

Sé un

Artista

de las



Ventas

**10 ARMAS DE VENTA PSICOLÓGICA
MÉTODO DE INTELIGENCIA EMOCIONAL
APLICADO A LA VENTA**

*Samuel
Santiago*

Encuentra recursos ilimitados para vendedores y jefes de equipo y completa tu formación en:

<https://psicoventa.es/>



El Artista de las Ventas

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito del titular del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

Portada y contraportada © Samuel Santiago.

Logotipo y marca comercial Psicoventa © Samuel Santiago.

En esta obra se presentan principios psicológicos basados en corrientes de la psicología conductual aplicados al proceso de venta y al propio vendedor.

En ningún caso se pretende sentar una base de terapia psicológica y el escritor no es psicólogo, más bien actúa como divulgador y expresa su propia percepción de la venta y los procesos mentales que pueden suceder o no en la mente del vendedor y prospecto.

El lector descarga al autor de toda responsabilidad por las conclusiones y/o acciones que lleve a cabo en base a lo que se muestra en el presente libro.

© Samuel Santiago, 2019

Sobre el autor



Samuel Santiago

Samuel Santiago es un *vendedor por amor al arte*. Las ventas son su pasión y la formación su vocación.

Es conferenciante, escritor, formador y motivador de equipos comerciales (incluyendo *call centers*) y está especializado en inteligencia emocional y psicología de ventas.

Además, es el impulsor del método de *Psicoventa*; un sistema de psicología aplicada a la venta con el que motiva y entrena a vendedores de todo el mundo para que dominen sus emociones e influyan en la mente de los clientes para hacer que les compren más fácilmente.

Puedes curiosear más sobre él en <https://psicoventa.es/sobre-mi/>.

¿Y tú en cuál estás?

Sígueme y pertenece a una de las mayores comunidades de **vendedores**. Tendrás acceso a los mejores **contenidos** y **eventos** exclusivos.



¡Sígueme en la que más uses!

Dedicado a todos y todas las valientes que cada día encaran la palabra "NO". A aquellos que tienen el valor y descaro necesarios para salir a vender a completos desconocidos.

Somos vendedores, estamos presentes en toda sociedad y somos clave en cualquier economía. Por eso, esta dedicatoria va dirigida a todos los vendedores del mundo, vendedores como tú, sin importar el país, experiencia, estilo de venta o formación.

Sé un Artista de las Ventas se ha escrito en honor a todos ellos... a quienes participan en el oficio más antiguo, apasionante y provocador del mundo; el noble *arte de la venta*.

El autor

INDICE

Sé un Artista de las Ventas

Sobre el autor

Prólogo de Santiago Torre Escudero

Módulo 1 – Sobre la Venta

Deux ex machina – parte 1

I. Las 3 leyes del Artista de las Ventas

II. La Ética del Artista de las Ventas

III. La naturaleza de la venta

IV. Cómo funciona tu mente (y la de los demás)

Módulo 2 – Sobre la mentalidad y las emociones

El Artista contra dios - parte 2

V. Lo que debes saber sobre ese monstruo come ventas. La reactancia psicológica

VI. Conoce al comprador 3.0

VII. Primero gana, luego sal a vender

VIII. ¿Mala racha, yo? ¡Qué va!

IX. El método ICREV

X. Las emociones como arma de venta

Módulo 3 – Técnicas de Venta Psicológica

Veni Vidi Vici – parte 3

XI. Las 7 armas psicológicas del Artista de las Ventas

XII. Las 3 últimas armas del Artista de las Ventas

XIII. Tu bautismo de fuego

Epílogo

Bonus triple de cursos online gratis

CURSO 1

Programación Neurolingüística (PNL) aplicada a la venta

CURSO 2

Uso del Lenguaje no verbal (LNV) aplicado a la venta

CURSO 3

Marca personal para vendedores

Libros del autor

Notas

PRÓLOGO DE SANTIAGO TORRE ESCUDERO

Iba a decir que desde que el hombre es hombre se han producido intercambios, aunque creo que no es cierto. Yo no estaba allí (uno es mayor, aunque no tanto).

Y teniendo en cuenta el absurdo historial de guerras acaecidas en los anales de la historia, supongo que, cuando existía un desacuerdo, la mejor forma de resolverlo era “te doy un garrotazo y me llevo lo que tú tienes”.

