forma breve y respetuosa. El objetivo inicial no es pedir teléfono o WhatsApp. El Lead Seller debe confirmar el interés y preguntar si el profesional desea recibir por correo electrónico la información completa de la oportunidad.

El Service Provider elige si desea proporcionar una dirección de correo electrónico. Si no desea proporcionarla, el Lead Seller no debe insistir ni buscar un correo electrónico en sitios web, perfiles, directorios u otras fuentes para eludir su decisión.

Modelo de respuesta breve en Facebook

“Gracias por su interés. Puedo enviarle por correo electrónico el PDF completo de la oportunidad, con los detalles disponibles, las reglas/garantía aplicables al Negotiated Lead y mi código promocional para que pueda evaluarlo con calma. Si desea recibirlo, indíqueme el correo electrónico que prefiere utilizar.”

Después de que el correo electrónico sea proporcionado voluntariamente

PASO 1 - Confirme que la dirección fue proporcionada por el propio Service Provider para recibir la información.

PASO 2 - Descargue el PDF de la oportunidad correspondiente en el área Available Jobs de CraftCommunity.

PASO 3 - Guarde el PDF en la computadora o dispositivo con un nombre que permita identificar la oportunidad sin incluir datos privados indebidos.

PASO 4 - Prepare un correo electrónico breve, profesional y fiel a la información del lead.

PASO 5 - Adjunte el PDF de la oportunidad. El PDF reúne los datos puestos a disposición para la transferencia y las reglas/garantía incorporadas al documento de acuerdo con el flujo de CraftCommunity.

PASO 6 - Incluya en el cuerpo del correo electrónico el código promocional personal del Lead Seller y oriente al Service Provider a utilizarlo en el flujo de compra aplicable si decide adquirir la oportunidad.

PASO 7 - Incluya en el pie del mensaje una forma sencilla de detener futuros correos electrónicos del Lead Seller.

PASO 8 - Después del envío, no presione al Service Provider por teléfono, WhatsApp o mensajes repetitivos. Espere la decisión del profesional.

Cómo descargar y guardar el PDF de la oportunidad

Acceda a la página Available Jobs de CraftCommunity.

Localice exactamente la oportunidad que el Service Provider demostró interés en evaluar.

Utilice el botón DOWNLOAD PDF disponible en la tarjeta o en la visualización de la oportunidad.

Cuando el navegador abra o descargue el archivo, utilice la opción Download/Guardar para conservar una copia en el dispositivo.

Antes de adjuntarlo, compruebe que el PDF corresponde a la oportunidad correcta.

No edite el PDF para alterar precio, alcance, garantía o información de la oportunidad.

Adjunte ese mismo PDF al correo electrónico enviado al Service Provider.

Relación por correo electrónico

El suministro del correo electrónico para una oportunidad no debe tratarse como una autorización permanente. Si el Lead Seller desea enviar futuras oportunidades compatibles, debe mantener una comunicación moderada y ofrecer en cada mensaje una forma sencilla de detener nuevos envíos.

Pie recomendado

“Si no desea recibir futuras oportunidades por correo electrónico de este Lead Seller, responda a este mensaje con la palabra CANCELAR. Después de la solicitud, deben detenerse los nuevos correos electrónicos de oportunidades.”

Si el Service Provider responde CANCELAR, el Lead Seller debe registrar esa preferencia y no enviar nuevas oportunidades a esa dirección. La cancelación de futuros correos electrónicos no interfiere con una oportunidad o compra que el profesional ya haya decidido evaluar por cuenta propia.

Qué evitar

No recopilar correos electrónicos o teléfonos en sitios web para ofrecer leads individualmente.

No enviar SMS, WhatsApp, correos electrónicos o mensajes privados no solicitados.

No abordar individualmente a miembros de grupos que no hayan demostrado interés.

No publicar en grupos cuyas reglas prohíban este tipo de contenido.

No repetir la misma publicación excesivamente.

No divulgar información privada del cliente.

No afirmar que el profesional ya posee el trabajo o que la contratación está garantizada.

No presentarse como representante del cliente.

No alterar la información del lead para aumentar artificialmente el interés.

No insistir después de que el profesional informe que no está interesado.

Objetivo de esta etapa

Al concluir esta etapa, el Lead Seller debe saber divulgar una oportunidad en grupos de Facebook relacionados con la ubicación del lead y permitir que los propios Service Providers interesados inicien el contacto.

Regla operativa de CraftCommunity

Para este tutorial, la prospección de Service Providers queda limitada a los grupos de Facebook. El objetivo es estandarizar la actuación de los Lead Sellers, reducir contactos individuales no solicitados y mantener un mayor control sobre la forma en que se divulgan las oportunidades.

Las reglas de cada grupo deben respetarse. Cuando una publicación no esté permitida, el Lead Seller debe buscar otro grupo adecuado en lugar de intentar eludir la moderación.

Etapa 6 - Presentar la Oportunidad

Después de identificar un Service Provider compatible, el Lead Seller debe presentar la oportunidad de forma clara, profesional y fiel a la información puesta a disposición por CraftCommunity.

El objetivo del abordaje no es convencer al profesional de que el trabajo está garantizado. El objetivo es mostrar que existe una oportunidad de conexión disponible, presentar los datos permitidos para evaluación y dirigir al profesional a CraftCommunity si está interesado.

La presentación debe ser lo suficientemente breve para facilitar la lectura, pero debe contener la información necesaria para que el Service Provider comprenda el tipo de trabajo, la ubicación, el alcance básico y las condiciones disponibles antes de decidir si desea evaluar la oportunidad.

Información que puede formar parte de la presentación

Tipo de servicio y categoría del trabajo.

Ciudad y estado donde se realizará el proyecto.

Tamaño o dimensión del proyecto, cuando esté disponible.

Resumen fiel del alcance y de los Project Details presentados por CraftCommunity.

