

The background features a decorative graphic consisting of three blue circles of varying sizes, each with a lighter blue inner circle, arranged in a vertical line. Two thin blue lines intersect at the top left, forming a triangular shape that frames the circles. The text is centered in a bold, dark blue serif font.

¿CÓMO SEDUCIR A LOS CLIENTES?

**Realizado por: Patricia García
Serrano**

Índice

1.-Como aumentar las ventas en la tienda.....	2
2.-Seducir al cliente	2
3.-¿Cómo conseguir más clientes?	4
4.-¿Cómo lograr que mi empresa tenga esa simpleza a la hora de hablar con sus clientes?	6
5.- Publicidades	6
6.-¿Cómo lo hacemos?.....	7
7.-Cómo convencer a un cliente	8

1.-Como aumentar las ventas en la tienda.

A pesar de que existen diferentes vías de compra, muchos clientes aun prefieren visitar locales para adquirir los productos que necesitan. **Si logra transformar su tienda en un lugar atractivo para la compra, sus ventas se incrementaran satisfactoriamente.** En la actualidad las empresas utilizan diferentes vías para vender: algunas se basa en las ventas telefónicas, otras a través de Internet o bien en la venta directa en el mismo local. Esta forma de venta, la más tradicional de todas, es aun preferida por empresarios que ofrecen productos que la gente necesariamente debe o prefiere probar (vestuario, tecnología, etc.) o que no son muy conocidos y, por lo mismo son difíciles de vender.

En la venta en la tienda, el cliente puede elegir entre la variedad de productos, probarlos en caso necesario y asegurarse además in situ de su estado y calidad. Además, puede ser seducido por otros productos que no necesariamente necesitaban o no eran prioritarios. La ventaja fundamental que se pone en juego en este tipo de venta es la atención que entrega el personal, el principal asesor del cliente y responsable de la compra final.

2.-Seducir al cliente

Actualmente, una publicidad debe ser mágica, emotiva, emocionante, entretenida, estimulante, intrigante, creativa y sobre todo inmediata...

Hoy tenemos que apuntar al lado sensible de las personas ya que las decisiones de compra están más atadas al lado emocional que intelectual/racional.

Según los especialistas, la mayoría de las decisiones de compra se toman en el punto de venta. Por ello, es muy importante que su empresa utilice distintas técnicas de merchandising para seducir a su cliente e incitarlo a la compra. Se entiende por merchandising el marketing en el punto de venta, para aumentar la rentabilidad y mejorar la venta de un producto.

Técnicas para lograrlo

1. **Presentar los productos en forma atractiva.** Ya sea en un local espacioso o pequeño, la presentación de sus productos debe atraer la atención de los clientes potenciales y motivarlos a la compra. Para ello deberá concentrarse en situar los productos correctamente, dividirlos en secciones de manera de favorecer el acto de compra, disponer del mobiliario necesario para la venta, entre otros aspectos. Además, deberá evaluar que tipo de forma de compra se da en su tienda: por necesidad (se dedica el menor tiempo posible a la compra) o por placer (implica que al cliente le gusta darse el tiempo de ver los productos, comparar y elegir el que mas le guste).
2. **Crear un ambiente acogedor y novedoso.** Transformar los ambientes en lugares agradables donde comprar es un desafío importante para todo empresario. La idea es lograr que su cliente sienta que comprar en su tienda

es toda una experiencia. A través de una buena iluminación, sonidos envolventes, música grata, aromas placenteros, etc. podrá crear la sensación de una tienda espectáculo, que cautive a su cliente y lo haga retornar cada vez que lo desee.

3. **Utilizar herramientas de comunicación.** Si bien un porcentaje de la compra se logra cuando se cautiva al cliente, el otro resto corresponde a la información que capte sobre el producto. Para ello, puede adornar su tienda con anuncios sobre precios, descuentos o promociones en las ventanas, paredes, pasillos, etc. Anuncios en vidrios, banderines, paneles con mensajes en movimiento, o de otro tipo, podrán llamar la atención al cliente y a la vez saber sobre los precios y descuentos que se le ofrecen.
4. **Entregue una atención personalizada.** A diferencia de otras formas de venta, la que se realiza en el local tiene como eje central al vendedor, parte fundamental en el desenlace de la venta. Ya que en este tipo de venta hay una interacción directa con el cliente, la clave está en saber escucharlo y entender que es lo que realmente necesita. Un trato excelente, en un entorno agradable, logrará que sus clientes se sientan contentos, además de fidelizarlos.

3.-¿Cómo conseguir más clientes?

Esta es una de las preguntas más comunes al empezar un negocio. Obtener más clientes puede ser uno de los mayores problemas para consultores y otros profesionales que son dueños de sus propios negocios, en especial cuando están recién comenzando.

Asumiendo que entregas un servicio de calidad junto a un buen servicio al cliente, la solución al problema no es tan difícil. Para obtener mas clientes, sólo debes hacer dos cosas:

1. Hacerte conocido

La gente a medida es reacia a contratar a una empresa desconocida. Entre más pronto hagas conocido a tu nombre y comiences a crear una marca a la que puedan confiar su negocio, más clientes vas a atraer. Promociona la imagen de tu negocio, construye y usa un kit de promoción y aprende a llamar la atención.

2. Pide referencias

Muchas personas de negocios encuentran esto extremadamente difícil, pero es la forma número uno para construir tu negocio y atraer más clientes. Cada vez que completes un negocio de forma satisfactoria, pregunta al cliente si es que conoce a alguien más que podría estar interesado en tus servicios. Si el cliente es reacio a darte nombres, entrégale una tarjeta o folletos para que se las de a quienes pudieran estar interesados.

