PSICOLOGÍA DE LA DECISIÓN

Y EMOCIONES

¿YPorquéNO? AGENCIA

La Gente NO Compra con Lógica

AUNQUE JUREN QUE SÍ



SE DECIDE CON EMOCIÓN → **SE JUSTIFICA CON LÓGICA** → **TU MENTE EVITA EL DOLOR Y BUSCA ALIVIO RÁPIDO**

SI TU MENSAJE NO TOCA EMOCIONES, TE VUELVES UNO MÁS

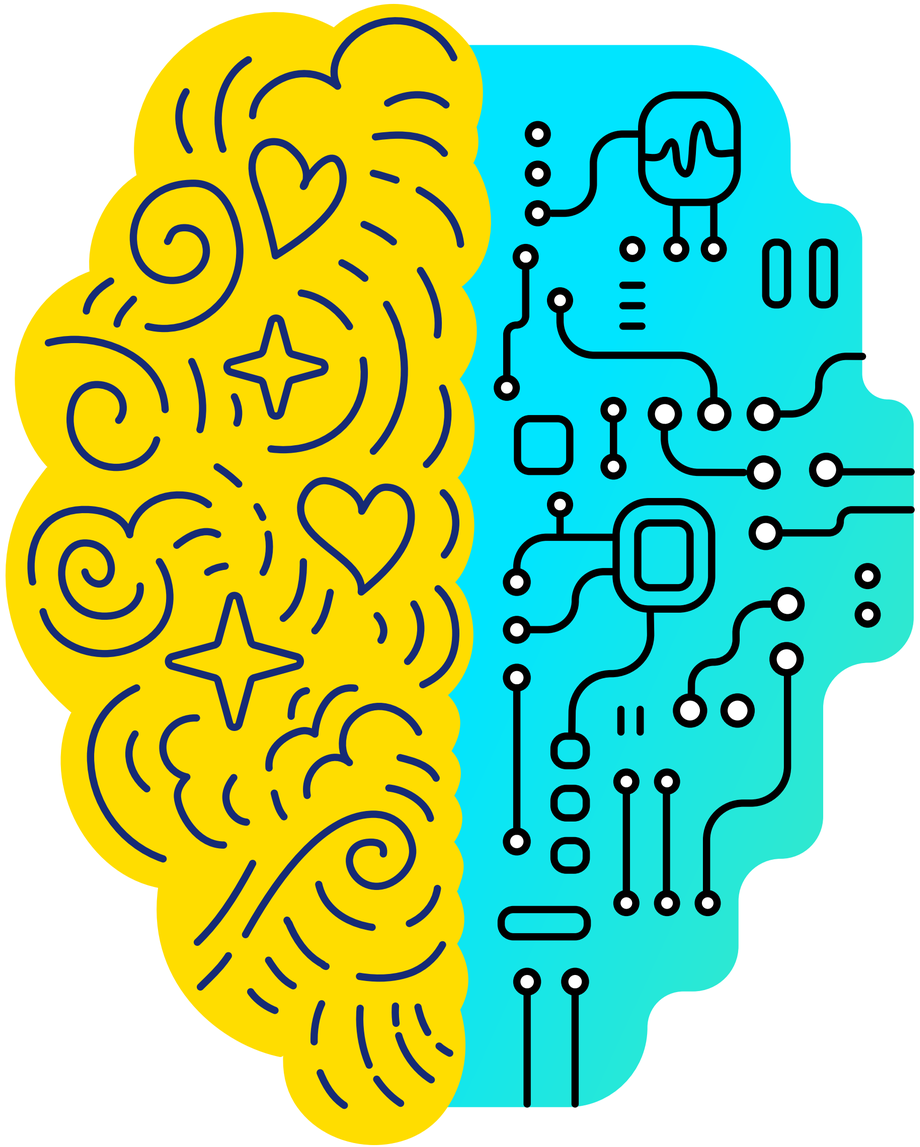
SENTIR PRIMERO.



PENSAR DESPUÉS.

“LAS PERSONAS NO COMPRAN PRODUCTOS, COMPRAN CÓMO QUIEREN SENTIRSE.”