Estimated Labor Hours, cuando esta información esté disponible para el Lead Seller.

Estimated Project Value, cuando esté disponible para presentación.

Connection Fee o información necesaria para que el Service Provider evalúe la adquisición de la conexión.

Código promocional personal del Lead Seller y el beneficio aplicable al comprador, de acuerdo con el flujo vigente de CraftCommunity.

Información que no debe divulgarse

Datos privados del cliente que todavía estén protegidos por el proceso de CraftCommunity.

Teléfono, dirección u otra información privada que no haya sido autorizada para presentación.

Información obtenida fuera del flujo de CraftCommunity con la finalidad de eludir la protección del cliente.

Cualquier información inventada, modificada o añadida para hacer la oportunidad más atractiva.

Cómo continuar después de que el profesional demuestre interés

La primera conversación individual ocurre únicamente después de que el Service Provider demuestre interés en la publicación del grupo. En ese momento, el Lead Seller debe ser breve y preguntar si el profesional desea recibir la presentación completa por correo electrónico.

El correo electrónico es el canal recomendado en este tutorial para el envío de la documentación de la oportunidad. El teléfono y WhatsApp no son necesarios para que el Lead Seller presente el Negotiated Lead.

Modelo de correo electrónico - presentación completa de la oportunidad

Asunto: Service Opportunity - [SERVICE] - [CITY, STATE]

Hello [SERVICE PROVIDER NAME],

Thank you for your interest in the opportunity I shared.

I am sending the PDF for the [SERVICE] opportunity in [CITY, STATE]. The attached document contains the available project information and the applicable Negotiated Lead rules/warranty so you can review the opportunity before deciding whether you want to proceed.

Opportunity: [SERVICE]

Location: [CITY, STATE]

Project summary: [SHORT, ACCURATE SUMMARY]

Promotional code: [YOUR CODE]

If you decide that this opportunity fits your business, you can access CraftCommunity, review the available job and use my promotional code [YOUR CODE] in the applicable purchase process.

A Negotiated Lead is an opportunity to connect with a potential client and is not a guaranteed contract. Please review the attached PDF and the CraftCommunity information before making your decision.

Best regards,

[YOUR NAME]

CraftCommunity Lead Seller

Email preference: If you do not want to receive future opportunities from this Lead Seller, simply reply to this email with the word CANCELAR. Future opportunity emails to this address must then stop.

Qué adjuntar y comprobar antes de enviar

Adjunte el PDF descargado directamente de la oportunidad correspondiente en Available Jobs. Compruebe el servicio, la ciudad/estado y los demás datos antes del envío. No modifique el PDF, no añada información privada y no envíe un PDF de otra oportunidad.

El código promocional también debe aparecer en el cuerpo del correo electrónico, para que el Service Provider ya tenga el código disponible si, después de analizar el PDF y el sitio, decide continuar con la compra.

Después del envío

El Lead Seller puede esperar la respuesta del Service Provider sin exigir teléfono. Si el profesional desea continuar, debe ser dirigido al flujo oficial de CraftCommunity. Si responde CANCELAR, deben interrumpirse los nuevos correos electrónicos de oportunidades de ese Lead Seller a esa dirección.

Ejemplo práctico

Lead seleccionado: Flooring - Laminate.

Ubicación: Miami, FL.

Proyecto: aproximadamente 850 SF, incluida la retirada del piso existente y la instalación de laminate flooring.

Abordaje: después de que el profesional demuestre interés en la publicación del grupo, preguntar si desea recibir los detalles por correo electrónico. Si proporciona voluntariamente el correo electrónico, enviar el PDF correspondiente de la oportunidad, la presentación resumida y el código promocional del Lead Seller.

El Lead Seller no debe proporcionar el teléfono o la dirección privada del cliente antes de la liberación prevista por el proceso de la plataforma.

Lo que el Lead Seller no debe prometer

No decir que el Service Provider ya ganó el trabajo.

No garantizar que el cliente contratará al profesional.

No garantizar ingresos, ganancias o recurrencia.

No afirmar que CraftCommunity controla la decisión final del cliente.

No prometer condiciones diferentes de la información efectivamente presentada en la oportunidad.

Si el profesional demuestra interés

El Lead Seller debe dirigirlo al flujo oficial de CraftCommunity, proporcionar su código promocional y permitir que el propio Service Provider analice la oportunidad y decida si desea adquirir la conexión.

La compra de la conexión sigue el proceso de CraftCommunity. La información privada del cliente permanece protegida hasta que se completen las condiciones aplicables de compra, verificación y liberación.

Objetivo de esta etapa

Al concluir esta etapa, el Lead Seller debe saber presentar una oportunidad de manera profesional, utilizar únicamente información permitida, evitar promesas indebidas y dirigir correctamente al Service Provider al flujo oficial de CraftCommunity.

Validación técnica antes de la publicación

El texto definitivo sobre dónde introducir el código promocional y cómo accede el comprador a la oportunidad debe compararse con la versión actualmente instalada del flujo de compra. Los modelos anteriores son textos de abordaje y no sustituyen la validación de los botones y pantallas reales del sitio.

Etapa 7 - Usar el Código Promocional

El código promocional es el identificador utilizado para relacionar una recomendación del Lead Seller con el proceso de compra realizado por el Service Provider. Cada Lead Seller debe utilizar el código exclusivo vinculado a su propia cuenta.

Después de que el Service Provider demuestre interés en la oportunidad, el Lead Seller debe proporcionar su código promocional y orientar al comprador a utilizarlo en el campo puesto a disposición por CraftCommunity durante el flujo aplicable.

El código no sustituye la compra de la conexión, no libera datos privados del cliente y no representa la aprobación automática de la oportunidad. Sirve para identificar la recomendación y aplicar el beneficio disponible para el comprador de acuerdo con las reglas vigentes del sistema.

