

ESTRATEGIAS DE VENTAS
ESTRATEGIAS DE MERCADEO
DESARROLLO PERS. y EMPR.
NEGOCIOS EN INTERNET
SERVICIO AL CLIENTE
ESTRATEGIAS MÁS LEÍDAS

ABRIR NEGOCIO - MEXICO

RECIENTE EDICIÓN - BOLETÍN
ARCHIVO DE BOLETÍN

NUESTRO LIBRO DE VENTAS
GUÍAS BRILLANTES

Cómo lograr que tus clientes compren "cualquier cosa"

Por: Antonio Navas. Palabras que venden.
Septiembre 18. 2006

El mercadeo exitoso es aquel que logra persuadir a los clientes potenciales de comprar un producto o servicio en particular.

Y para ello tu publicidad debe ser capaz de identificar los deseos de la audiencia y las emociones que controlan esos deseos.

Si lo logras, podrás convencer a la gente de comprar *cualquier cosa*... ¡incluso tus ideas!

Pero ¿cómo puedes articular una estrategia que funcione para todo tipo de negocios?

Es simple...

Nunca intentes vender el producto o el servicio sino la idea de que tú comprendes a tu cliente... y lo que necesita para que su vida y su negocio sean mejores.

Nunca intentes vender el producto o el servicio sino la idea de que tú comprendes a tu cliente... y lo que necesita para que su vida y su negocio sean mejores.

Supongamos que tu producto es una revista de información financiera dirigida a pequeños inversionistas. Imagina por un momento el producto: las páginas a todo color, el hermoso diseño de la portada y del interior. Imagina tu revista expuesta en los estantes de Borders o de Barnes & Noble. Imagina su contenido: páginas y más páginas llenas de "información de gran utilidad" para tus clientes.

Ahora déjame hacerte algunas preguntas...

¿Exactamente qué clase de información puede ser de utilidad para quien compre tu revista? Y, sobre todo, ¿para qué le servirá a tus clientes esa información?

Y, finalmente, ¿estás seguro de que la imagen que has formado en tu mente refleja las necesidades de tus clientes o se trata tan solo de lo que tú piensas que

Crezca su negocio

Únase a los empresarios que reciben una vez a la semana estrategias de promoción, ventas, y mercadeo.

Llena tu Email

Nunca compartiremos su email con nadie

Artículos Relacionados

- [Cómo convertir a cada persona en un cliente](#)
- [162 sugerencias para cerrar una venta](#)
- [Palabras que venden: Cómo hacer que tu cliente compre tus productos y no los de la competencia](#)

Envíe este artículo a su amigo

[Oprima aquí para enviar](#)

Respetamos la [privacidad](#) de su amigo

debería ser el contenido de una revista financiera?

La diferencia entre ambas ideas —lo que tú crees y lo que tus clientes desean— puede ser la causante directa de una venta exitosa o de un fracaso económico. Entonces... ¿cuál es la idea correcta que hará que tus clientes compren tu producto?

Como sin duda ya habrás comprendido, a tus clientes no les interesa para nada la información que les ofrece tu revista. Todo lo que a ellos les importa es el dinero, el éxito y el reconocimiento que pueden obtener con la información que viene en ella.

Ahora exploremos un poco más a tu cliente.

Digamos que él se acuesta muy tarde por la noche tratando de encontrar la manera de hacer su vida más segura... O pensando en los impuestos que debe pagar este año... O preocupado por el dolor que ha sentido últimamente en su pecho... O por la falta de madurez de su hijo mayor. O pensando si su esposa lo ve como un buen esposo y un padre responsable o, por el contrario, como la persona fracasada que algunas veces él se siente.

Imagínalo sonriendo al recordar las vacaciones que pasaron en el Caribe, cinco años atrás. Y mientras observa las fotos, él desearía —realmente lo desearía— tener el tiempo y el dinero necesario para repetir ese viaje... o algún otro... Este año o el siguiente... Mientras aún tenga la energía suficiente para disfrutarlo.

¡Cómo desearía no tener que andar posponiendo las cosas agradables que la vida le ofrece!

Éste es el mundo en que tu cliente vive. Con sus esperanzas y temores, con la rabia que le enfurece y con las experiencias y sentimientos que alimentan su espíritu.

Lo cierto es que tu cliente no desea tu producto. No desea revistas, ni suplementos, ni juguetes electrónicos, ni carros lujosos, ni siquiera una casa. A él lo único que le interesa es lo que puede obtener al comprar el producto. El respeto y el prestigio que los carros elegantes y las propiedades le brindarán. El sentimiento de seguridad que le darán sus inversiones. La tranquilidad que sentirá si sabe que su dinero se encuentra invertido en valores seguros. La certeza de ver cómo el valor de sus inversiones se incrementa cada día.

De manera que, independientemente de lo que estés vendiendo, solo tendrás éxito si, en lugar de vender el producto o servicio, vendes los efectos positivos que traerá a la vida de tus clientes.

Así que la próxima vez que planees una campaña publicitaria, comienza por describir el mundo en que tu cliente vive, lo que busca en la vida y, sobre todo, no te olvides de crear la lista de las cosas que él realmente desea.

Finalmente, ¿cómo sabes tú, exactamente, lo que debes vender... lo que cambiará la vida de tu cliente? Eso no es muy difícil de descubrir... especialmente si conoces a tu cliente íntimamente... Y ése será el tópico que tocaremos en otra oportunidad... Pero, antes de terminar, te dejaré una última idea...

A la gente no le gusta que le vendan... Ellos solo buscan la solución de sus problemas...

Estrategias relacionadas:

- [Cómo convertir a cada persona en un cliente](#)
- [162 sugerencias para cerrar una venta](#)
- [Palabras que venden: Cómo hacer que tu cliente compre tus productos y](#)

Crece tu Negocio

Unase a los

[no los de la competencia](#)

empresarios que
reciben una vez a la
semana estrategias
de promoción,
ventas y meradeo
Llena tu Email

Nunca compartiremos su
email con nadie

INICIO	SOBRE NOSOTROS	PRIVACIDAD	PUBLICIDAD	LOGROS	SUGERENCIAS	CONTÁCTENOS	FORO DE NEGOCIO	PRODUCTOS y SERVICIOS
------------------------	--------------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------	-----------------------------	-----------------------------	---------------------------------	---------------------------------------

© COPYRIGHT 2006 – MercadeoBrillante.com / HC 2 Box 8387 Orocovis, PR 00720 / 787-867-7268