



ESTRATEGIA DE VENTAS Y SERVICIO AL CLIENTE

OBJETIVOS



1

El triángulo de la
Compra

2

Neuronas Espejo

3

Los verbos y
frases que activan
a la compra

4

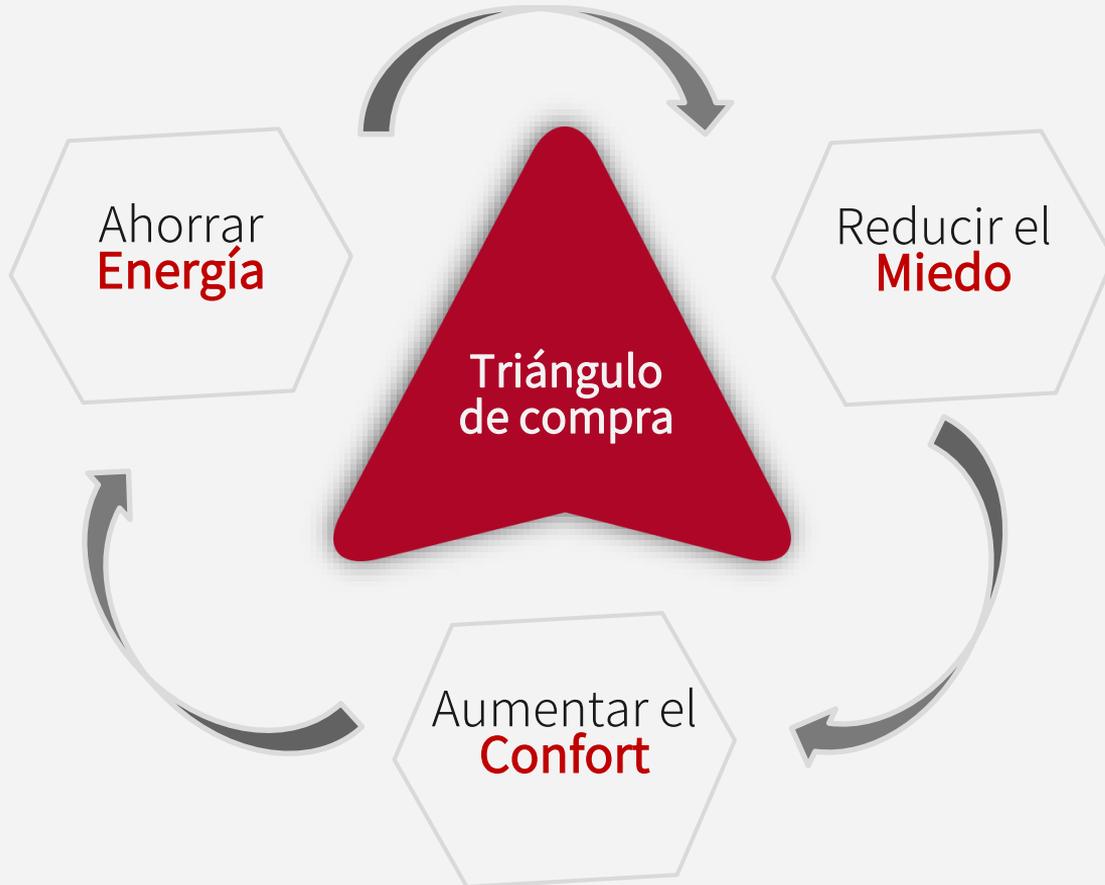
Reescribiendo
nuestros
"porque"

01

**TRIÁNGULO DE
COMPRA**



EL TRIÁNGULO DE LA COMPRA



EL TRIÁNGULO
DE LA **COMPRA**



Ahorrar
Energía

Nuestro cerebro quiere sencillez. Por eso si somos quienes estamos vendiendo, debemos ahorrar la energía del consumidor.

MIEDO



Reducir el
Miedo

La gente compra por miedo. A través de un proceso de Neuroventas debemos reducir ese miedo.