Beneficio para el comprador

En la configuración definida para Lead Seller, el código promocional concede al comprador un descuento del 5% sobre el valor aplicable de la compra. El comprador debe introducir correctamente el código para que el sistema pueda reconocer el beneficio.

Cómo utilizar el código

PASO 1 - El Lead Seller accede a su cuenta y localiza su código promocional exclusivo.

PASO 2 - El Lead Seller copia el código exactamente como aparece en el panel.

PASO 3 - Después de que el Service Provider demuestre interés, el Lead Seller proporciona el código al comprador.

PASO 4 - El Service Provider accede al flujo oficial de CraftCommunity y selecciona la oportunidad que desea adquirir.

PASO 5 - En el lugar destinado al código promocional, el comprador introduce el código recibido del Lead Seller.

PASO 6 - El sistema valida el código y, cuando corresponde, aplica el beneficio correspondiente.

PASO 7 - El comprador revisa la información antes de concluir el proceso.

PASO 8 - Cuando la compra elegible se registra correctamente, puede atribuirse a la cuenta del Lead Seller correspondiente.

Ejemplo

Código del Lead Seller: [SU CÓDIGO]

Service Provider: profesional referido por el Lead Seller.

Acción: el profesional selecciona una oportunidad en CraftCommunity e introduce [SU CÓDIGO] en el campo correspondiente.

Resultado esperado: si el código es válido y la compra es elegible, se aplica el beneficio del comprador y la referencia queda vinculada al Lead Seller en el sistema.

Cuidados importantes

Copie y envíe el código exactamente como aparece en el panel.

No modifique las letras, los números ni la estructura del código.

No utilice el código de otro Lead Seller.

No utilice su propio código para autorreferencia o compra propia.

No prometa al comprador que el código garantiza la contratación por parte del cliente.

No presente el código como una forma de liberar directamente los datos privados del cliente.

Pida al comprador que compruebe si el código fue aceptado en el flujo antes de concluir la operación.

Si el código no funciona

El Lead Seller debe comprobar primero si el código se introdujo correctamente y si corresponde al código que aparece en su cuenta. Si el problema continúa, el comprador no debe intentar eludir el sistema. La situación deberá tratarse a través del canal de soporte correspondiente de CraftCommunity.

Cómo llega la venta al panel Lead Seller

El código promocional funciona como parte del vínculo entre la referencia y la cuenta del Lead Seller. Cuando el sistema reconoce una compra elegible asociada al código, los registros correspondientes pueden aparecer en el panel Lead Seller para su seguimiento.

El cálculo interno de la comisión lo realiza el sistema. El tutorial público debe orientar al usuario a seguir los valores mostrados en Earned, Pending y Paid, sin exponer la fórmula administrativa interna.

Objetivo de esta etapa

Al finalizar esta etapa, el Lead Seller debe saber localizar, copiar y proporcionar su código promocional, explicar correctamente su finalidad al comprador y comprender que el código identifica la referencia sin sustituir el proceso oficial de compra, verificación y conexión de CraftCommunity.

Validación técnica antes de la publicación

El descuento del 5% y la asociación del código al Lead Seller siguen la configuración definida para el sistema. La ubicación exacta del campo promocional, los textos de los botones, los mensajes de validación y el momento en que aparece el descuento deben comprobarse en la versión instalada del flujo de compra antes de la publicación definitiva de este tutorial.

Etapa 8 - Compra del Negotiated Lead

Cuando el Service Provider decide adquirir una oportunidad, la operación pasa del proceso de presentación realizado por el Lead Seller al flujo oficial de compra y conexión de CraftCommunity.

El Lead Seller no libera manualmente la información privada del cliente ni controla la aprobación de la conexión. A partir de ese momento, el procesamiento de la compra, la protección de los datos y la verificación de la disponibilidad del cliente son realizados por el sistema y por el soporte de CraftCommunity.

El Negotiated Lead representa una oportunidad de conexión con un cliente potencial. La compra de la conexión no representa un contrato de servicio garantizado ni garantiza que el cliente contratará al Service Provider.

Qué ocurre cuando el Service Provider compra

PASO 1 - El Service Provider selecciona Purchase This Job.

PASO 2 - El Connection Fee correspondiente se deduce de los créditos disponibles en la cuenta del Service Provider.

PASO 3 - La compra entra en el proceso de verificación.

PASO 4 - La información privada del cliente permanece protegida mientras la verificación está en curso.

PASO 5 - CraftCommunity verifica si el cliente continúa disponible para el servicio.

PASO 6 - El proceso de verificación de disponibilidad puede tardar hasta 2 horas.

PASO 7 - Si el cliente continúa disponible, la conexión se aprueba y la información se envía al Inbox del Service Provider.

PASO 8 - A partir de la aprobación, el Service Provider es responsable de ponerse en contacto con el cliente de manera profesional y dentro de un plazo razonable.

Si el cliente ya no está disponible

Si CraftCommunity determina durante la verificación que el cliente ya no está disponible, el 100% de los créditos deducidos para esa conexión se devuelve inmediatamente al Service Provider. El profesional también recibe una notificación informando que el cliente ya no está disponible.

Protección de la información privada

Durante la compra y la verificación, la información privada del cliente continúa protegida. No debe ser proporcionada por el Lead Seller ni obtenida por medios destinados a eludir el proceso de CraftCommunity.

La información solo se libera después de la aprobación de la conexión, de acuerdo con el proceso de CraftCommunity.

Después de la aprobación

El Service Provider recibe la información necesaria para ponerse en contacto con el cliente.

El Service Provider debe realizar el contacto de forma profesional y confirmar directamente con el cliente el alcance final, el precio, el calendario, los materiales y las condiciones del trabajo.

La relación comercial pasa a ser gestionada directamente entre el Service Provider y el cliente.