Alguien más o menos inteligente, en algún punto de la historia debió pensar que igual era mejor llegar a acuerdos antes que ver su cráneo aplastado. Así que inventó el intercambio o trueque, precursor de la venta.

La venta llega en el momento en que se define una moneda como valor universal que homogeniza los diferentes productos.

Y es posible que el dinero lo inventara aquel cazador de mamuts que siempre salía perdiendo, ya que nadie lo quería porque ni aun siendo del mismo Bilbao podía comerse aquel bicho de una sentada. Obviamente, es una teoría no contrastada (la de que uno de Bilbao no pudiera comerse el mamut de una sentada).

Vemos, por tanto, que la venta existe desde los comienzos del hombre en sociedad. Y desde entonces se han escrito muchos libros y tratados al efecto. Algunos sublimes y otros quizá no tanto.

Entre los primeros tenemos “**Yo vendí hielo a un esquimal**”, opera prima de Samuel Santiago, que me enganchó de comienzo a fin y que es un libro que no debes de perderte. Cuando lo leí entré en contacto con su autor para felicitarle y pedirle permiso para comentarlo en mi podcast.

Entablamos conversaciones y desde entonces nos tenemos un gran respeto mutuo, tanto que he tenido el honor de que me pidiera que fuera uno de los primeros lectores de “**Sé un artista de las ventas**” y me solicitara que escribiera el prólogo de este, hecho que hago encantado y muy halagado.

Tienes en tus manos *el segundo libro de Samuel Santiago*. En esta ocasión nos ofrece un tratado que nos va a permitir entender la venta desde un concepto muy amplio, desde su propia *esencia*, desde su origen, que es en la mente de la persona.

El autor ha dividido la obra en tres grandes bloques:

1. Sobre la venta
2. Sobre la mentalidad y emociones
3. Técnicas de venta psicológica

En el primero nos habla sobre la naturaleza de la venta y cómo es algo que ocurre primero en la mente del vendedor y del comprador y luego en la realidad. Para ser un Artista de la Venta debes de entender lo que pasa por la mente tanto tuya como de las otras personas.

En este bloque nos explica por qué todo comienza con una emoción (la decisión de compra es emocional, aunque debe de tener una explicación lógica, sobre todo si tienes que dar explicaciones a otros), que el vendedor debe de tratar potenciar y convertirla en un deseo y que nunca habrá transacción sino existe confianza.

Nos va explicando como sentar las bases de esa confianza sin la que no habrá venta, identificar esa emoción, agrandar el deseo para que todo se produzca de forma rápida y satisfactoria.

En el segundo bloque nos explica lo que es la reactancia psicológica, que así dicho suena muy formal y que no es más que la resistencia que todos tenemos a comprar. Tu cliente va a tender a defenderse, a postergar la decisión, de ahí la importancia de que le ayudes a justificar que debe de hacer la compra y además que el mejor momento es el ahora (al final este es el trabajo del vendedor).

Para todo esto nos cuenta la importancia de controlar tu mente y auto regular tus emociones, cómo debes de prepararte mentalmente antes de cada jornada de ventas y antes de cada interacción para tener mayores probabilidades de éxito. Nos lo explica a través de su método ICREV (Identificar, Controlar y Regular tus Emociones de Ventas).

El último lo deja para las técnicas de venta psicológica en donde nos explica las 10 armas psicológicas del artista de las ventas: reciprocidad, coherencia, aprobación social, empatía, autoridad, escasez, miedo a la pérdida, persuasión, *storytelling* y elocuencia.

Así mismo nos da pautas para resolver objeciones (primero habla de beneficios, luego vendrán los descuentos y a continuación reforzar el miedo a la pérdida de una oportunidad).

Nos explica la importancia de la simpatía y el contar una historia como herramientas imprescindibles de la venta psicológica.

Acaba resumiendo en un ejemplo práctico lo que nos ha ido contando a lo largo de la obra. En él nos explica cómo vender un seguro de vida por teléfono aplicando el método propuesto.

Una obra que te va a ofrecer pautas y conocimientos esenciales de la venta y que podrás aplicarlos en tu día a día de forma sencilla y te harán mejorar tus resultados.

