

Seis Gatillos Mentales

para vender más
¿Cómo vender **efectivamente?**

Contenido

Introducción	Pag. 3
Gatillo 1 - Reciprocidad	Pag. 4
Gatillo 2 - Urgencia y escasez	Pag. 5
Gatillo 3 - Autoridad	Pag. 6
Gatillo 4 - Compromiso	Pag. 7
Gatillo 5 - Empatía	Pag. 8
Gatillo 6 - Consenso o prueba social	Pag. 9

Introducción



¿Cómo persuadir en el marco de los negocios?

Esta es una pregunta que todos los emprendedores y empresarios se hacen o se han hecho alguna vez y que además es clave para crear una buena estrategia de ventas.

Por eso, tomando como base el curso “Seis gatillos mentales para vender más”, disponible de manera gratuita en nuestra plataforma de Formación Competitiva Foco y diseñado por John Crissien, empresario, inversionista, conferencista y CEO de la Sociedad Latinoamericana de Management LAMS, por sus siglas en inglés,

haremos un recorrido por esos seis principios de persuasión para vender de manera más ágil, ética y efectiva.

Para ser exitoso en los negocios hay que estar abierto a nuevas formas de pensar, hacer y comunicar. Así que ser empresario no es loco, ser empresario sin saber y sin aprender constantemente, sí lo es.



1 Primer Gatillo **Reciprocidad**



El primer secreto para vender más es la Reciprocidad. Para persuadir tenemos que pensar que los humanos estamos condenados a casi siempre sentirnos en deuda con alguien que nos ha dado algo o nos ha ayudado. En los negocios, si el cliente ha recibido algo de valor, algo extra, algo que no esperaba pero que realmente le gustó como la prueba gratis, los servicios pre y post venta, los extras, se sentirá comprometido con usted y va a estar inclinado hacia su propuesta de venta.



2 Segundo Gatillo **Urgencia** y escasez

El cliente siempre quiere de lo que no es tan fácil tener, es decir, quiere exclusividad. Es por eso que si quiere vender más y mejor, debe ofrecer algo que no tengan otros y debe crear un mercado de urgencia y escasez.

Si usted va al mercado a conseguir lentejas y encuentra que todas son iguales, ¿cuáles compra? Así es, las más baratas. Si compro algo de lo que hay mucho, algo que se consigue fácil y es común y corriente, el criterio de elección siempre será el precio.

Sin embargo, si quiero comprar algo distinto, me fijaré en que de verdad sea exclusivo y si además es por

tiempo limitado o solo lo venden en cierto lugar, entonces me inclinaré por este, pues no perderé la oportunidad de tenerlo conmigo.

Entonces, como empresa lo que hay que generar es esa propuesta de valor que le indique a nuestros clientes que lo que ofrecemos es tan especial y tan diferente que no hay para todo el mundo. La estrategia para persuadir es crear ese "solo por hoy", "solo aquí", "válido hasta", "solo hasta", etc.



3er Gatillo **Autoridad**

Nadie le comprará a quien no percibe como confiable. Examine de qué manera puede demostrar que es el mayor experto en el problema que dice solucionar con su producto o servicio.

Puede ganar autoridad en su campo y en el mercado en el que está por la vía del conocimiento, la experiencia, el número de reviews, los comentarios en redes sociales y en el día a día, el sello de garantía, su pertenencia a un ranking, entre otros.

Si quiere convertirse en autoridad y de esa manera atraer más clientes, asegúrese de que todo lo bueno que pase y todo lo bueno que tiene

en su negocio sea correctamente comunicado. Cree una comunidad de clientes agradecidos para que sean ellos quienes lo cuenten por usted.

Sumado a eso, no se olvide de brindar esos extras que le darán puntos de más: garantías, pólizas, atención y servicio posteriores a la compra, etc.



4^o Cuarto Gatillo **Compromiso**



Como empresa debe saber que necesita empezar a generar pequeños compromisos por parte de su cliente potencial para que este se sienta comprometido.

¿Cómo lo hace? Haciendo que él acepte que todo lo que está buscando es precisamente lo que usted le está ofreciendo.

Puede utilizar lo que John Crissien llama **“el cierre de los 6 sí”**: lleve la conversación con su cliente hacia simples preguntas a las que él solo pueda responder sí y que le den el valor para tomar la decisión.

Por ejemplo: ¿sabía que este material es perfecto para lo que quiere hacer, porque nunca se le va a dañar?, ¿le apetece esta opción que tiene envío gratis?, ¿le dijeron que si compra esto, puede llevar el segundo a mitad de precio?, ¿le parece si le doy una muestra sin costo?

Así, el cliente estará haciendo pequeños compromisos inconscientes y terminará por escoger su producto o servicio, motivado por las preguntas que lo llevaron a pensar que no encontraría eso en otro lado.



5 Quinto Gatillo **Empatía**



Quienes tienen intereses similares se interesan y los que no, se desinteresan. La gente le compra más a aquellos a los que percibe como parecidos, aquellos con los que conecta, con los que tiene química.

Es por esto que es de gran importancia conocer el tipo de cliente que tenemos y que queremos tener para que nuestra empresa empiece a ser tan parecida a ellos como sea posible. Debemos estar atentos a las similitudes entre nuestros compradores y nosotros para día a día fortalecerlas y generar más empatía.

Así, debemos tener en cuenta temas como la fisonomía, los tonos de voz y las velocidades, el lenguaje, las objeciones, las necesidades y los beneficios. Si generamos empatía en esos aspectos, tenemos mayores posibilidades de cerrar la venta.





Las ventas son conversaciones poderosas de motivación y por eso cuando muchas personas hablan de lo mismo, los demás se empiezan a interesar.

La mayoría de las veces, cuando vamos a tomar una decisión y no estamos seguros, nos apalancamos en otros que se parecen a nosotros y les pedimos consejo. Es decir, hacemos una prueba social, buscamos un consenso.

Para vender más, sembrar esa prueba social es crucial y para eso no es suficiente que usted lo cuente. Alguien más, muchos más, lo tienen que asegurar. Entonces, es necesario darse a conocer y generar contenido de alto impacto

que llegue a más audiencias para que su nombre aparezca en los buscadores. Pídale a los que lo conocen que den testimonio de que usted sí soluciona, contrate personas que le cuenten a sus miles de seguidores que su producto es único.

Y otro tip importante:
no ponga a sus clientes en la última parte de su catálogo o página web. Ubíquelos de primeras y resalte sus testimonios.



Conozca más

Si quiere acceder al curso completo y profundizar más sobre persuasión en las ventas haga clic aquí:

formacioncompetitiva.com/curso/6-gatillos-mentales-para-vender-mas/

Además, para que siga llevando su negocio al siguiente nivel ingrese a **www.foco.com.co** y encuentre una amplia oferta de cursos gratuitos que lo ayudarán a potenciar sus habilidades empresariales y las de su equipo de trabajo.

Visite también **www.camaradirecta.com** y conozca todos los programas y servicios que tenemos para el crecimiento y fortalecimiento de su empresa.



**CÁMARA DE
COMERCIO DE
BUCARAMANGA**
Creemos en Santander



@ccbucaramanga

www.camaradirecta.com