EMOCIÓN

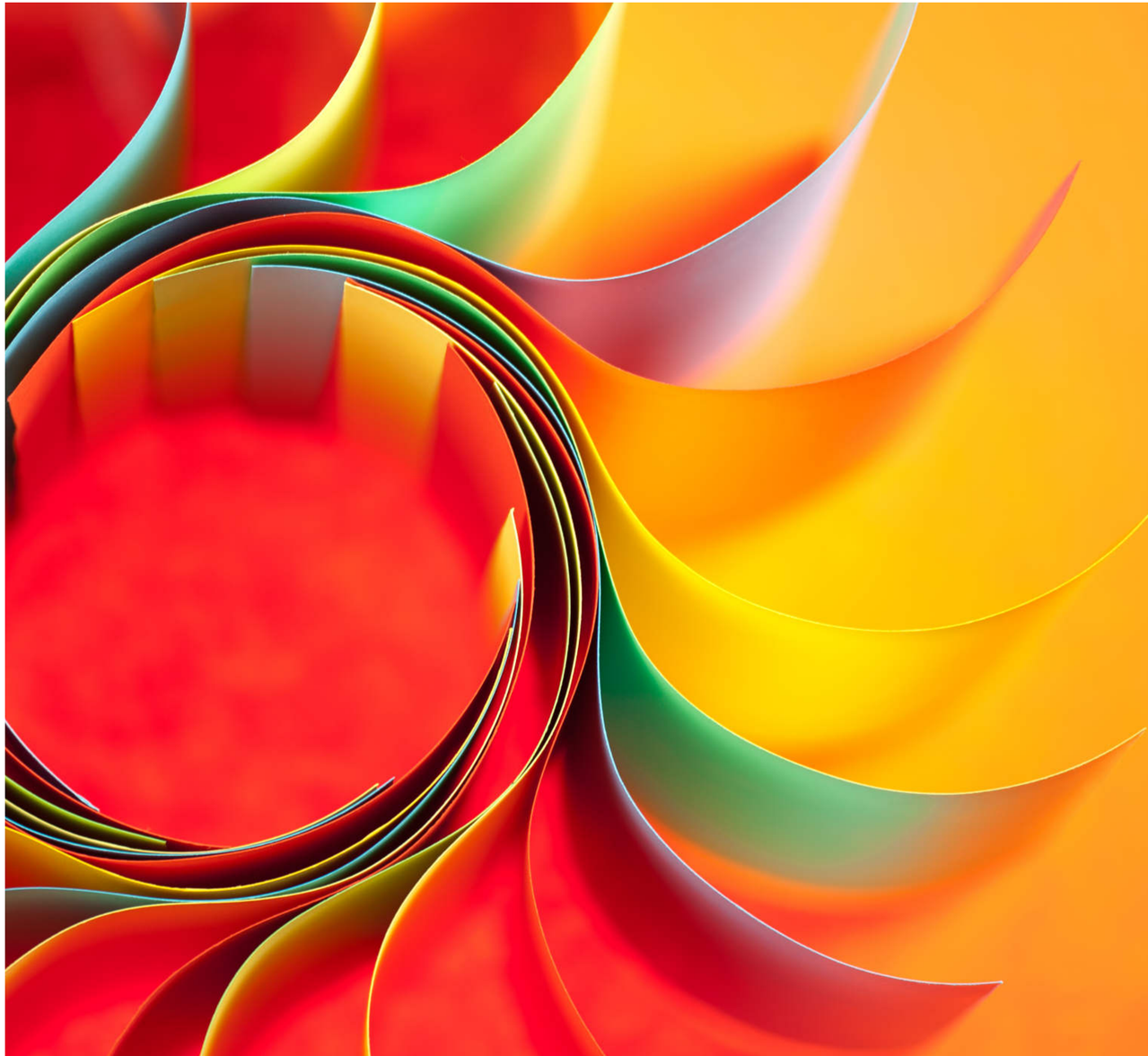


LÓGICA

EMOCIÓN + HISTORIA = ATENCIÓN







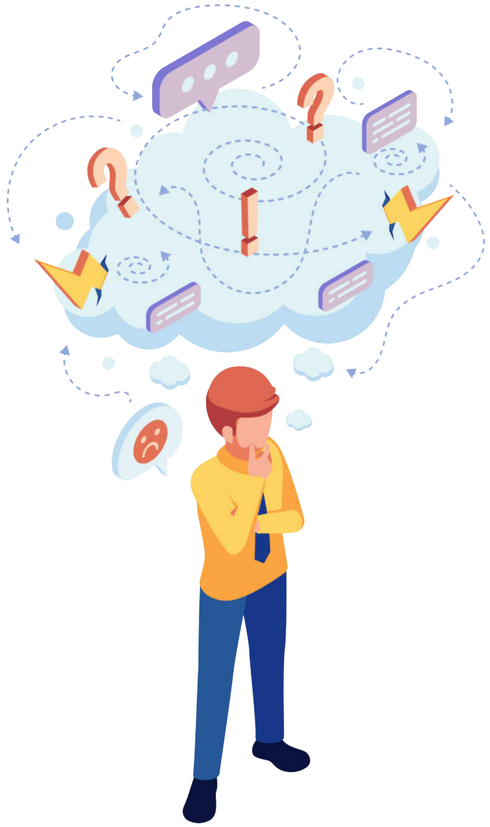


NUESTRO CEREBRO

ESTÁ CABLEADO PARA LAS HISTORIAS, NO PARA LOS DISCURSOS

UNA MINI-HISTORIA

VENCE A UN LISTADO DE BENEFICIOS



Tragedia: Antes de trabajar contigo...



Victoria: Después de trabajar contigo...