CraftCommunity no garantiza el pago del servicio por parte del cliente, no define los términos finales acordados entre las partes y no garantiza la ejecución ni el resultado del trabajo.

¿Cuál es el papel del Lead Seller en esta fase?

Después de que el comprador entra en el flujo oficial de adquisición del Negotiated Lead, el Lead Seller no debe interferir en la verificación de disponibilidad, intentar liberar información privada ni negociar en nombre del cliente.

El Lead Seller debe hacer el seguimiento de su propia referencia a través del panel Lead Seller. La gestión de la conexión y la comunicación administrativa relacionada con la compra pertenecen al flujo de CraftCommunity y del Service Provider.

Importante: oportunidad no significa contrato garantizado

El Connection Fee remunera el servicio de conexión y el proceso relacionado con el lead. No representa la compra de un contrato garantizado, no garantiza la disponibilidad indefinida del cliente y no garantiza que la relación comercial continúe después de la conexión inicial.

Ejemplo resumido

- 1. El Lead Seller presenta una oportunidad a un flooring contractor.**
- 2. El profesional accede a CraftCommunity y decide adquirir la conexión.**
- 3. El Service Provider selecciona Purchase This Job.**
- 4. Se deducen los créditos correspondientes al Connection Fee.**
- 5. Los datos privados permanecen protegidos mientras CraftCommunity verifica la disponibilidad del cliente.**
- 6. Si se aprueba, el profesional recibe la información en el Inbox y puede ponerse en contacto con el cliente.**
- 7. Si el cliente ya no está disponible durante la verificación, los créditos de la conexión se devuelven de acuerdo con las reglas de CraftCommunity.**

Objetivo de esta etapa

Al finalizar esta etapa, el Lead Seller debe comprender qué ocurre después de que el Service Provider decide comprar la oportunidad, por qué los datos privados permanecen protegidos durante la verificación y dónde termina la actuación del Lead Seller en el proceso de conexión.

Base operativa de esta etapa

Esta etapa sigue el proceso definido en las reglas de Negotiated Leads de CraftCommunity: Purchase This Job, deducción del Connection Fee en créditos, protección de la información privada durante la verificación, verificación de disponibilidad de hasta 2 horas, aprobación y envío de la información al Inbox o devolución íntegra de los créditos cuando el cliente ya no esté disponible durante la verificación.

Etapas 9 - Seguimiento de la Venta

Después de que una compra elegible se asocia al código promocional del Lead Seller, el seguimiento pasa a realizarse mediante el panel LEAD SELLER de la cuenta.

El panel fue estructurado para permitir que el Lead Seller haga el seguimiento de sus referencias sin tener que calcular manualmente los valores. Los registros financieros y los estados presentados por el sistema deben utilizarse como referencia para seguir cada venta.

Los principales indicadores definidos para el panel son Purchases, Gross Sales, Earned, Pending y Paid.

Purchases

Purchases representa las compras atribuidas a la cuenta del Lead Seller. Este indicador permite seguir cuántas operaciones elegibles fueron relacionadas con el código promocional del usuario.

Gross Sales

Gross Sales representa el volumen bruto de las ventas registradas y atribuidas al Lead Seller. Este campo sirve como referencia del volumen comercial generado por las referencias vinculadas a la cuenta.

Earned

Earned muestra el valor de las ganancias registrado para el Lead Seller de acuerdo con los cálculos internos de CraftCommunity. El usuario no necesita calcular manualmente su comisión; debe seguir el valor presentado por el sistema.

Pending

Pending identifica los valores registrados para el Lead Seller que aún están pendientes en el flujo de pago. Un valor en Pending no debe interpretarse como un pago ya concluido.

Paid

Paid identifica los valores que ya han sido registrados como pagados al Lead Seller. Después de la conclusión administrativa del pago, el registro correspondiente debe permanecer disponible en el historial para su consulta.

Historial de ventas y pagos

El Lead Seller debe utilizar el historial para hacer el seguimiento de los registros asociados a su cuenta.

El historial permite diferenciar los valores aún pendientes de los valores ya pagados.

Cuando corresponda, el registro de pago puede incluir información como fecha, valor y TXID de la transacción.

Los registros pagados deben conservarse como historial y no tratarse como elementos desechables después del pago.

Cómo hacer el seguimiento de una venta

PASO 1 - Acceda a su Service Provider Account.

PASO 2 - Abra el área LEAD SELLER.

PASO 3 - Compruebe si hubo algún cambio en Purchases después de una compra elegible.

PASO 4 - Consulte Gross Sales para seguir el volumen registrado.

PASO 5 - Consulte Earned para verificar las ganancias registradas por el sistema.

PASO 6 - Verifique Pending para identificar los valores que aún esperan la conclusión del pago.

PASO 7 - Después del pago, compruebe Paid y el historial correspondiente.

PASO 8 - Cuando haya un TXID disponible, utilícelo como referencia de la transacción registrada.

Ejemplo de lectura del panel

Purchases: indica que una o más compras fueron atribuidas a la cuenta.

Gross Sales: muestra el volumen bruto relacionado con las ventas registradas.

Earned: muestra las ganancias calculadas y registradas para el Lead Seller.

Pending: muestra los valores aún pendientes de pago.

Paid: muestra los valores que ya fueron pagados.

History / Historial: permite consultar los registros anteriores y, cuando esté disponible, los datos del pago.

Importante

El Lead Seller no debe modificar manualmente los valores para intentar reproducir el cálculo interno de la plataforma.

El porcentaje administrativo interno utilizado en el cálculo de la comisión no necesita mostrarse en el tutorial público.

El valor presentado por el sistema es la referencia operativa del Lead Seller.

Pending no significa Paid. El pago solo debe considerarse concluido cuando esté registrado como pagado en el flujo correspondiente.

Si una venta esperada no aparece, el Lead Seller debe comprobar si el comprador utilizó correctamente el código promocional y, si es necesario, utilizar el canal de soporte correspondiente.