Como bonus adicional al final del libro nos ofrece de forma gratuita 3 cursos:

- 1) Programación Neurolingüística (PNL) aplicada a la venta.
- 2) Cómo leer el lenguaje no verbal de tu prospecto para facilitarte la venta.
- 3) Cómo construir una fuerte imagen de marca personal como vendedor que te haga vender más.

Ahora te toca a ti disfrutar de este libro como lo hice yo cuando Samuel me lo facilitó antes de publicarlo. Repito, todo un honor que le agradezco desde mi más profundo respeto por su obra.

Santiago Torre Escudero | Referente nacional en productividad comercial con más de 30 años de experiencia y autor de éxito de 3 libros de venta y liderazgo. Produce el podcast de referencia internacional *Liderazgo comercial*, en el que transmite su dilatada experiencia para ayudar a equipos comerciales, directivos y dueños de empresa a vender más con los mismos recursos.

¡TRIPLE BONO DE FORMACIÓN DE REGALO!

Sé un Artista de las Ventas será tu guía a través de un viaje interior que te llevará a los avanos de tu mente para enfrentarte a tus miedos y sacar al artista de las ventas que llevas dentro.

Además de esto, como formación complementaria, quiero regalarte el acceso a 3 cursos exclusivos sobre **Programación Neurolingüística**, lectura del **Lenguaje No Verbal** y **Marca personal**.

Todos ellos enfocados al mundo de las ventas para que completes tu entrenamiento y te conviertas en un número uno de tu sector.

Al final de libro encontrarás más información sobre cómo conseguirlos totalmente gratis, de momento, recuerda que todo viaje empieza con un primer paso... y ese primer paso es darle la vuelta a esta página.

MÓDULO 1

SOBRE LA VENTA

“Las ventas son tensión... ¡alta tensión!

(Samuel Santiago).

DEIXYMACHINA

Parte 1

Hace algún tiempo tuvo lugar uno de los enfrentamientos más espectaculares de todos los tiempos: el de un Artista contra un Dios.

Resulta que existía un dios todopoderoso e invencible. O al menos eso es lo que todos creían.

Ese dios fue retado por un artista, y lo que ocurrió en aquella batalla enseña la lección más importante de todas a aquellos que se proponen trascender y ser mejores vendedores en el apasionante mundo de las ventas.

Corría el año 1927 y en Nueva York se acababa de presentar el cine sonoro, por primera vez un vehículo terrestre había superado el récord de velocidad media por encima de 280 km/h y la compañía Iberia realizaba su primer vuelo entre las ciudades de Barcelona y Madrid.

El mundo sabía lo que era una guerra mundial, (aunque no sabía lo que iba a suponer la segunda) y *Mickey Mouse* sería presentado al mundo apenas un año después en el cortometraje *Steamboat Willie*.

Ni que decir tiene que era una época muy distinta a la nuestra; sin internet, smartphones ni ordenadores.

Aquel fue el mundo en el que este *dios* vivía. Y como todo dios, tenía nombre y apellidos: José Raúl Capablanca. Cubano de nacimiento que pasó los primeros años de su vida en la instalación militar de la Habana.

Sus dones divinos se plasmaban en un juego que, al igual que la venta, tiene parte de ciencia y de arte; el ajedrez (solo que las ventas no son un juego). A este “dios” le llamaban “la máquina del ajedrez” incluso una década antes de que se inventase la primera computadora mecánica. El motivo: no cometía prácticamente ningún fallo, su juego no parecía humano dado su perfección.

Se dice que aprendió las reglas del juego en el regazo de su padre, solo viéndole jugar, con apenas cuatro años. Es más, él mismo admitió que aprendió a jugar al ajedrez incluso antes que a leer.

A los cinco años, su padre empezó a llevarle al Club de Ajedrez de la Habana y ganó a los mejores que frecuentaban el lugar, que le dieron ventaja de dama. Con solo trece años ganó al campeón nacional cubano y solo cinco años después ganó al campeón del mundo en un torneo de partidas rápidas celebrado en el Club de Ajedrez de Manhattan.

