

Influir en el subconsciente del cliente 1

Guía de seguimiento: Aspectos clave aplicables

| ASPECTO TRABAJADO | COMPORTAMIENTO ESPERADO |
|---|--|
| <p>La activación:</p> <p>La importancia de conseguir poner en la mente del cliente el concepto que luego le queremos vender (ya sea una innovación, invertir en seguridad...) para que lo valore más positivamente y así aumentemos las probabilidades de que nos diga que sí.</p> | <p>Antes de presentar nuestra propuesta o producto es relevante hacer algo para “activar” el concepto que hay detrás de lo que le queremos vender. Por ejemplo: innovar, cambiar, invertir en seguridad... Porque tendemos a darle más valor y a valorar más positivamente aquellas cosas que nos vienen más fácilmente a la mente, y eso facilitará que cuando le hablemos de nuestro producto le parezca más relevante.</p> <p>¿Cómo hacerlo? Antes de presentar nada...</p> <ol style="list-style-type: none">Hacerle una pregunta que le haga hablar sobre el tema que queremos activar (sobre innovación, seguridad...)Hacerle algún comentario sobre un tema relacionado con el tema que queremos activar (algo que nos haya pasado a nosotros o a otro cliente...)Utilizar imágenes que reflejen el concepto que queremos activar <p>Por lo tanto, antes de ir a visitar a un cliente es clave el pensar en cómo vamos a empezar la visita: Qué pregunta le vamos a hacer, qué comentario haremos, qué cifra y cómo vamos a utilizar... Para, desde un buen inicio, influir en el cliente en la dirección que nos interesa. En lugar de empezar como lo hacen la mayoría de los vendedores ¿Qué tal? ¿Cómo va todo?</p> |
| <p>El parecido</p> <p>La importancia de crear una corriente positiva y de confianza con el cliente, desde un buen inicio</p> | <p>Una de las formas para crear una corriente positiva con nuestro cliente, y conseguir que nos valore mejor, es buscar y resaltar cuáles son aquellas cosas que compartimos y nos hacen más parecidos. Porque tendemos a confiar más, y a ponerles las cosas más fáciles, a aquellos que vemos como más parecidos a nosotros. Y mencionarlo ANTES de hablarle de nuestra propuesta o producto, para que cuando lo hagamos nos juzgue de una forma más positiva.</p> |
| <p>Las neuronas espejo</p> <p>La importancia de contagiar emociones positivas</p> | <p>Las emociones se contagian. Es importante que ANTES de visitar al cliente hagamos el esfuerzo para recordar por qué nos apetece verlo, por qué nos gusta presentarle la propuesta, y por qué nos encanta nuestro producto y creemos que a él también le va a encantar. Porque la imagen que tengamos de nuestro cliente y nuestro producto afecta a nuestras emociones, y estas afectan a nuestro comportamiento... y se contagian al cliente.</p> |