Objetivo de esta etapa

Al finalizar esta etapa, el Lead Seller debe saber interpretar Purchases, Gross Sales, Earned, Pending y Paid, hacer el seguimiento del historial de sus ventas y diferenciar correctamente una ganancia registrada de un pago efectivamente concluido.

Validación técnica antes de la publicación

Los nombres de los indicadores siguen la estructura definida para el panel Lead Seller. Antes de la publicación definitiva, la ubicación de los campos, los textos mostrados, el formato del historial y la presentación del TXID deben compararse con la versión actualmente instalada de la Service Provider Account.

Etapas 10 - Registrar la Bitcoin Wallet

Para recibir un pago registrado por CraftCommunity en el flujo Lead Seller, el usuario debe mantener una Bitcoin Wallet válida registrada en su cuenta.

La wallet funciona como la dirección de destino informada por el propio Lead Seller. Por ello, la dirección debe comprobarse cuidadosamente antes de guardarla o actualizarla.

CraftCommunity utiliza la dirección registrada en el panel para el proceso administrativo de pago. El Lead Seller es responsable de informar una wallet a la que tenga acceso y de comprobar que la dirección sea correcta.

Dónde registrar la wallet

Acceda a su Service Provider Account y localice el área LEAD SELLER. Dentro de esta área, utilice el campo BTC Wallet para registrar o actualizar la dirección Bitcoin asociada a su cuenta.

Cómo registrarla

PASO 1 - Abra una Bitcoin Wallet bajo su control.

PASO 2 - Localice la opción para recibir Bitcoin y copie la dirección de recepción.

PASO 3 - Vuelva al área LEAD SELLER de CraftCommunity.

PASO 4 - Pegue la dirección en el campo BTC Wallet.

PASO 5 - Compare el inicio y el final de la dirección pegada con la dirección mostrada en su wallet.

PASO 6 - Guarde o actualice la información utilizando el control disponible en la página.

PASO 7 - Después de guardar, compruebe que la dirección continúe apareciendo correctamente en su cuenta.

Cuidados antes de guardar

Copie la dirección directamente desde su propia wallet para reducir los errores de digitación.

No modifique manualmente los caracteres de la dirección.

Compruebe especialmente los primeros y los últimos caracteres después de pegarla.

No registre una wallet a la que no tenga acceso.

No comparta la seed phrase, recovery phrase, private key ni la contraseña de su wallet con CraftCommunity, con compradores ni con otros usuarios.

CraftCommunity necesita la dirección pública de recepción para el pago; las credenciales privadas de la wallet deben permanecer únicamente con el propietario.

Una wallet pública no es una clave privada

La dirección BTC Wallet registrada para recibir pagos es información de destino de pago. No es la seed phrase ni la private key de la cartera. Seed phrase, recovery phrase y private key son datos de seguridad y no deben introducirse en el campo BTC Wallet.

Actualización de la wallet

La dirección BTC Wallet puede actualizarse en la cuenta cuando sea necesario. Antes de cambiar una wallet ya registrada, el Lead Seller debe comprobar que no esté confundiendo la nueva dirección con credenciales privadas y debe revisar cuidadosamente la dirección de destino.

Antes de recibir un pago

Confirme que la wallet registrada continúa bajo su control.

Compruebe nuevamente la dirección mostrada en el panel.

Verifique Pending para identificar los valores que aún esperan el pago.

Después de que un pago se concluya administrativamente, consulte Paid y el historial correspondiente.

Cuando haya un TXID registrado, puede utilizarse como referencia de la transacción.

Ejemplo sencillo

1. El Lead Seller abre su wallet y selecciona Receive / Recibir.

2. Copia la dirección Bitcoin presentada por la propia wallet.

3. Pega esa dirección en el campo BTC Wallet del área LEAD SELLER.

4. Comprueba la dirección y la guarda.

5. La dirección queda asociada a la cuenta para su utilización en el flujo administrativo de pago.

Limitaciones importantes

El registro de una wallet no significa que exista un pago disponible de inmediato y no transforma un valor Pending en Paid. El estado del pago debe seguirse mediante los indicadores y el historial del panel.

El registro del TXID en el historial sirve como referencia de la transacción informada en el proceso administrativo. La confirmación efectiva de la transacción en la red Bitcoin depende de una consulta a la propia red o a un servicio externo de blockchain.

Objetivo de esta etapa

Al finalizar esta etapa, el Lead Seller debe saber dónde registrar su BTC Wallet, cómo copiar y comprobar la dirección de recepción y qué información de seguridad nunca debe compartirse.

Validación técnica antes de la publicación

El campo BTC Wallet y la posibilidad de actualización siguen la estructura definida para el panel Lead Seller. Antes de la publicación definitiva, el texto exacto del botón de guardar/actualizar y los mensajes mostrados después de guardar deben compararse con la versión actualmente instalada de la Service Provider Account.

Etapa 11 - Recibir el Pago

Cuando una venta elegible genera un valor para el Lead Seller, el panel permite hacer el seguimiento del pago desde el estado Pending hasta su registro como Paid.

El pago al Lead Seller es un proceso separado de la compra realizada por el Service Provider. El usuario debe seguir los valores registrados en su cuenta y mantener correcta la BTC Wallet antes del pago.

Un valor mostrado como Pending todavía no debe considerarse recibido. El pago solo debe tratarse como concluido cuando el registro correspondiente esté marcado como Paid en el flujo administrativo.

Flujo del pago

PASO 1 - Una venta elegible se registra y se vincula a la cuenta del Lead Seller.

PASO 2 - El sistema registra la ganancia correspondiente en el panel.

PASO 3 - Mientras el pago aún no se haya concluido, el valor permanece en Pending.

PASO 4 - El Lead Seller debe mantener una BTC Wallet válida y correcta registrada en su cuenta.