Los siguientes años sirvieron para consolidar el enorme abismo que existía entre el talento de Capablanca —proclamado como campeón indiscutible en 1921— y el resto de ajedrecistas de todo el mundo. Durante años —y en un panorama lleno de talentos del ajedrez— el genio consiguió el estatus de dios porque se le consideraba invencible sobre un tablero.

En cualquier disciplina, sea arte o deporte, los candidatos que luchan por el título entrenan muy duro, hacen sacrificios impensables y ponen todo su ser para llegar a ser los mejores. Pero ese no era el caso de Capablanca.

Era embajador itinerante cubano, un *celebrity* de la época, entregado a placeres mundanos, que pasaba los días previos a las competiciones más exigentes trasnochando en fiestas en compañía de hermosas mujeres. A la mañana siguiente, se sentaba delante del tablero y vencía con asombrosa facilidad a un contrincante que había estado encadenado al tablero sin ver la luz del sol durante años.

En el período comprendido entre 1918 y 1924, aun jugando contra los mejores del mundo ¡no perdió ni una sola partida! ¡Sí, 7 increíbles años de imbatibilidad!

Pero las cosas estaban a punto de cambiar. Era el día 16 de septiembre del año 1927 y el dios del ajedrez había sido retado por el mayor artista del ajedrez de la época, quien se encontraba ahora al otro lado del tablero.

Aquella batalla ocurrida en Buenos Aires (Argentina) fue un choque de estilos y por supuesto, de voluntades. Aquel suceso constituye la lección más importante que un vendedor puede llegar a aprender. Y la lección más importante que un vendedor debe aprender no es ni una técnica de venta ni un conocimiento sobre el apasionante mundo de la venta.

No. Es más bien, una lección de vida.

CAPÍTULO 1

Las 3 leyes del Artista de las Ventas

“Podemos desafiar las leyes humanas, pero no podemos resistir a las naturales”.

(Julio Verne).

En los últimos años se han escrito muy buenos libros sobre venta en español. Incluso he tenido el placer (aunque a veces no tanto) de conocer a algunos de sus autores en persona.

Dicho esto, si ya existen muy buenos libros que has leído en el mercado (y seguramente no has puesto en práctica ni la mitad, ¿me equivoco?), ¿por qué debería interesarte este libro de portada sugerente con el título *Sé un Artista de las Ventas*?

Porque este libro, lo primero, pretende *no ser un tostón*. ¿Te ha pasado que has empezado a leer un libro sobre ventas y te ha costado terminarlo? ¿Cuántas veces has desconectado mientras leías en “piloto automático” y has tenido que volver atrás para enterarte del pasaje?

A mí sí. Y aunque me encanta leer libros sobre ventas, encuentro dos problemáticas: muchos de los que son muy prácticos son también muy sosos y aburridos.

Y la segunda problemática es, que los libros teóricos se centran en enseñar técnicas de ventas o procesos cerebrales que están muy bien, pero terminas el libro y sigues sin saber *por qué realmente* hay gente que vende más que otra.

El *Artista de las Ventas* viene a ayudarte para que entiendas lo que diferencia a un vendedor mediocre de uno de élite, sí, de los verdaderos *artistas de la profesión*... y todo ello sin que mueras de aburrimiento en el primer intento de acabarlo.

Entonces, una vez entiendas qué separa *exactamente* a los mejores vendedores del resto, podrás aplicar ese “*no sé qué, pero hizo que le comprase*”, o “*ese golpe de suerte que siempre tiene fulanito/a*” por el que siempre vende más que tú.

Porque no te engañes, *sí* que hay algo *extra* que tu compañero/a hace para llevarse todas las comisiones y premios mientras tú, muerto de envidia, te preguntas ¿y cómo lo hace?

Él lo sabe, o al menos sabe lo que le funciona para vender más que el resto. ¡Pero no pierdas tu tiempo preguntárselo porque no te lo va a decir! Al igual que en otras profesiones, hay secretos que no todo el mundo conoce. Sí, *secretos*.

¿Secretos? ¿En la era de la información? ¿Con Internet? ¿Con el omnisciente Google?

De nuevo la respuesta en *sí*. Si quieres comprobarlo, prueba a buscar las palabras “vender más” y encontrarás más de *mil millones* de resultados. Y te saldrá de todo: desde increíbles “palabras mágicas para vender más” a las típicas “técnicas de venta” o incluso “trucos psicológicos para vender más” además de cientos de miles de artículos sobre neuroventa.

