

Influir en el subconsciente del cliente 3

Guía de seguimiento: Aspectos clave aplicables

ASPECTO TRABAJADO	COMPORTAMIENTO ESPERADO
<p>La aprobación social:</p> <p>Tendemos a hacer más aquello que vemos que hace la mayoría y, sobre todo, aquellos que son más parecidos a nosotros,</p>	<p>Una de las formas de transmitir seguridad al cliente, reducir su nivel de incertidumbre y facilitar que se decida es hacerle ver que lo que le proponemos es algo que ya están haciendo otras personas (clientes) parecidas a él, y les va bien.</p> <p>Este es un recurso que podemos utilizar después de haberle presentado la propuesta.</p> <p>Podemos utilizar los comentarios de otras personas que lo han usado antes, o mencionar el nº de personas que lo tienen, o que es nuestro producto más popular... o enseñar la tendencia positiva que tienen las ventas.</p>
<p>La imperfección:</p> <p>Tendemos a desconfiar de aquellas cosas que parecen <i>demasiado</i> perfectas.</p>	<p>Si queremos conseguir que el cliente nos vea como a un vendedor honesto y confíe en nosotros podemos empezar mencionando un defecto o imperfección de nuestra propuesta o producto, y a continuación añadir un PERO seguido de las características que sí tiene y son relevantes para él.</p> <p>También podemos utilizar números imperfectos. Por ejemplo, 25.137€ en lugar de 25.000€. Así daremos la sensación de que lo hemos analizado al detalle.</p> <p>En lugar de luchar contra las objeciones de los clientes, podemos decir algo como “entiendo que lo puedas ver así... porque no es perfecto, PERO...”, y así evitamos que siga diciendo que no, y facilitamos que nos escuche.</p>
<p>La escasez:</p> <p>Tendemos a desear más aquello que es escaso, y estamos más dispuestos a hacer algo para evitar perder lo que ya tenemos, antes que para poder tener algo mejor.</p>	<p>A la hora de hablarle de nuestra propuesta podemos hacerle ver al cliente lo que podría perder en caso de no aceptarla (por ejemplo, todo el esfuerzo que ya ha hecho para estar donde está, o lo que ya ha conseguido...). Por ejemplo: “Ya tenemos un acuerdo cerrado, solo has de firmar”, en lugar de “Si firmas podremos cerrar el acuerdo”.</p> <p>También podemos recalcar que nuestra propuesta es limitada en el tiempo, o en la cantidad... o que hay otras personas interesadas.</p> <p>Y también podemos dejarle probar nuestro producto durante un tiempo, para que luego le sea más doloroso prescindir de él.</p>
<p>La reciprocidad:</p> <p>Cuando alguien ha hecho algo por nosotros, tendemos a querer hacer algo por él, para equilibrar la balanza y sentirnos bien.</p>	<p>Es importante darle valor a todas las cosas que hacemos para el cliente. Por ejemplo, en lugar de decir algo como “No es nada... lo hago encantado”, podemos decir algo como “Sí, ha costado... pero lo he hecho encantado. A eso es a lo que nos referimos cuando hablamos de ser socios y ayudarnos el uno al otro...”. De esta forma facilitamos que el día de mañana el cliente haga algo por nosotros, y se sienta bien al hacerlo.</p>