PASO 5 - CraftCommunity realiza el pago administrativo a la wallet registrada.

PASO 6 - Después de la conclusión administrativa, el pago se registra como Paid.

PASO 7 - El historial conserva los datos correspondientes al pago.

PASO 8 - Cuando está disponible, el TXID se registra como referencia de la transacción Bitcoin.

Pending

Pending significa que existe un valor registrado en el flujo del Lead Seller, pero el pago aún no ha sido marcado como concluido. El Lead Seller debe esperar la conclusión del proceso y mantener actualizados sus datos de recepción.

Paid

Paid significa que el pago fue registrado administrativamente como realizado. El valor pagado debe permanecer disponible en el historial de la cuenta para consultas posteriores.

TXID

El TXID es el identificador de una transacción Bitcoin. Cuando esté disponible en el historial del pago, puede utilizarse como referencia para localizar y comprobar la transacción en un explorador de blockchain.

El registro del TXID en el panel no sustituye la confirmación independiente en la red Bitcoin. La situación de la transacción en la blockchain depende de la propia red y debe verificarse externamente cuando sea necesario.

Antes del pago

Compruebe que la BTC Wallet registrada le pertenece y continúa accesible.

Compruebe los primeros y los últimos caracteres de la dirección.

No envíe seed phrase, private key ni contraseña para recibir el pago.

No considere un valor Pending como dinero ya recibido.

Si necesita cambiar la wallet, realice la actualización antes del procesamiento del pago siempre que sea posible.

Después del pago

Compruebe si el valor pasó de Pending a Paid.

Consulte el historial del pago.

Cuando haya un TXID, utilícelo como referencia de la transacción.

Compruebe la recepción directamente en su wallet o mediante una herramienta externa apropiada para consultar la red Bitcoin.

Conserve el historial para referencia futura.

Ejemplo de seguimiento

1. El Lead Seller tiene una venta elegible registrada.

2. El panel muestra la ganancia correspondiente y el valor aparece en Pending.

3. La BTC Wallet registrada se comprueba antes del pago.

4. CraftCommunity procesa administrativamente el pago.

5. El registro pasa a Paid.

6. El historial conserva la información del pago y, cuando corresponde, el TXID.

7. El Lead Seller puede comprobar externamente la transacción Bitcoin utilizando el TXID.

Qué debe comprender el Lead Seller

Earned, Pending y Paid representan estados diferentes. Earned registra la ganancia calculada por el sistema; Pending indica un valor aún pendiente en el flujo de pago; Paid indica un pago registrado como concluido.

El Lead Seller no necesita conocer ni reproducir la fórmula administrativa interna utilizada para calcular su comisión. Para el tutorial público, la referencia operativa son los valores presentados por el propio panel.

Limitaciones y seguridad

CraftCommunity registra administrativamente el pago y puede almacenar el TXID correspondiente. La confirmación on-chain, el número de confirmaciones, los posibles retrasos de la red y la disponibilidad de servicios externos de consulta no son controlados por el panel Lead Seller.

Objetivo de esta etapa

Al finalizar esta etapa, el Lead Seller debe comprender el recorrido Pending → pago → Paid, saber comprobar su BTC Wallet, localizar el historial y utilizar el TXID como referencia para verificar una transacción Bitcoin.

Validación técnica antes de la publicación

Antes de la publicación definitiva, los nombres exactos de los estados, botones, campos del historial y la forma de presentación del TXID deben compararse con la versión instalada del panel Lead Seller. La confirmación de la transacción en la blockchain depende de una validación externa y no puede confirmarse únicamente mediante el registro administrativo del sitio.

Etapa 12 - Reglas y Buenas Prácticas

El Lead Seller representa un puente entre las oportunidades publicadas en CraftCommunity y los Service Providers que puedan estar interesados en ellas. Para preservar la confianza en el sistema, la presentación de cada oportunidad debe ser profesional, fiel a la información disponible y realizada dentro del flujo oficial de la plataforma.

Las reglas siguientes consolidan los cuidados presentados en las etapas anteriores y deben orientar la actuación cotidiana del Lead Seller.

1. Presente únicamente información verdadera

Utilice únicamente información que esté disponible en la oportunidad o que haya sido proporcionada oficialmente por CraftCommunity. No invente precio, tamaño, alcance, plazo, disponibilidad, condición del cliente ni ningún otro detalle para hacer el lead más atractivo.

2. No prometa contratación

Un Negotiated Lead es una oportunidad de conexión. El Lead Seller no debe afirmar que el Service Provider ya ganó el trabajo, que será contratado o que recibirá una cantidad determinada. La decisión final sobre la contratación pertenece al cliente y al profesional.

3. Proteja los datos privados del cliente

La información privada protegida no debe divulgarse, buscarse para eludir el sistema ni transmitirse antes de la liberación prevista por el proceso de CraftCommunity. El Lead Seller trabaja con la información autorizada para la presentación de la oportunidad.

4. Busque profesionales compatibles

Antes de abordar a un Service Provider, compruebe si el profesional ofrece el servicio correspondiente y atiende la región del proyecto. Una referencia bien dirigida reduce los contactos innecesarios y mejora la calidad de la presentación.

5. Utilice únicamente su propio código promocional

El código promocional es individual y está vinculado a la cuenta del Lead Seller. No utilice el código de otra persona, no modifique su estructura ni intente crear códigos alternativos.

6. No haga autorreferencia

El Lead Seller no debe utilizar su propio código promocional para una compra propia con la finalidad de generar atribución o beneficio de referencia. El sistema fue definido para impedir self-referral.

7. Dirija la compra al flujo oficial

Cuando exista interés, el Service Provider debe ser dirigido al proceso oficial de CraftCommunity. El Lead Seller no debe intentar vender información privada por fuera, recibir directamente el Connection Fee ni sustituir el proceso de compra de la plataforma.