También pide al cliente un testimonio escrito y su permiso para usarlo en tu campaña de marketing, por ejemplo en tu página web. Recuerda que la peor cosa que puede pasar es que el cliente diga que no.

Estas dos cosas te conseguirán más clientes. Pero ten cuidado, no es algo que ocurre de la noche a la mañana, así que cuanto antes comiences, mejor.

4.-¿Cómo lograr que mi empresa tenga esa simpleza a la hora de hablar con sus clientes?

Simple, “simplifique” Es un juego de palabras, pero justamente de eso se trata; busque ese verbo, ese adjetivo, eso que lo identifique rápidamente en el mercado, con sus clientes, en el boca oreja.

Ese término o palabra debe ser por supuesto original, no caiga en la “moda”, éstas caducan. Busque un detalle que estaba ignorado y úselo, salga de la tendencia, deje de estereotipar sus productos, su empresa, conózcala y encuentre eso que la identificará sobre todas las cosas e inmediatamente.

5.- Publicidades

Las personas están bombardeadas de información, y eso las molesta. ¡Simplifique!, elimine todos esos detalles que distraen, todos esos datos e información innecesaria.

Un producto no es lo que es, si no lo que el cliente percibe que es. Por eso, conozca a

sus clientes, analice lo que miran cuando están viendo su empresa, su marca, su servicio.

Sorpréndalos, sin dejar la simpleza, sea un poco ambiguo y ponga en prueba a sus clientes, a ellos les encanta. El hombre actual disfruta pensando, adivinando, participando, perteneciendo a algo especial, compartiendo su inteligencia con los demás.

Hoy las personas compran sus productos “por que quieren” no por que usted “tiene la última tecnología”, las personas adquieren sus servicios por que “resulta importante para ellas”, “por que lo quieren para su vida”.

Otra vez, conozcamos nuestro público, sepamos que en general el hombre está centrado en su persona, en su bienestar, su peso, su estado físico, su estatus, su... su... su... Si logramos darles un beneficio que engrandezca algunas de esas características que hacen de un individuo importante, sano, inteligente, sofisticado... tenemos nuestro negocio armado.

Ya sabemos que tenemos que decir para llegar a nuestros clientes y hacerlos sentir “geniales”, “guay”, “cool” y ahora...

6.-¿Cómo lo hacemos?

Use el humor, saque por un segundo a su cliente de la realidad que lo atormenta y dele un respiro. El humor hace que su anuncio tenga mayor probabilidad de ser retenido y hace de su marca más humana. Una marca más humana puede servir de puente entre el producto y su consumidor.

Rompa los esquemas, las personas están envueltas en una realidad de eterna juventud, de caprichos adolescentes y de revelación contra los tabúes y estereotipos.

Use la ironía, es complicada, debemos tenerle cuidado y usarla principalmente para llegar a un publico puntual, no masificado. Es decir, use un medio de comunicación que no llegue fácilmente a “todos”, más bien casi directo al potencial cliente.

No piense que ser creativo es ser original, no crea que impactar es vender, ino!... Llamar la atención no es vender, y la publicidad debe vender.

Tiene que ser muy cuidadoso y minucioso. Cuando una publicidad se hace de forma

brillante, por ejemplo en la vía pública, será recordada por siempre y por mucha gente, pero si se hace mal se convierte en un agravio público.

7.-Cómo convencer a un cliente

Primer paso: ayúdale. No hasta el extremo de decirle: “no tengo nada para ayudarte” pese a que si tengas algo, pero sí que debes recomendarle en la medida de lo posible el producto que más se ajuste a él. Tienes que intentar ser lo más sincero que puedas y no recomendarle cosas que sabes que no van a ayudarlo.

El segundo paso está en generar confianza con la persona pues esa confianza determinará si hay venta o no. Palabras como: “yo tengo uno”, “me va muy bien” generan ventas muy seguras porque la persona se identifica contigo, confía más en ti y a la vez se fía porque se lo recomiendas por haberlo probado. (Obviamente no hagas esto si no tienes uno o no lo has probado).

Debes analizar el lenguaje corporal del cliente y adaptarte a él. ¿Es tímido y nervioso? Pues adopta un lenguaje corporal más tímido, distante pero simpático. ¿Es alguien muy activo y jovial? Adopta un lenguaje corporal más abierto y una actitud jovial, abierta y amable.

Si un cliente viene con actitud muy activa, jovial y tú te muestras con un lenguaje corporal muy escueto y tímido terminará por comerte, coger el control de la situación y manejándote bien a ti. El truco aquí está en que, si sabes analizar el lenguaje corporal de las personas averiguarás si eso, con esa persona, te causará la venta o la perderás.

Estas cosas se saben si sabes leer el lenguaje corporal. Por la actitud de la persona, sus gestos, como son sus gestos, el lenguaje corporal que adopta, el tono de voz y como reacciona su lenguaje corporal a tus gestos y palabras.

Si aprendes a leer el lenguaje corporal y dominarlo aprenderás a convencer a un cliente, a dos, tres y los que se te pongan por delante. No hablamos de un porcentaje de éxito del 100% porque es evidente que si alguien no quiere comprar, por mucho que hagas no comprará y si lo hace, lo devolverá al cabo de poco tiempo y tendrás una devolución, un cliente cabreado y una persona que no volverá a comprarte a ti nunca más.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

¿CÓMO SEDUCIR A LOS CLIENTES?

A la hora de convencer a un cliente hay que pensar con la cabeza en vez de la cartera y hay que aprender a ser un maestro en el lenguaje corporal.