



¿Alguna vez te has preguntado qué hace que un cliente compre un producto en lugar de otro, incluso si ambos tienen el mismo precio?



El 95% de las decisiones de compra de los clientes son subconscientes

¿NEUROVENTAS?

→ **Técnica de Ventas**

→ Dan el conocimiento del comportamiento del consumidor ante los procesos de venta

→ La sensación que les produce bienestar a la hora de comprar

Identifican puntos de dolor de tus clientes

→ La psicología ha demostrado que los consumidores se sienten más inclinados hacia situaciones que les evitan dolor

→ **EL MIEDO** es uno de los principales factores que mueve a los consumidores a comprar algo.

EXPONER las consecuencias negativas que podrían haber si no adquieren tu servicio, a través de los puntos de dolor, lograrás que no quieran perder la oportunidad de comprar en ese momento

No se trata de una manipulación, sino de saber **ESTIMULAR EL COMPORTAMIENTO** del **CONSUMIDOR** a través del conocimiento adquirido.

¿Cómo aplicar las neuroventas?

1. Evita poner a los prospectos a la defensiva utilizando el giro de Ransberger.

Si un prospecto distorsiona la información que le estás proporcionando o se opone a uno de tus puntos, tienes dos opciones: puedes responder con un «estás equivocado» y ponerlo a la defensiva o puedes usar el giro de Ransberger para cambiar su conducta a tu favor.

Abordar de manera positiva a los desacuerdos

- Escucha las objeciones de tu prospecto.
- Comprende las objeciones o haz preguntas hasta que las entiendas.
- Encuentra un objetivo común en las objeciones y convéncelo de que tu solución es la mejor manera de lograr esos objetivos.



2. Huye de las palabras de relleno

<<mmm>> o <<ehh>>

Te hacen parecer menos seguro y creíble

Distraen a tus clientes

Reemplaza
con pausas
breves

Utiliza verbos positivos

Te hará parecer más seguro

Dan más fuerza a las afirmaciones, da un impacto positivo

Caminar
Verbo neutro

Pasear
Cargado positivamente

Acción neutra	Verbos cargados positivamente
Hablar (de)	Alabar, elogiar, ponderar, encomiar.
Pensar (en)	Reflexionar, meditar, razonar, discutir
Hacer	Fabricar, confeccionar, producir, crear
Ir	Avanzar, adelantarse, progresar, rebasar
Dar	Regalar, donar, conceder, conferir.



3. Despierta los deseos de tus clientes

Apelar a lo que requiere el cliente.

RECOMENDACIÓN: Ingresa en el mundo de tus clientes y **APROVECHA SUS MOTIVACIONES**

¡Si lo haces bien, les darás una sensación de **EMPODERAMIENTO!**

A los **CLIENTES** les gusta sentir que están comprando, **NO** que se les está vendiendo.

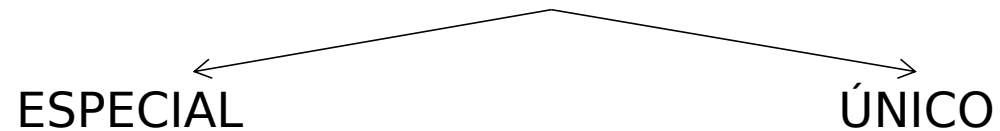


Reaccioné de manera positiva a la TU oferta

(Demostrar que merece la pena el gasto y esfuerzo para adquirir el servicio)

Muestra el valor de la oferta por medio de información potente que otorgue credibilidad del servicio.

Habla sobre los beneficios del servicio que comprueben la calidad del mismo.



Saca provecho del deseo de los **CONSUMIDORES** de querer pertenecer a un grupo o sentirse especiales

4. Aumenta la sensación de urgencia

Las personas quieren las cosas que **ESCASEAN**

OFRECE:

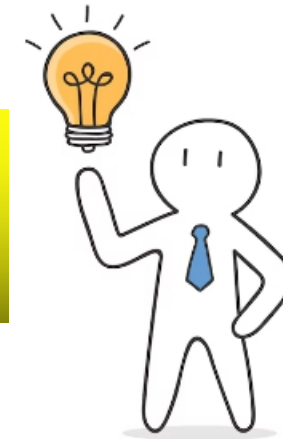
- Descuento
- Promoción Limitada (PAQUETES DE SEGURIDAD)



¡ OFRECER ALGO QUE LA EMPRESA TIENE DE FORMA LIMITADA!

¡ASEGÚRATE DE QUE SEAN CONSCIENTES DE LO QUE PUEDEN PERDER SI NO ACTÚAN PRONTO!

Utiliza metáforas que ayuden a tus clientes a entender conceptos de manera fácil y cuenta historias que conecten con los consumidores.



5. Halaga a tus clientes

Haz todo lo posible por halagar a tus clientes, SIN ABUSAR de su confianza, para que se sientan en correspondencia contigo



6. Conviértete en un Experto

Las persona confían en las personas que saben de lo que están hablando. Indica que la empresa tiene un gran conocimiento en el área.



6. Usa el nombre de tus clientes

Los nombres de todos tus posibles clientes y de sus negocios → **REFUERZA** sutilmente tu relación y demuestra que lo respetas como persona.



EJEMPLO

Apela a los puntos de dolor

Hola, soy _____ asesor de ventas en seguridad privada. Por la información que me ha brindado, he notado que usted busca una solución para el riesgo al que esta expuesto. Sé que siente temor por la inseguridad que percibe y que necesita una solución que minimice sus niveles de riesgo y cuide los recursos de tu negocio.

Programaremos una reunión breve (no nos llevará más de 20 minutos)

Introduce las técnicas sensoriales —————→ VIDEOS DEMOSTRATIVOS

Crea conexiones emocionales —————→ Que el servicio cubre la necesidad emocional



#TeCuidamosEnSerio