Y después de leer todo eso, vas y pones en práctica esas frases e ideas y apenas encuentras mejoría.

¿Te has preguntado qué falla?

Lo que falla es que todo ese conocimiento, por sí solo, está incompleto. No sabes cómo se relaciona. No tienes una base que te haga entender *qué* es lo que te convertirá en un *Artista de las Ventas* para que vendas más fácilmente.

Así que no vayas a preguntarle esos secretos al mejor vendedor de tu empresa porque lo más probable es que te diga que su éxito se debe a la suerte. Y cuando te diga eso, no te ofendas... es una reacción perfectamente comprensible.

Es más, yo tampoco te lo pienso decir... al menos gratis.

Porque lo que esos Artistas de las Ventas tienen no se consigue leyendo un libro sobre neuroventas, ni escuchando frases enlatadas de otros vendedores y repitiéndolas mientras simulas tener la inteligencia de un guacamayo papillero.

No, así no se consigue vender lo que ellos.

Por eso *Sé un Artista de las Ventas* es tan diferente; te proporcionará una base de conocimientos ordenados sobre la venta. Y en caso de que ya los tengas, te dirá cómo se relacionan entre sí esos conocimientos.

Una vez entiendas este paso fundamental, sí que estarás preparado para aplicar las técnicas y principios sobre la venta y convertirte en un vendedor superior... siempre y cuando te dé la gana aplicar lo que vas a aprender.

Y si no te da la gana, al menos habrás encontrado la contestación a por qué fulanito/a siempre te da un repaso en ventas mes a mes. Entonces dirás “Y con razón que vende más que yo”.

Por otra parte, este libro pretende que vayas mucho más allá de lo que probablemente nunca hayas ido. Este libro es un acompañante para hacer un viaje a tus aversos mentales. Se trata de un viaje oscuro, desafiante y misterioso hacia el interior de tu psique.

Es un viaje que pretende hacer que te sinceres contigo mismo/a, que afrontes tus miedos en la venta y que adquieras un poder mental que no tenías antes. Es muy posible que, una vez realices este viaje, algo cambie dentro de ti. Y ese cambio, ese poder que vas a adquirir, podrás usarlo en tus ventas, al igual que hice yo.

He escrito este libro para que te sacuda emocionalmente, te lleve al límite de tus conocimientos y te arrastre a la orilla de tus capacidades.

Quiero que al leerlo te veas como en un espejo y te cuestiones. Que dejes de pensar que lo sabes todo en el mundo de la venta y te adentres en lo más profundo de tu mente para sacar a ese *Artista de las Ventas* que guardas en tu interior.

Así que sacúdete de encima esa comodidad y desafía a tu mente para desatar todo tu potencial *real* como *vendedor*. Quítate esa resistencia que tienes guardada ahí, en el averno de tu mente y que actúa de barrera para ser un vendedor que deje con la boca abierta a los demás.

A continuación, vamos a revelar el enfoque que adoptaremos. Este será un enfoque psicológico... pero no pelmazo, así que tranquilo.

Por psicología entendemos la ciencia que estudia la mente y el comportamiento humano.

Y ya sabes que toda venta empieza en la mente. Día tras día, durante años, has visto cómo el estado anímico influía en tus compañeros de trabajo, en ti mismo y también en los resultados de venta.

Seguramente has aprendido cómo comunicarte acertadamente, a usar técnicas de venta y recursos emocionales para vender más y mejor. Incluso puede que hayas llegado a formar a otros vendedores.

Y todo eso es por lo que tienes entre los hombros. Sí, por *cómo has usado* aquello que algunos llaman el "órgano más complejo del universo".

La psicología conductual y los avances en neurociencia han ayudado en las últimas décadas a entender mejor el funcionamiento de nuestro maravilloso cerebro.

Y aplicándolo al mundo de la venta, nos ayuda a entender por qué una persona compra o no, qué hay detrás de una elección, del libre albedrío y de las elecciones de compra inconsciente.

"Ya, pero para eso ya están los libros de neuroventa" puede que pienses.

Y es cierto que esas técnicas de venta son maravillosas y funcionan (como todo, con sus más y sus menos).