EL TRIÁNGULO
DE LA **COMPRA**



Aumentar
el
Confort

Hacer sentir seguro
al usuario con
nuestro producto

1 VALIDACIÓN SOCIAL

Cuanto más personas validen mi idea, más de acuerdo estaremos con nuestras compras. Es algo que usan habitualmente grandes empresas como Amazon o Booking que en su página **incluyen testimonios** de otros compradores.

2 DAR LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA LA TOMA DE LA DECISIÓN

Recuerda el triángulo de la compra que hemos visto. Dependiendo de la plataforma donde te encuentres y a quién te dirijas, debes **dar la información justa** para aplacar sus miedos, ofrecerles confort y ahorrar al cerebro energía.

3 PONER A LAS PERSONAS COMO PROTAGONISTAS

Debemos tener en cuenta el tono y lenguaje con el que nos dirigimos a nuestro consumidor. Habla a las personas haciéndole ver que es a él **es lo más importante**

4 PRINCIPIO DE ESCASEZ

Utiliza este recurso para tus ventas ya sea de productos o servicios. Por ejemplo, si pones a la venta un curso, explica que sólo hay X plazas, provocando así que el consumidor tome la decisión más rápidamente.

02

**NEURONAS
ESPEJO**



NEURONAS ESPEJO



Son un tipo de células cerebrales que responden de la misma forma cuando ejecutamos una determinada acción o cuando somos testigos de la misma

NEURONAS ESPEJO



QUÉ SON LAS NEURONAS ESPEJO

Son un tipo de células cerebrales que responden de la misma forma cuando ejecutamos una determinada acción o cuando somos testigos de la misma

“Somos criaturas sociales. Nuestra supervivencia depende de entender las acciones y emociones de los demás”

Giacomo Rizzolatti

PLAYERS
ONLY



NEURONAS ESPEJO



Se trata de **conocer** cuáles son las **frustraciones, problemas, deseos y expectativas** de nuestro **cliente ideal** para potenciar en nuestra estrategia sus neuronas espejo y así conseguir que nuestra venta funcione.

A group of people shaking hands in a circle, symbolizing teamwork and agreement. The image is split into a white left half and a dark right half. The text is on the white side, and the background image is on the dark side.

03

LOS VERBOS Y
FRASES QUE
ACTIVAN A LA
COMPRA

FRASES Y VERBOS QUE ACTIVAN LA COMPRA



Las palabras positivas, como **paz** y **amor**, pueden alterar la expresión de los genes, fortalecer áreas en nuestros lóbulos frontales y promover el funcionamiento cognitivo del cerebro.

**FRASES Y VERBOS
QUE ACTIVAN LA
COMPRA**

fácil

easy



La gente está mucho más predispuesta a querer relacionarse con marcas cuya experiencia representa una carga cognitiva muy baja.

Es decir, la gente está más predispuesta a relacionarse con marcas que hacen las cosas fáciles para sus clientes.

FRASES Y VERBOS
QUE ACTIVAN LA
COMPRA



La palabra **gratis** nos da una carga emocional tan grande que percibimos lo que se ofrece como mucho más valioso de lo que realmente es.

FRASES Y VERBOS QUE ACTIVAN LA COMPRA



NUEVO

La palabra “**Nuevo**” captura nuestra atención. Y no necesariamente tiene que estar escrita, puede estar implícita en el diseño. Instintivamente queremos ser los primeros en descubrir algo nuevo. Queremos ser los primeros en descubrir un nuevo restaurante, queremos ser los primeros en tener la más reciente versión de equipos electrónicos, ropa, etc.

FRASES Y VERBOS QUE ACTIVAN LA COMPRA



@YOU

Los mensajes publicitarios tienen que dirigirse a una persona. Los mensajes se leen de forma individual, y no en grupo.

Si ha oído a los presentadores de TV y locutores de radio, en la mayoría de los casos no dicen “prueben X producto y comprueben la diferencia”.

Más bien dicen “prueba X producto y comprueba la diferencia”.

