

} El telegrama que vende |

Autor: D. Luis José Vinante (Director de www.iniciativasnet.com)

La cabecera o "asunto" es importante, es el telegrama que inclina al lector a leer o no leer el texto. Como promedio, de cada cinco personas que leen la cabecera, sólo una lee el conjunto del texto.

El proceso es el siguiente:

- } Pregúntese con quién esta hablando, quiénes son las personas que usted intenta que tomen acción.
- } Determine que quiere que hagan y dé facilidades.
- } Qué beneficios reciben ellos al comprarle.
- } Produzca oferta que les haga tomar acción ¡¡Ya!!
- } Consiga testimonios de quienes se beneficiaron.
- } ¿Qué razones puede dar para que confíen en Ud., saquen dinero de su bolsillo y compren?.

Examine: La base de la comercialización es la acción. No se trata de presentar información. Se trata de motivar y que tomen la posible acción mas rápida. Así que: ¿A quién está vendiendo usted?

Sea tan específico como sea posible contestando. Usted no puede escribir comunicación eficaz de venta sin precisar a quién esta usted dirigiéndose. Considere esta analogía: suponga que pone un anuncio buscando personal clave. ¿Le importaría a usted si la persona es hombre o mujer, viejo o joven, viviendo cerca o lejos, hetero u homosexual?. ¡¡Por supuesto que le importaría!!

Ese mismo criterio específico es el que tiene que traer al crear todo tipo de comunicación de marketing y ventas. La lectura que hace el interesado del folleto, de su mensaje por correo electrónico tiene que conseguir que esta persona diga "Eh, ¡Usted está hablando conmigo!".

De esto se trata. Encandilar. Que el potencial comprador sienta que usted se dirige a él. Se trata de llegar a un mercado específico con cada oferta.

Determine lo que usted quiere que su potencial comprador haga. Estas personas tienen que saber lo que usted quiere que ellas hagan:

- } Que envíen un cheque
- } Que devuelvan un cupón contestación
- } Que llamen por teléfono
- } Que atraviese la puerta y compre un televisor 20 pulgadas

Ahora pregúntese nuevamente: ¿Qué recibe de usted cuando el cliente toma acción y compra?

A estas alturas usted debe echar una mirada a algunos folletos, cartas, volantes, páginas web y todo tipo de comunicación.

Puede encontrarse con la desagradable impresión que el trabajo se hizo pensando en lo que usted quería y no en lo que el cliente quiere.

Yo he visto folletos y volantes donde lo más importante es el logo de la empresa, el nombre de la empresa, una fotografía del frente del negocio y con respecto a los productos simplemente los precios y alguna descripción del producto pero NINGUNA VENTAJA O BENEFICIO para el comprador que es precisamente lo que le motivará a comprar el

} El telegrama que vende |

producto/servicio.

Empiece cada frase con estas dos palabras

- } USTED CONSIGUE
- } USTED OBTIENE
- } USTED ALCANZA
- } USTED GANA
- } USTED LOGRA
- } USTED SE BENEFICIA

A continuación de estas dos palabras DEBE SER ESPECÍFICO, tanto como sea posible para explicar las ventajas y beneficios que obtiene.

Tiene que crear una oferta que haga actuar ahora. Regrese a los folletos, volantes, cartas, página web. Suelen dar la impresión que a nadie le importa cuando el potencial comprador tiene que tomar acción. Se dedica a informar así que el que lee el informe puede actuar la próxima semana, el próximo año o en algún momento lejano.

Tiene que crear una oferta, una circunstancia que el potencial comprador encuentre suficientemente atractivo para querer ACTUAR AHORA, no después.

En síntesis

Después que usted ha completado estas tareas, entonces y sólo entonces usted está preparado para crear su comunicación eficaz.

En estos momentos creo que ha quedado claro que el enfoque al crear una comunicación de marketing es dirigirse a la persona más importante: su potencial comprador.

Se trata sencillamente de centrar, enfocar en el cliente las comunicaciones, conocer sus necesidades y presentar su producto-servicio cubriendo esas necesidades y además hacerles ofertas irresistibles con fechas tope para tomar la decisión o se perderá la oferta.