8. Explique correctamente el código promocional

El código promocional identifica la referencia y, cuando corresponde, aplica el beneficio configurado para el comprador. No garantiza la contratación, no libera automáticamente los datos del cliente y no sustituye la verificación de la oportunidad.

9. No exponga cálculos administrativos internos

El Lead Seller debe seguir los valores presentados en Earned, Pending y Paid. La fórmula administrativa interna utilizada por CraftCommunity para calcular la comisión no necesita presentarse ni reproducirse en el material público.

10. Mantenga correcta la BTC Wallet

Antes de recibir pagos, compruebe que la BTC Wallet registrada le pertenece y es correcta. Nunca comparta seed phrase, recovery phrase, private key ni contraseña. Para recibir, el panel solo necesita la dirección pública de destino prevista en el campo BTC Wallet.

11. Diferencie Pending de Paid

Pending significa que el valor todavía está en el flujo de pago. Paid significa que el pago fue registrado administrativamente como concluido. No presente un valor Pending como dinero ya recibido.

12. Conserve el historial

Utilice el historial de la cuenta para seguir pagos anteriores. Cuando haya un TXID, puede servir como referencia para consultar la transacción Bitcoin. La confirmación on-chain depende de la red Bitcoin o de un servicio externo apropiado.

13. Evite spam y abordajes engañosos

La prospección debe dirigirse a profesionales que tengan una relación real con el servicio y la región de la oportunidad. Evite mensajes masivos repetitivos, identidad falsa, presión indebida, afirmaciones engañosas o cualquier presentación que pueda confundir al profesional sobre la naturaleza de CraftCommunity o del Negotiated Lead.

14. Respete la decisión del Service Provider

El profesional debe poder evaluar la oportunidad y decidir si desea continuar. Si no hay interés, el Lead Seller debe finalizar el abordaje de manera profesional, sin insistencia excesiva.

15. Respete la preferencia de correo electrónico

El correo electrónico proporcionado voluntariamente por el Service Provider debe utilizarse con moderación. Cada correo de oportunidad debe ofrecer una instrucción sencilla para detener futuros envíos. Si el profesional responde CANCELAR, el Lead Seller debe registrar la preferencia y cesar los nuevos correos de oportunidades a esa dirección.

No busque otro correo electrónico, teléfono o canal para eludir una solicitud de cancelación.

Checklist antes de presentar un lead

- ¿El servicio está claro?
- ¿Se comprobaron la ciudad y el estado?
- ¿El profesional realmente trabaja en ese tipo de servicio?
- ¿El profesional atiende la región del proyecto?
- ¿La información presentada es exactamente la disponible en la oportunidad?
- ¿No se está divulgando ningún dato privado protegido?
- ¿El código promocional utilizado es su propio código?
- ¿El mensaje deja claro que se trata de una oportunidad de conexión y no de un contrato garantizado?

Checklist antes de recibir un pago

- ¿La BTC Wallet registrada le pertenece?
- ¿Se comprobó la dirección?
- ¿El valor todavía está en Pending o ya está en Paid?
- ¿Se consultó el historial?
- ¿Existe un TXID registrado como referencia de la transacción?

Objetivo de esta etapa

Al finalizar esta etapa, el Lead Seller debe conocer los límites de su actuación, proteger los datos del cliente, presentar oportunidades con precisión, utilizar correctamente su código promocional y hacer el seguimiento de los pagos sin eludir los procesos de CraftCommunity.

Validación técnica antes de la publicación

Estas buenas prácticas consolidan el flujo definido en las etapas anteriores. Antes de la publicación definitiva, los nombres de los campos, los mensajes del sistema y las reglas operativas que dependen de la implementación instalada deben compararse con la versión activa de CraftCommunity.

Etapa 13 - Ejemplo Completo

En esta etapa, seguiremos un ejemplo completo del trabajo de un Lead Seller, desde la elección de una oportunidad hasta el seguimiento del pago.

Los nombres y los datos siguientes son únicamente un ejemplo didáctico. El Lead Seller siempre debe utilizar la información real presentada por CraftCommunity al trabajar con una oportunidad.

Escenario del ejemplo

Oportunidad: Flooring - Laminate.

Ubicación: Miami, Florida.

Área del proyecto: aproximadamente 850 SF.

Alcance resumido: retirada del piso existente e instalación de laminate flooring.

Profesional buscado: flooring contractor o laminate flooring installer que atienda Miami.

Lead Seller: usuario con cuenta activa y código promocional propio en CraftCommunity.

Paso 1 - Elegir la oportunidad

El Lead Seller accede a las oportunidades disponibles y encuentra un trabajo de Flooring en Miami. Antes de iniciar la prospección, lee la información disponible, comprueba el servicio, la ubicación, el tamaño del proyecto, el alcance y las condiciones presentadas.

En esta fase no se utiliza ningún dato privado protegido del cliente.

Paso 2 - Definir al profesional ideal

Por el tipo de servicio, el Lead Seller concluye que debe buscar profesionales especializados en flooring e instalación de laminate flooring que atiendan Miami o la región del proyecto.

Paso 3 - Encontrar Service Providers

El Lead Seller busca en Facebook grupos relacionados con Miami y, cuando sea posible, grupos vinculados a contractors, home services o flooring. Antes de publicar, comprueba la actividad del grupo, la cantidad de miembros, la ubicación y las reglas. A continuación, publica la oportunidad y espera a que los profesionales interesados se manifiesten voluntariamente.

Paso 4 - Seleccionar un contacto compatible

Después de la publicación, un flooring contractor demuestra interés. El Lead Seller responde brevemente y pregunta si el profesional desea recibir por correo electrónico el PDF completo de la oportunidad. El profesional decide voluntariamente si desea proporcionar una dirección de correo electrónico.