Pero todo ese conocimiento sobre la mente y las elecciones siguen siendo meras herramientas. Son como aquellas herramientas que un artista utiliza para crear maravillosas obras de arte. Pero lo que está claro es que el trabajo lo hace el artista, no la herramienta.

En ventas ocurre algo parecido.

Y el primer aspecto que considero esencial para ser un vendedor superior es de carácter emocional. Me refiero al autoconocimiento, la resiliencia, la inteligencia emocional, así como la superación de los miedos y carencias a nivel personal.

Fusionar el poder de la psicología con el de la venta fue una liberación para mí. A ese paso de gigante lo llamé *La Psicoventa*.

Y es un enfoque realmente sencillo; implica entrenar al vendedor para que logre entender e influir en sus propias emociones para, posteriormente, influir en las emociones del prospecto.

Así, entender los procesos mentales tanto propios como de los demás me permitió vender mucho más de una forma mucho más cómoda y sencilla.

Pienso que no podemos progresar como vendedores si no bajamos al sótano de nuestra mente y hacemos reformas para corregir aquello que nos afecta en la venta.

Y ahora déjame hacer una suposición; me juego lo que no tengo a que conoces algunas técnicas de venta ¿verdad? Seguramente te las habrán enseñado en diferentes empresas o las has encontrado por Internet.

Pero ahora vamos más allá; intenta responder afirmativamente a todas estas preguntas:

¿Entiendes *por qué* se usan? ¿Cuál es la explicación? ¿Qué impacto producen en la mente de los demás y en la tuya propia para que sean efectivas o no? ¿Por qué hay veces que aplicándolas vendes y otras que no? ¿Por qué tu estado emocional influye en la cantidad de tus ventas? ¿Por qué hay vendedores que, con la misma experiencia, el mismo producto y las mismas técnicas venden mucho más que tú?

Como reza el dicho: "Dale a alguien un pescado y comerá un día, enséñale a pescar y comerá toda su vida".

Y si lo aplicamos a la venta: “A un vendedor no le des una técnica de venta, más bien, enséñale *por qué* se usa esa técnica de venta”. Eso le hará realmente bueno porque es sabiduría de ventas más allá del conocimiento, y sabrá *cuándo* aplicarlas.

Atendiendo a esto, empecemos hablando de mi método llamado *Psicoverta*; aquel que te enseña a ser un *Artista de las Ventas*. Este puede resumirse en 3 sencillas leyes.

Primera Ley

Toda venta debe basarse en una ***cuestión emocional***.

Segunda Ley

Toda venta debe centrarse en potenciar ***los deseos***.

Tercera Ley

Toda venta debe centrarse en ***construir una sólida confianza***.

Y sobre esto se basará el resto del libro. ¿Sencillo verdad? Estas 3 leyes abarcan todo aspecto de la venta porque se basan en lo más importante, ***las emociones***.

Ahora, profundicemos y justifiquemos estas tres leyes.

Primera Ley

Toda venta debe basarse en una cuestión emocional.

Y la primera cuestión emocional tiene que ver *contigo*. En cómo identificas, enfocas y gestionas tus emociones. En cómo ves el mundo de la venta y cómo han influido en ti los clichés sobre los vendedores que

tiene la sociedad. También tiene que ver con tu infancia y el sistema de creencias que has adquirido a lo largo de los años sobre las relaciones con las demás personas.

Esta es la parte más importante para ser un *Artista de las Ventas*.

La *primera ley* también está relacionada con los descubrimientos realizados en las últimas décadas sobre cómo eligen las personas.

Porque el poder de las emociones permite vender cosas muy por encima de su valor. Y si no, ¿por qué la gente es capaz de pagar por cosas estúpidas una cantidad irracional de dinero?

Por ejemplo, en una subasta una botella de champagne encontrada en el mar Báltico se vendió en 40.000 dólares.

Si esto te parece una cantidad desproporcionada, déjame preguntarte: ¿cuánto estarías dispuesto a pagar por unos leggins? Porque una famosa llegó a comprar unos que, según se dice, le costaron 100.000 dólares. ¡Y por si estos ejemplos no te han parecido lo suficiente caros, un político pagó por un jet privado 100 millones de dólares!

