

Money

  
 $95 + 47 = 142€$

$1.536$   
 $+ 3.264$   

---

 $4.800€$

  
 $3.548$   
 $+ 5.862$   

---

 $9.410€$

$11 + 7 = 18€$   
 $15 + 22 = 37€$

$1 + 53 = 54€$   




# SEDUCE Y VENDERÁS

LA EMPRESA Y EL AMOR SE RIGEN CASI POR LAS MISMAS REGLAS. SI VAS A MONTAR TU PROPIO NEGOCIO, APUESTA POR EL 'MARKETING DE SEDUCCIÓN'. TE LOS VAS A LLEVAR DE CALLE...

TEXTO: ANA M. JIMÉNEZ.

Cualquier empresa, marca o producto tiene un ciclo de vida: nace, crece, madura y muere, según los expertos en marketing. De hecho, en Europa el 80% de las nuevas compañías no sobreviven más de cinco años. ¿Cómo se consigue formar parte de ese 20% que sí lo hace? El secreto está en enamorar a tus clientes, tal y como cuentan en su libro *Seducir y venderás* (ed. Urano) los consultores de *management* y marketing Enrique de Mora y Sara Villegas. «Lo primero que tenemos que tener claro es qué les vamos a ofrecer, así como hacer el posicionamiento de marca (diseñar la oferta y la imagen del producto)», explican. Hecho esto, ¡ya puedes lanzarte a la conquista!



## BUSCA PAREJA

Elige a quién quieres –y puedes– enamorar. «Es básico definir a nuestro público objetivo para poder diseñar una estrategia adaptada a él. Es preferible seducir mucho a unos pocos que poco a unos muchos», asegura Enrique de Mora en su manual. Indaga dónde buscan información relacionada con tu producto y cuéllalo ahí para que te conozcan. Esta técnica se denomina *inbound marketing* y es lo último.

$$6 + 20 = 26$$




## PROVOCA UNA CITA

Para ello, primero necesitas que se fijen en ti. «Identifica tus peculiaridades, qué es lo que hace que tu producto o servicio sea mejor que el resto, y comunícalo. Tu *target* necesita saberlo para poder enamorarse de ti», aconseja Enrique de Mora. Si consigues superar la prueba del *elevator pitch* (despertar su interés en menos de 30 segundos, lo que dura un trayecto en ascensor), tienes muchas posibilidades de que quiera repetir contigo. ¿La clave? Sé concisa en tu discurso.



## TRIUNFA CON EL PRIMER BESO

Con ello nos referimos a que el cliente pruebe lo que vendes. Lo más efectivo es que le entregues muestras (o pruebas, si se trata de un servicio) gratuitas. Cuando te pida más, recurre al clásico «tengo muy pocos, ¡me los quitan de las manos!». Lo querrá sí o sí. En ese primer contacto, el olor también juega un papel fundamental. De hecho, se ha comprobado que en las tiendas aromatizadas las personas se quedan observando un producto durante 43 segundos, 13 más que en las que no tienen ninguna fragancia. ¡Y esto ayuda a aumentar las ventas!



## ENAMORA A TU CLIENTE

Para entrar en el olimpo de las *lovemarks* (marcas que los consumidores aman), apela a sus emociones. ¿Cómo? Despierta su curiosidad con un *teaser*: un anuncio enigmático, por ejemplo. Crea un eslogan que transmita la sensación de que tu producto tiene valor: esto marca la diferencia entre «no tengo tiempo» y «cuéntame más», según explica Patricia de Andrés en su libro *Marketing para dummies*.



## FORMALIZA LA RELACIÓN

«La prueba de un artículo equivale a la primera noche de pasión. Luego, hay que empezar a *hacer el amor* con el cliente», aconseja Enrique de Mora. Una vez que te ha elegido, debes estar a la altura de sus expectativas. Evita caer en el *overpromise* (hacer promesas exageradas) y mímallo. Hablará bien de ti... ¡y el boca-oreja es la mejor publicidad que hay!

## Tiende tus redes

Según diferentes estudios, Facebook, Twitter y Youtube son tres de las fuentes que más se consultan para buscar nuevos productos. Ficha estas pautas para sacarles partido.

### CAUSA UNA BUENA IMPRESIÓN

En marketing digital se habla del *momento cero de la verdad*, que se produce cuando los consumidores miran lo que ofertas por Internet o tus redes. Cuanto más claras y llamativas sean estas, mejor.

### REDACTA BIEN TUS MENSAJES

Los usuarios de *social media* valoran que sean inteligentes, cercanos y con humor. Trata de atraer con ellos a gente de grandes comunidades digitales, como los viajes, la música, la belleza o la moda.

### CREA UNA WEB MODERNA

Su diseño debe ser apto para móviles y *tablets*. El 30% de quienes compran a través del móvil deja de hacerlo si no puede acceder al *site*.



## CUIDA LA CONVIVENCIA

«¿Qué tal, cariño». Igual que preguntas esto a tu pareja, debes sondear a tus compradores para saber si están satisfechos. Uno de los errores más frecuentes es que se olvide de «cuidar a los clientes actuales, aun cuando captar uno nuevo suele costar cinco veces más que mantener contento al que ya tenemos», afirma Enrique de Mora. Llegados a este punto, a tu seguidor le encantará sentir que estás pensando en él. Hazle propuestas a su medida o pequeñas rebajas, utilizando la táctica de los precios psicológicos (con decimales): por ejemplo, baja de 10 a 6,99 euros en lugar de 7. Pensará que ha comprado a un precio inferior y estará feliz.



## HAZ QUE TE SEA FIEL

Si quieres que te jure amor eterno, Enrique de Mora recomienda lo siguiente: sorpréndele continuamente, dale más de lo que espera de ti y, sobre todo, premia su fidelidad con un trato exclusivo. Tienes múltiples formas de conseguirlo, como hacerle descuentos en sus próximas compras, que acumule puntos y los pueda cambiar por regalos, darle una sorpresa el día de su cumpleaños, mejorar el servicio sin cobrarle más... Todos los expertos en marketing aseguran que también ayuda a mantener la llama el hecho de ofrecer una buena relación calidad-precio y dar facilidades de compra. Sencillo, ¿verdad?

$$4 + 23 = 27$$
