

Cómo poner a los prospectos en un trance Hipnótico.

Marketing Hipnótico, 3 de 8

Por Francisco Cáceres Senn

Un trance se puede definir como un estado en el que una persona está fuertemente enfocada en un sentimiento, pensamiento, visión, estado de ánimo, emoción o idea. Normalmente, para que una persona atraiga tu atención, necesita realizar una acción específica repetidas veces. Con seguridad, has estado en trance varias veces esta semana.

¿Te ha ocurrido de estar leyendo un libro, escuchando la radio o viendo la televisión, y entonces un familiar o un amigo, ante tu notorio ausentismo, te han comentado (o gritado) "*¿Me estás haciendo caso o me estás ignorando? Te he preguntado tres veces qué quieres de cena*"?. Y tu contestas algo así como "Perdona, no te estaba prestando atención. Es que este programa está muy interesante".

¿Ves?, has estado en trance innumerables veces y ni siquiera te habías dado cuenta. Piensa en lo siguiente: ¿Cuántos productos podrías vender si fueras capaz de inducir trances en tus clientes? Bien, la respuesta es que muchos más de los que ya vendes, si sigues unos pasos muy importantes que te detallo a continuación.

Primero, debes darles un sentimiento, emoción, idea, pensamiento o visión en la que enfocarse. Esto es sencillo de lograr usando un muy llamativo encabezado de tus comunicaciones comerciales. Pero no es todo; cualquiera puede tener pensamientos y a pesar de ellos, concentrarse en otra cosa.

En segundo lugar, tu meta es influirles para que piensen en el estímulo inicial constantemente. Necesitas asegurarte de que todas y cada una de las palabras, frases y párrafos es suficientemente interesante para que se mantengan leyendo acerca de tus ofertas o productos.

¿Cómo se consigue esto último? Necesitas usar frases y palabras que estimulen sus emociones y pensamientos. Por ejemplo, si estuvieras vendiendo un e-book que explicase cómo eliminar las deudas de tarjeta de crédito sin pagar los intereses, pudieras decir: "No más vivir solamente para pagar cheque tras cheque". O, "Elimine de una vez por todas, las modestísimas llamadas de sus acreedores de tarjetas de crédito".

Cada palabra necesita introducir a los clientes, paso a paso, en un trance continuo. No deseas que información aburrida o irrelevante interrumpa este trance.

El punto es que tenemos que ser capaces de crear un estado emocional tan agradable que lo hagamos deseable para las personas con las que nos estamos comunicando. Al crear este estado emocional, les podemos pedir que compren determinado producto, idea o servicio, de manera que sientan que la mejor forma de seguir experimentando ese estado es adquiriendo lo ofrecido. Los clientes estarán tan inmersos en el trance que tendrán que ordenar el producto para mantenerse en este trance tan deseable y placentero.

“El que no es capaz de crear emociones y sentimientos en aquellos a quienes se dirige, tendrá que conseguirse todo por sí mismo, ya que nadie estará dispuesto a ayudarlo”.

Anthony Robbins.

Y, añado yo, nadie estará dispuesto a comprarle.