Todo este tipo de ventas se han basado en emociones. El comprador podía pagarlo, cierto, pero lo que hizo que la persona *se decidiera* a gastar esas cantidades desproporcionadas (habiendo podido pagar mucho menos por algo similar) fue una *cuestión puramente emocional*. Y la lógica que justificase el gasto vino después del impulso emocional.

Por eso, enfoca todas tus ventas en una cuestión emocional y venderás mucho más.

Segunda Ley

Toda venta debe centrarse en potenciar los deseos.

La *segunda ley* es el 50% de la ecuación en la compra. Desde el punto de vista de la Psicoventa, los *deseos provocan emociones* y, por tanto, la *necesidad* natural de satisfacerlos. Por eso los deseos son los detonantes

que nos hacen tomar decisiones. Incluso las necesidades provocan el “deseo de satisfacerlas”. Y eso es lo que hay que pretender: activar el *deseo* que es el responsable de la *elección*.

Por ejemplo, ante una necesidad, como es ingerir alimentos, uno necesita hacerlo por cuestiones biológicas. Así que cuando nuestro organismo nos avisa de que nuestro metabolismo *necesita* ingerir alimentos, es el *deseo de satisfacer* esa necesidad la que nos hace tomar acción.

Podemos desear incluso cosas que sabemos conscientemente van a perjudicar nuestras relaciones familiares e incluso nuestra salud... ¡aun así, el deseo nos mueve a satisfacer esos deseos y hacerlo!

Por eso, si estimulas el deseo en tu potencial cliente, será él mismo quien justifique el acto de compra. Y este es el tipo de *persuasión* con más probabilidades de acabar en venta.

Tercera Ley

Toda venta debe centrarse en construir una sólida confianza.

En toda relación la confianza debe ser una constante, tanto dentro de la familia, como en las empresas, países... sin un mínimo de confianza la sociedad no funcionaría.

Según la psicología social, la *confianza* es la creencia en que una persona actuará o pensará de una determinada manera ante una situación (lo he resumido tipo “infografía para niños” porque no es la intención complicar las cosas, pero sí quedarnos con aquello que puede ayudarte como *vendedor*).

Sin embargo, la falta de confianza es algo muy común en el mundo que nos rodea. La corrupción, el engaño y el favoritismo están a la orden del día. Precisamente por eso, la gente intenta protegerse a ellos mismos y a sus familias con la *desconfianza*.

Y sin confianza (el otro 50%), no hay venta. Si te paras a pensar, puede que como vendedor hayas conseguido avivar el deseo en el prospecto y

que este lo desee tanto que esté dispuesto a comprarlo. Aun así, el deseo por sí solo no es suficiente para realizar la compra. ¿Por qué?

Porque la confianza es algo opuesto al miedo y al recelo. La neuroventa dice muy acertadamente que antes de vender, tienes que quitar el miedo de la mente del prospecto. Debes tranquilizar a la amígdala, algo parecido al “epicentro del miedo” en el cerebro.

Las estrategias psicológicas para ganar la confianza de una persona las analizaremos más adelante, pero de momento recuerda solo las tres leyes: Primero, “*Toda venta debe basarse en una cuestión emocional*”, segundo, “Debes centrarte en potenciar los deseos” y, en tercer lugar, “Debes construir una sólida *confianza*”.

Por eso, que todo lo que digas y hagas vaya enfocado en perseguir estas tres leyes.

Ahora que conoces las tres leyes, ha llegado el momento de cuestionarte a ti mismo. ¿Cuánto de lo que dices y haces en una venta persigue estos tres objetivos?

Repasa mentalmente tu discurso de ventas. ¿No usas discurso de ventas? Puede que sea más o menos organizado, pero todo *Artista de las Ventas debe tener* un esquema o serie de pasos que le lleven a la venta.

Por ejemplo, en la presentación, ¿cómo es tu primera frase? ¿Hablas de lo que vendes, o tratas de introducir emociones desde el primer momento?

Si empiezas hablando de aquello que vendes, lo más probable es que al prospecto no le importe lo más mínimo. Al prospecto le importa lo que le va a *hacer sentir aquello* que vendes.

