

y además, todas las comunicaciones
en Europa y en España

29'25
€/mes

mas info



TERRITORIOPYME
emprende el camino del éxito

ACTUALIDAD

CURSOS Y EVENTOS

DIRECTORIO

GUÍAS

FREELANCE

FINANCIACIÓN

EL INGENIERO ILUSIONISTA QUE HACE "MAGIA PARA VENDER"

José María de la Torre presenta 'Magia para vender', un libro en el que desvela sus trucos para generar el deseo de compra, desde su perspectiva de ilusionista profesional.

Cómo responder a preguntas estúpidas en una entrevista

JOSÉ ANTONIO CALVO MARTÍNEZ | Madrid | 17-11-2014 19:10

7 10 21 8+1 1

Temas relacionados:

[Emprendedores](#)

[Magia](#)

[Marketing](#)

[Gestión empresarial](#)

[Ventas](#)



José María de la Torre es un ingeniero en electrónica más que polifacético. Se autodefine como ingeniero ilusionista, y reconoce ser el único ser humano con semejante trabajo. Y, ¿en qué consiste su función? Según él mismo nos explica, en generar el deseo de compra en los clientes en torno a un producto o servicio determinado, con técnicas muy similares las que utiliza en sus espectáculos de magia. ¿Cuántas veces han escuchado aquello de que, en realidad, el mago no nos deja elegir la carta sino que, inconscientemente, nos obliga a coger la que él quiere? Algo similar puede hacerse en el mundo comercial, y nos lo explica en su libro: 'Magia para vender', sobre el que charlamos a continuación.

Te defines como ingeniero ilusionista en tu firma de correo: ¿qué es un ingeniero ilusionista?

★ NOTICIAS MÁS VISTAS

[Cómo responder a preguntas estúpidas en una entrevista](#)

[Por qué debe una empresa contratar a un militar](#)

[Cataluña pierde interés para los inversores extranjeros](#)

[Cómo montar un estanco](#)

[Las exportaciones españolas alcanzan la mejor cifra desde 1971](#)



TOP GUÍAS

[Cómo hacer comunicación interna en una pyme](#)

[Licencia de apertura: tipología de las actividades y requisitos](#)

[Qué es neuromarketing y cómo aplicarlo a una pyme](#)

[Los dos trámites fiscales que debe hacer un autónomo](#)

[Plan de marketing: apartados básicos](#)

Lo cierto es que no sólo soy ingeniero ilusionista (además de serlo en electrónica por el ICAI), sino que soy el decano de todos los ingenieros ilusionistas del mundo: ventaja enormemente injusta de haberme inventado yo la profesión y no tener que competir con nadie, lo reconozco.

Básicamente un ingeniero ilusionista es alguien que lleva seis años dedicándose a modelar el proceso mediante el cual se construye un juego de magia para conseguir de forma sistemática un objetivo concreto (no para motivar a un equipo hacia él o para firmar un refrendadísimo informe de consultoría sobre por qué no se puede lograr, sino para conseguirlo) que cualquier experto en un determinado mercado podría certificar que es imposible.

Y tiene razón: con las premisas que ese experto y ese mercado en ese momento manejan. ¿Cómo? Primero cambiando premisas que ellos ni siquiera tocarían para diseñar las estrategias que lo hagan posible y después generando ideas concretas en la mente del público objetivo para poder implementar dichas estrategias, que es de lo que se trata.

¿Cuál es la magia de vender?

Tratar de convencer a alguien de algo es realmente difícil. Conseguir que esa misma persona quede convencida por sí misma es realmente fácil.

Si yo le doy a un espectador una carta determinada de una baraja, se resistirá a cogerla, por muchos esfuerzos comunicativos que yo haga o por muchos recursos espectaculares que invierta en ello. Sin embargo conseguir, que, fruto de su elección, elija exactamente esa misma carta (que es la que yo deseo darle para que pueda ocurrirle mi producto) es trivial (es una demostración fácil pero cristalina que hago en todas las condiciones posibles en mis cursos y conferencias para después pasar al mismo ejercicio con el producto de cada alumno). Y tiene, además, el enorme poder de que el espectador/comprador se sentirá enormemente satisfecho de su elección.

Magia para Vender trata exactamente de cómo generar la idea de compra en la mente del comprador como idea propia. De manera sistemática y práctica aplicable a cada caso concreto.

¿Se puede vender sin esa magia?