Paso 5 - Presentar la oportunidad

Con el correo electrónico proporcionado voluntariamente, el Lead Seller descarga el PDF de la oportunidad en Available Jobs, comprueba que el archivo corresponde al lead correcto y envía el documento por correo electrónico junto con un resumen fiel y su código promocional.

Ejemplo de mensaje:

Subject: Laminate Flooring Opportunity - Miami, FL

Thank you for your interest. I am sending the attached PDF for the laminate flooring opportunity in Miami, FL. The document contains the available project information and the applicable Negotiated Lead rules/warranty.

Promotional code: [YOUR CODE]

If the opportunity fits your business, you can review it on CraftCommunity and use my promotional code in the applicable purchase process.

If you do not want to receive future opportunities from this Lead Seller, reply CANCELAR.

Paso 6 - Explicar correctamente la oportunidad

Si el profesional demuestra interés, el Lead Seller explica que el Negotiated Lead es una oportunidad de conexión y no un contrato garantizado. No promete contratación, facturación ni resultado.

Paso 7 - Proporcionar el código promocional

El Lead Seller copia su código promocional directamente del panel y lo envía al Service Provider. El comprador debe utilizar ese código en el flujo correspondiente de CraftCommunity.

Cuando corresponde, el código aplica el beneficio configurado para el comprador y permite que la referencia sea asociada al Lead Seller.

Paso 8 - El Service Provider inicia la compra

El Service Provider accede a la oportunidad en CraftCommunity y decide continuar. En el flujo definido para Available Jobs, selecciona Purchase This Job.

El Connection Fee correspondiente se deduce de los créditos de la cuenta y la oportunidad entra en el proceso de verificación. La información privada del cliente continúa protegida durante esta etapa.

Paso 9 - CraftCommunity verifica la disponibilidad

CraftCommunity verifica si el cliente continúa disponible. El proceso definido para Negotiated Leads puede tardar hasta 2 horas.

Si el cliente ya no está disponible durante esta verificación, el 100% de los créditos deducidos para la conexión se devuelve al Service Provider de acuerdo con las reglas de la plataforma.

Paso 10 - Aprobación y conexión

Si la oportunidad es aprobada, la información necesaria para la conexión se libera al Service Provider mediante el flujo de CraftCommunity. A partir de ahí, el profesional puede ponerse en contacto con el cliente y tratar directamente los detalles finales del trabajo.

El Lead Seller no negocia en nombre del cliente ni interfiere en la liberación de los datos privados.

Paso 11 - La venta aparece en el panel Lead Seller

Cuando la compra es elegible y está correctamente asociada al código promocional, los registros correspondientes pueden aparecer en el área LEAD SELLER.

Purchases: hace el seguimiento de las compras atribuidas.

Gross Sales: hace el seguimiento del volumen bruto registrado.

Earned: muestra la ganancia calculada por el sistema.

Pending: muestra los valores que aún esperan la conclusión del pago.

Paid: muestra los valores registrados como pagados.

Paso 12 - Comprobar la BTC Wallet

Antes del pago, el Lead Seller comprueba que su BTC Wallet esté registrada correctamente. La dirección pública de recepción debe estar bajo su control.

Seed phrase, recovery phrase, private key y contraseña nunca deben introducirse en el campo BTC Wallet ni compartirse con terceros.

Paso 13 - Hacer el seguimiento de Pending

Mientras el pago todavía no se haya concluido administrativamente, el valor permanece en Pending. Pending no significa que el Bitcoin ya haya sido recibido.

Paso 14 - Pago y Paid

Después de que CraftCommunity procesa administrativamente el pago a la wallet registrada, el registro correspondiente puede pasar a Paid. El historial permanece disponible para consulta.

Paso 15 - Consultar el TXID

Cuando haya un TXID registrado, el Lead Seller puede utilizarlo como referencia para consultar la transacción Bitcoin. La confirmación efectiva en la blockchain depende de la propia red o de un servicio externo de consulta.

Resumen del flujo completo

1. Elegir un lead compatible.
2. Comprender el servicio, la ubicación y el alcance.
3. Encontrar Service Providers adecuados.
4. Presentar la oportunidad sin divulgar datos privados.
5. Explicar que no existe un contrato garantizado.
6. Proporcionar el código promocional.
7. El Service Provider decide si desea comprar.
8. La compra sigue el flujo oficial de CraftCommunity.
9. Los datos privados permanecen protegidos durante la verificación.
10. La conexión se aprueba o los créditos se devuelven si el cliente ya no está disponible durante la verificación.
11. La venta elegible se sigue en el panel Lead Seller.
12. El Lead Seller mantiene correcta su BTC Wallet.
13. El valor pasa por el estado Pending.
14. Después del pago administrativo, el registro pasa a Paid.
15. El historial y el TXID pueden utilizarse para el seguimiento.

Resultado esperado

Al finalizar este tutorial, el Lead Seller debe ser capaz de ejecutar todo el proceso sin acceder a información privada antes del momento correspondiente, sin prometer contratación al Service Provider y sin eludir el flujo oficial de CraftCommunity.

Conclusión del Tutorial Lead Seller

La función del Lead Seller es identificar oportunidades adecuadas, encontrar Service Providers compatibles, presentar correctamente los Negotiated Leads, utilizar su código promocional y hacer el seguimiento de sus ventas y pagos a través del panel.

La calidad del proceso depende de tres principios: información verdadera, protección de los datos del cliente y utilización del flujo oficial de CraftCommunity.

Este documento permanece editable para que los textos, pantallas, nombres de botones y reglas operativas puedan actualizarse a medida que el sistema evolucione.

Validación final antes de la publicación

Antes de publicar este tutorial para los usuarios, compare las pantallas actuales de la Service Provider Account, Available Jobs, el flujo de compra, el código promocional, BTC Wallet, el historial y los estados de pago con las descripciones de este documento. Los elementos de interfaz y el comportamiento operativo pueden cambiar y deben validarse directamente en la versión instalada del sitio.