

# 3 Tácticas para conseguir más clientes

(Sin necesidad de retorcer el brazo a nadie)

Por favor imprima estas páginas, dedique unos momentos de tranquilidad y complete las preguntas HOY MISMO. Así podremos comenzar a poner en marcha las tácticas mostradas e incrementar enormemente nuestra efectividad a la hora de conseguir clientes.

## 1.- La táctica del “Odio”

Esta técnica sirve para encontrar (y adoptar) una ventaja competitiva instantánea y diferente de los demás, que aumente las probabilidades de que **un cliente nos quiera elegir de manera natural cuando le presentemos nuestra oferta** (y no mediante presión, ruido y venta agresiva).

Se basa en responder de manera clara y ajustada a la pregunta:

**“¿Qué es lo que más odia un cliente que le suceda cuando adquiere algo como lo que hacemos?”**

Tenemos que averiguar qué es lo que le saca realmente de sus casillas cuando tiene algún inconveniente, eso de lo que se quea amargamente ante sus conocidos cuando está tomando algo con ellos (“No puedo creer que ese ordenador de marca se rompiera y esté ya 6 semanas sin él y nadie sepa si está arreglado o no”)

Tendremos una ventaja competitiva instantánea porque:

- Si es la queja más generalizada que un cliente suele tener es porque, obviamente, casi nadie se está preocupando de hacerlo bien en nuestro sector.
- Es tan importante como para quejarse y probablemente escribirnos, llamarnos o llenar cada foro de Internet con su historia de terror.

Así que si queremos diferenciarnos en algo que al cliente le importa, encontrar la respuesta a esta

pregunta nos va a dar la clave y va a incrementar exponencialmente nuestras posibilidades a la hora e que nos elijan.

Vamos a ello, metidos en la piel del cliente, viendo con sus ojos y realmente sintiéndonos lo que él siente respondamos a esa pregunta en nuestro caso.

**¿Qué es lo que más odia un cliente que le ocurra en nuestro sector de actividad? (Lo que le vuelve loco, lo que le saca de sus casillas, lo que más aborrece que le pase).**

---

---

---

---

---

**¿Qué vamos a hacer para garantizar y exponer claramente en nuestra oferta y nuestro mensaje que con nosotros no va a ocurrir?**

---

---

---

---

---

## Técnica 2.- Sondear y preguntar

¿Queremos saber cómo podemos vender más de manera natural mejorando nuestras ofertas y mensajes? Tenemos dos opciones básicas, pasar todo el tiempo figurándonos cosas, jugando a adivinos y yendo por el costoso camino del ensayo y error... O podemos tomar el atajo asfaltado y preguntarle a los clientes.

Así que hoy mismo vamos a preparar unas pocas preguntas basándonos en estos criterios esenciales para que la respuesta no sea demasiado baja (recordemos que están muy ocupados)

- Preguntas breves y escasas (cuantas más preguntas menos posibilidades de respuesta)
- Un incentivo de valor a cambio de su respuesta (es lo justo, ellos nos están dedicando su tiempo y nos están dando la clave para vender más, literalmente).

Así que cojamos nuestra lista de clientes (y si tenemos una también de interesados que aún no son clientes también usamos esta técnica. Si no la tenemos ya estamos tardando en tener alguna manera de que esos interesados nos den permiso y sus datos para mantener contacto) y hagamos lo siguiente:

- A los mejores clientes le haremos nuestra pequeña encuesta lo más en persona posible (mínimo les llamamos, aunque podemos invitarles a comer, visitarles o aprovechar la próxima vez que los veamos) no se trata de decirles “te voy a hacer una encuesta (eso asusta y da ganas de acabar cuanto antes) sino de comentar, casualmente, si puede ayudarnos con un par de preguntas que apenas llevan un minuto.
- Al resto si es que tenemos muchos y no podemos llamarlos a todos, la podemos hacer por e-mail, carta u otro medio masivo similar.

### **3 preguntas que seguramente querrá incluir**

Obviamente cada negocio es distinto y cada uno querrá saber unas cosas u otras, pero he aquí 3 que seguramente querrá considerar siempre, sobre todo la primera.

- **¿Cuál es el mayor problema o frustración que encuentra en... (y ponemos aquello a lo que nos dedicamos, dietética, venta de ordenadores, adquisición de una casa o lo que sea)**
- **¿Qué es lo que cambiaría del producto X (es decir lo que hacemos)?**
- **¿Qué es lo mejor del producto X (es decir lo que hacemos)?**

Las dos últimas obviamente sólo sirven en caso de que sean clientes o al menos hayan probado el producto. La primera es la realmente fundamental en todos los casos. Así que, a ello.

**¿Para qué preguntas concretas querría una respuesta sincera por parte de mis clientes y/o usuarios?**

---

---

---

---

---

### Táctica 3.- Hacer todo lo contrario de los demás.

La técnica de venta más extendida es: *“No me conoces, no sabes bien lo que hago y cómo lo hago pero dame primero el dinero y luego ya podrás comprobarlo”*

Donde los demás digan “Dame, dame, dame...” y pidan que se tenga fe en ellos nosotros vamos a decir “Toma sin riesgo ni compromiso...”, vamos a dar antes de recibir, que es lo contrario de lo que se suele hacer.

Ese cambio de mentalidad (y por consiguiente de actitud) es sencillamente la táctica más efectiva para conseguir más clientes de manera natural y sin esfuerzo.

#### **2 reglas para que funcione:**

- Lo que demos tiene que tener valor, si proporcionamos folletos enmascarados sin valor el cliente realiza la conexión mental: *“Si me está dando algo sin valor muy probablemente me venderá algo sin valor también”*
- Si no se consigue una venta “a la primera” (lo cual es lo normal) debe servirnos para poder comenzar una relación, que quieran que sigamos contactando y estando cerca.

**¿Qué vamos a proporcionar para que mientras que los demás dicen “Dame...” nosotros digamos “Toma...” sin riesgo ni trabajo para el cliente potencial?**

*Documento privado. No está permitida su difusión*

---

---

---

---

---