Por supuesto que se puede. De hecho, el segundo paso que trabajo con mis alumnos y clientes antes de empezar a diseñar ese mecanismo de generación de ideas en el público objetivo es, ni más ni menos, que la forma ordenada y óptima de ponerse a ello. Salir y ponerse a vender. Ni más ni menos: ponerse. Lo cual, dicho sea de paso, es algo bastante diferente a visitar a clientes, generar contactos... Pero ponerse es, sin duda, lo más importante y no hay muchas vueltas que darle. Haciendo eso, la realidad es que vender es bastante fácil.

Otra cosa es vender bien optimizando el ratio entre recursos/esfuerzos y resultados o que lo que ocurra sea que te compren.

¿Qué consejo darías a comerciales o personal de marketing que tiene la intención de lanzar un nuevo producto al mercado?

Yo le llamo "La diferencia entre un mago y un indigente y por qué el primero siempre obtiene una moneda cuando la pide".

Y esa diferencia es para mí, con mucho, la herramienta más importante para que les compren bien. Y es realmente simple:

Consiste ni más ni menos que en saber por qué su producto será más valioso para quien pueda llegar a comprarlo que lo que tendrá que pagar a cambio para obtenerlo.

Eso es todo: eso por sí sólo les permitirá ser felices vendiendo, les permitirá saber que sólo es cuestión de generar la comunicación adecuada, normalmente alejada de lo que habitualmente se entiende por comunicación (y para eso están los siguientes pasos del modelo) y de ponerse. Pero, sobre todo, teniendo eso y la firme

4 maneras de poder evitar quedarse sin dinero durante su jubilación

Si usted ya dispone de una cartera de inversiones de 350.000 €, descárguese sin cargo la guía publicada por la consultoría de inversiones de Ken Fisher, columnista de la prestigiosa revista *Forbes*. Si ya tiene un plan de inversión, nuestra guía es un apreciado documento que le ofrecerá análisis y comentario, que podrá aplicar de inmediato. ¡No pierda la oportunidad!

[Haga clic aquí para descargar su guía!](#)

FISHER INVESTMENTS ESPAÑA

decisión de no parar hasta poner su producto al servicio del público, pueden tener por seguro su éxito.

Muchos estarán pensando que tras el emprendimiento y la venta, además de magia, también hay trabajo. ¿Estás de acuerdo? ¿Qué le dirías a esas personas?

Absolutamente cierto. Como ya dije anteriormente, ponerse lo es todo. Ponte y venderás. En cambio, aprende un gran juego de magia en casa, el mejor posible, perfecciona la técnica hasta el extremo pero nunca salgas a la calle a hacérselo a nadie y harás muchas cosas, pero no magia.

Genera una magnífica estrategia de marketing o explica por qué Harvard certifica que algo será de una determinada manera y puede que tengas un buen argumento para que no te muevan tu silla en tu empresa. Pero no creo que tengas muchas ventas.

¿El tipo de magia para vender es distinta en función del país donde queramos vender?

En absoluto. La ventaja del mago es que lo primero que se dedica a hacer es a saltarse cualquier filtro que su público objetivo pueda tener generando un marco para el que este no tiene ninguna respuesta previa.

¿Existen personas con cierto carácter innato o 'magia' a la hora de vender?

Todo lo contrario: De hecho, muchas veces, el tener cierto desparpajo es algo que juega en contra de mucha gente. Porque aunque parece obvio, no está de más enunciar que no es lo mismo tener desparpajo que vender. De hecho, yo personalmente no veo relación ninguna.

¿Qué es lo más importante para conseguir una venta?

Yo prefiero hablar de cerrar una compra, porque no sé hacer otra cosa o me parece muy difícil.

Y, para eso, ante todo, me remito a la cuarta pregunta.

Pero, a partir de ahí:

-permitir que el marco que quieras establecer, en el que tu producto sea una solución a una necesidad de la que tu comprador pueda tomar conciencia, ocurra sin ser filtrado por este para que

-sea él, tu cliente, quien te pueda pedir aquello que tú estás listo para darle. Y que pueda tomar conciencia de lo que ha ganado respecto a cuando no tenía tu producto.

Y, ni más ni menos que eso, es todo.



PETIT PALACE
hotels
HIGH TECH
www.petitpalace.com
©2014 Minor Group, Ltd.
Pendiente de autorización por países.

**27 DE NOVIEMBRE EN
BARCELONA, MADRID,
VALENCIA, BILBAO Y SEVILLA**



ACTUALIDAD

Pymes

Emprendedores

Autónomos

Franquicias

CURSOS

EVENTOS

DIRECTORIO

GUÍAS

FREELANCE

FINANCIACIÓN

SÍGUENOS EN LAS REDES



Privacidad

Condiciones legales

Política de cookies

Contacto

CincoDías

© ESTRUCTURA GRUPO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS S.A.