LOS VERBOS Y FRASES QUE MÁS INCITAN A LA ACCIÓN

- Comprar
- Agenciarse
- Conseguir
- Llevarse
- Pedir
- ¡Lo quiero!
- Añadir a la... bolsa/cesta/maleta/caja (o cualquier otra cosa relacionada con tu sector)



LOS VERBOS Y FRASES PARA PRODUCTOS DIGITALES

- Descargar
- Ver
- Leer
- Reservar
- Programar
- No perderse



LOS VERBOS Y FRASES PARA FOMENTAR PARTICIPACIÓN

- Solicitar
- Encontrar
- Averiguar
- Aprender
- Descubrir
- Explorar
- Navegar
- Comparar
- Seguir leyendo

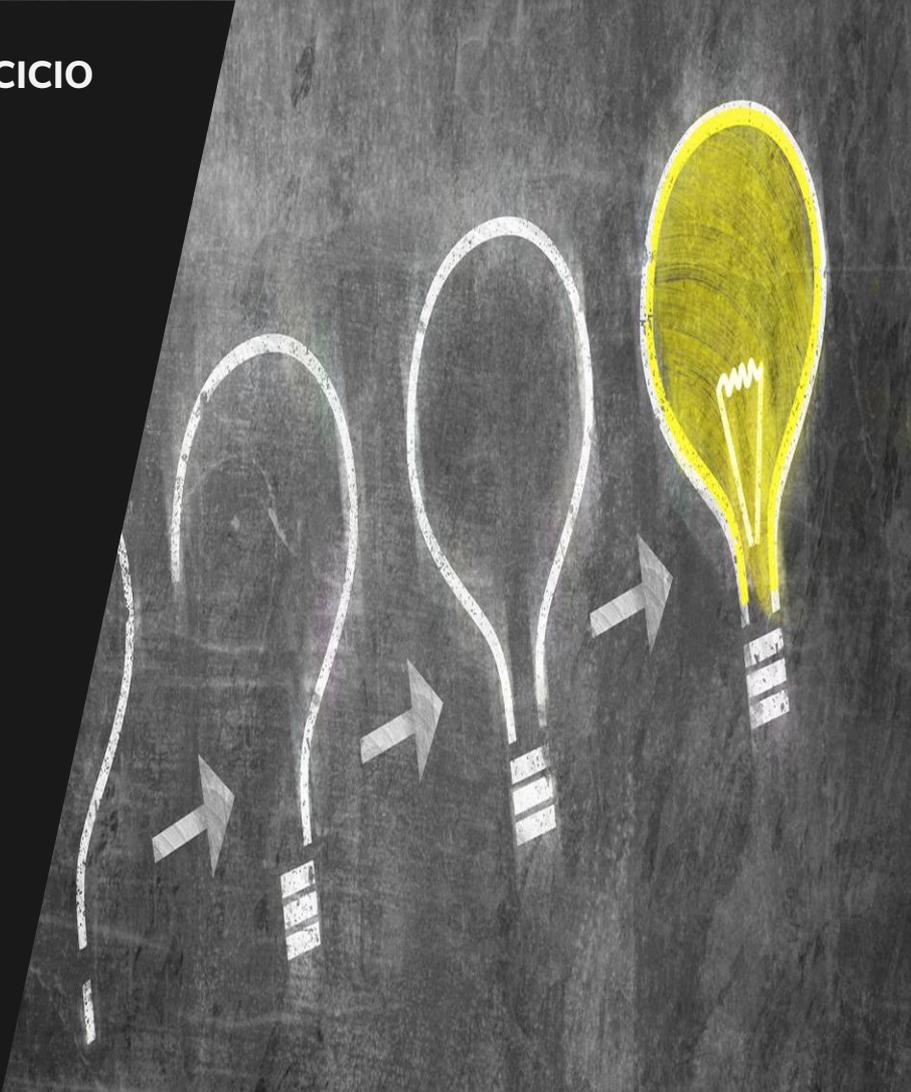


A group of people shaking hands in a circle, symbolizing teamwork and collaboration. The image is split into a white left half and a dark right half. The text is on the white side, and the background image of hands shaking is on the dark side.

04

REESCRIBIENDO
NUESTROS
"PORQUE"

EJERCICIO



ESCRIBA SUS
¿QUÉ? Y EL
¿CÓMO?

ESCRIBA EL
¿PORQUÉ?