Por eso, con la Psicoventa se empieza al revés del clásico *speech* (o discurso) de ventas: primero hablas del beneficio, luego le enseñas lo que va a sentir y solo al final le muestras el producto o el servicio. Esta es una excelente forma de abrir la mente del prospecto.

Aquí te presento una serie de frases potentes que he usado en mí día a día para dejar al prospecto *impactado* en la presentación de ventas y aumentar la probabilidad de que te escuche:



Frase para captar la atención de prospectos que *ya tenían contratado un seguro de autos* en su compañía actual y a los que se le quería vender otro plan.

“Hola, me llamo Samuel, pregunto por (*nombre del cliente*) por favor. Encantado, me pongo en contacto con usted porque, como es un buen cliente de (*empresa*) queremos ofrecerle un descuento de por vida en el seguro de vida y darle 100.000 € para que esté totalmente protegido tanto usted como su familia en caso de que le suceda un imprevisto.



Frase para captar la atención de prospectos de telefonía a llamada o visita fría.

“Hola, me llamo Samuel. Un placer saludarle le llamo de (*empresa*) para que pueda *disfrutar hoy* del nuevo (Smartphone de última generación)”. Antes de decirle cómo conseguirlo permítame preguntarle ¿con qué compañía tiene usted el internet en casa?

“Hola, me llamo Samuel. Un placer saludarle le llamo de (*empresa*) para que pueda *disfrutar hoy* de un gran ahorro en su factura de teléfono *para siempre*. ¿Cómo conseguirlo? Antes de nada, permítame preguntarle (y enganchas con el sondeo)”.



Frase para captar la atención de autónomos o empresarios a llamada o visita fría para vender un producto de formación.

“Encantado de saludarle, me llamo Samuel y me pongo en contacto con usted desde (*empresa*) en donde nos dedicamos a ayudar a que empresas como la suya se posicionen por encima de su competencia y se conviertan en un referente a nivel nacional.

¿Observas el patrón en común? En ningún momento se habla del producto en la presentación, sino del beneficio que la persona va a recibir.

Una vez captada la atención, el siguiente paso implica hacer que el prospecto *visualice* lo que va a sentir cuando haga uso de aquello que le vas a vender, y por último le enseñas la solución.

Esto es un breve ejemplo aplicado que muestra lo que la Psicoventa persigue. Porque en el momento en que enseñas a alguien un beneficio de su interés atrapas su atención inmediatamente. Y porque cuando fomentas el deseo y la confianza en un prospecto incrementas la probabilidad de venta a niveles exponenciales, como veremos en los próximos capítulos.

¿Estás aplicando las 3 leyes de Psicoventa en tus presentaciones? Si no es así, comienza modificando tu *speech* y pon los beneficios *al principio*; verás inmediatamente cómo incrementas el número de veces que te permiten hacer tu presentación de ventas.

A recordar

- *La primera ley de la Psicoventa* dice que toda venta debe hacerse en base a una cuestión emocional para aumentar la probabilidad de venta.
- *La segunda ley de la Psicoventa* dice que debemos centrarnos en potenciar los deseos porque los deseos son los detonantes de la compra. Cuanto más deseo, más probabilidad de venta.
- *La tercera ley de Psicoventa* dice que se debe poner el foco en construir una sólida confianza con el prospecto.
- Enfócate en hacer estas 3 cosas antes de lanzar ningún cierre.
- Pon en práctica lo que vayas viendo de utilidad en este libro. ¡Ya que te has gastado el dinero, haz que te sirva de algo!



Todo *Artista de las Ventas* sigue un guion o *speech*. Si crees que tienes el mejor del mundo, ¡genial! No visites el siguiente enlace: <https://psicoventa.es/aprende-a-vender-el-guion-de-ventas-y-por-que-debes-usarlo/>

CAPÍTULO II

La ética del Artista de las Ventas

“La ética es saber la diferencia entre lo que tienes derecho a hacer y lo que es correcto hacer.”

(Potter Stewart).

¿Te ha gustado lo que has leído? Pues lo bueno empieza a partir del capítulo 2.

¿A qué esperas para hacerte ya con el **único libro desde el que realizarás un viaje interior para vencer tu miedos, dominar tus emociones e influir en las del prospecto para hacer que te compre?**

Puedes comprarlo **ahora** pulsando **[aquí](#)**.