

! Cómo penetrar la mente inconsciente de tus clientes e influir en ellos para que te compren ¡

Por Francisco Cáceres

Es importante que tus cartas o presentaciones de ventas, penetren la mente inconsciente de tus clientes y desaten su imaginación. Entonces, creará una película o escena mental que los persuadirá de visitar tu tienda, tu página web, suscribirse a tu e-zine, comprar tu producto o servicio, etc. Su imagen mental, verdaderamente influenciará su mente consciente y su cuerpo para decidirse a comprar.

Activar la imaginación de la gente, de ninguna manera es como controlar sus mentes. Su imaginación está siendo guiada a lo largo del día por la televisión, las películas, la radio, otras personas, cosas que leen, etc. En general, la gente tiene un control completo acerca de que es lo que imaginan, pues tienen todo el control acerca de en qué enfocan su atención. No es como cuando sueñas de manera inconsciente cada noche.

Luego entonces, las personas usan su imaginación todos los días. Todos experimentamos cada día, miles de imágenes en nuestra cabeza. Usamos nuestra imaginación para resolver problemas, visualizar una situación futura, recordar cosas, escapar de la realidad, practicar mentalmente nuevas habilidades, etc.

POr ejemplo, antes de desayunar, comer o cenar, es posible que hayas visualizado lo que querías específicamente comer. Mentalmente lo oliste, lo viste en su presentación más apetitosa (como las cartas de los restaurantes que siempre sacan fotos de la comida mucho más bonitas de lo que se ve en la realidad para ponerle un letrero debajo de la foto diciendo que “la presentación real puede ser diferente”), lo probaste e inclusive, lo escuchaste crepitar en la sartén mientras lo cocinabas. Piensa en esto: aunque la comida no estaba en la realidad, para tu mente inconsciente no existe ninguna diferencia entre lo fantasioso y lo real.

¿Te das cuenta de lo importante que puede ser la imaginación?

El punto importante que quiero que reflexiones es el cómo los humanos definimos qué comportamiento vamos a seguir, es decir, compramos o no. En general, nos representamos una imagen en nuestra mente previa a que nos comportemos. Esa imagen es la que provoca el comportamiento en cuestión. Si eres capaz de hacer que se visualicen comprando o usando tu producto, entonces habrás creado una experiencia previa de uso del mismo. Si además eres capaz de hacer que esa experiencia mental sea gratificante o placentera, entonces habrás creado magia.

Por ejemplo, qué te parece si te hago visualizar algo en este momento. Te sugiero que te imagines el filete de carne más jugoso que puedas imaginar. Ponte cómodo y RELÁJATE. Tómate tu tiempo con esta imagen, es más, no pienses en un FILETE JUGOSO. Disfruta la experiencia. Si te gustan los filetes, es probable que hayas tenido experiencias similares en el pasado.

La visualización anterior fue abierta e imprecise. Es decir, sólo te sugerí que imaginases algo y tu imaginación hizo el resto. Usaste tus sentidos internos, experiencias pasadas para revivir la experiencia como tú quisiste. Ocurrió tan rápido que ni siquiera fuiste consciente de ello. Adicionalmente te sugerí que te relajaras. La relajación es uno de los ingredientes claves para abrir la mente subconsciente de tus prospectos de forma que sean receptivos a tus sugerencias.

Las personas, usualmente se relajan con los ojos cerrados, poniéndose cómodos o vistiendo ropa cómoda.

A veces, puede resultar difícil saber cual impacto en el subconsciente resultará más efectivo para hacerlos comprar. Estudia las respuestas de tus clientes ante tus estímulos, a través de las ventas o visitas, etc. La tecnología moderna juega un papel importantísimo en el desarrollo del marketing moderno.

En general, cuanto más dirigidas tus sugerencias hipnóticas, menos distancia tienen que viajar para alcanzar el subconsciente, lo que significa que serán persuadidos más rápidamente.

Cuando estimulas la imaginación de tus prospectos, se trasladan a un estado de fluir o estado de zona libre de filtros conscientes. Es similar a cuando estás totalmente concentrado en una tarea o una película y no prestas atención a nada más... conscientemente. La realidad, es que todo lo que pase en ese instante, está siendo registrado por el subconsciente y si se trata de una sugerencia de compra, tendrá un efecto estadístico irremediable sobre los comportamientos de compra de las personas. Piensa en ello.