“Si el cliente no se ve en la historia, no se ve comprando.”


LAS PERSONAS
RESPONDEN MÁS CUANDO
SIENTEN QUE EL MENSAJE
ES PARA ELLAS.
MENSAJE GENÉRICO = RESPUESTA GENÉRICA (O NINGUNA)

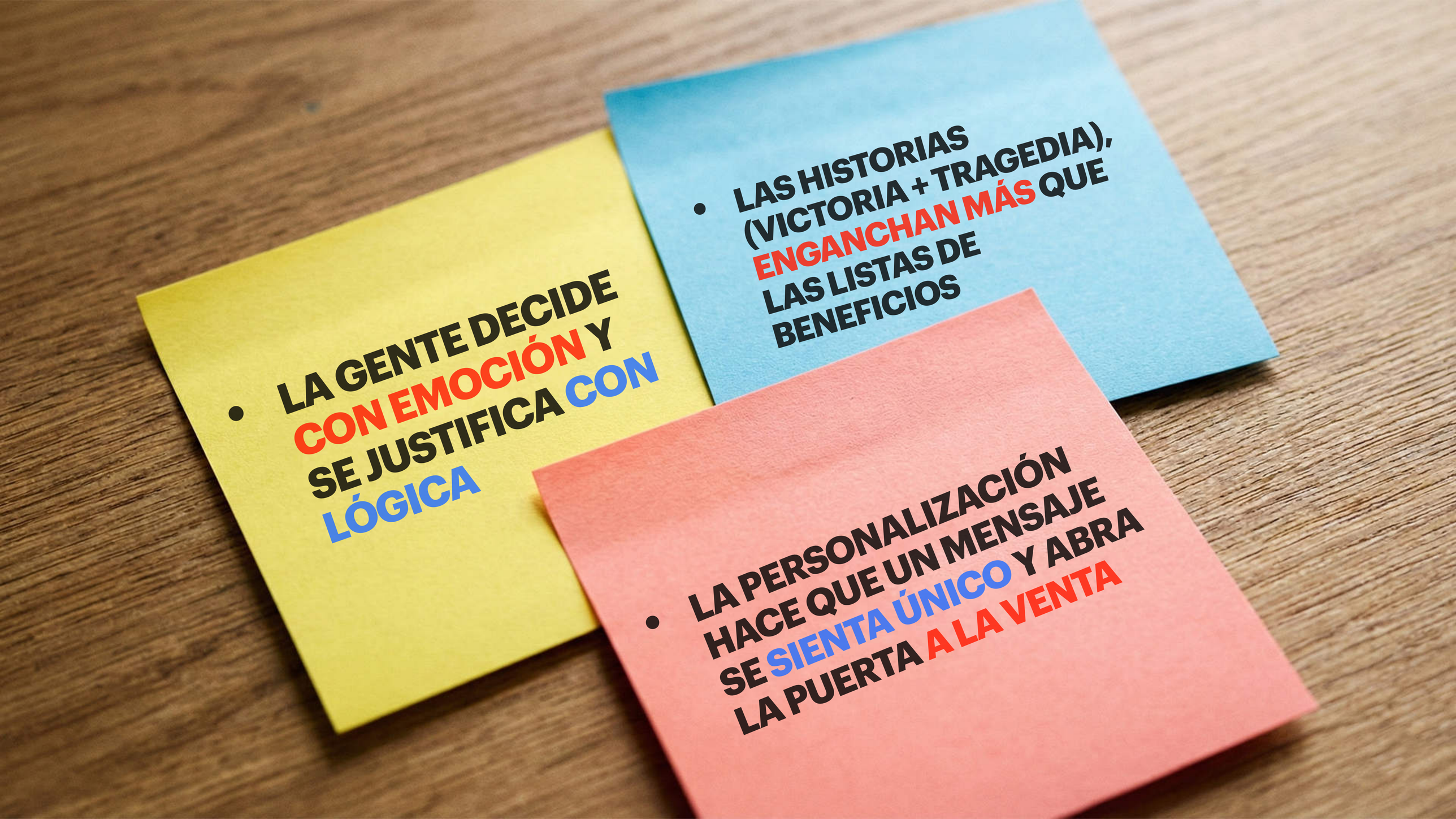
USAR SU NOMBRE, SU CONTEXTO Y SUS PALABRAS AUMENTA LA CONEXIÓN.

ANTES

- Hola, ¿en qué puedo ayudarle? ❌
- Gracias por escribirnos. ❌

DESPUÉS

- Hola, Ana, vi que buscas ____ para ___. Cuéntame ¿en qué etapa vas?” ✅
- Hola, Miguel, tu mensaje es muy importante para nosotros, te contactaremos pronto. ✅


• LA GENTE DECIDE CON EMOCIÓN Y SE JUSTIFICA CON LÓGICA
• LAS HISTORIAS (VICTORIA + TRAGEDIA), ENGANCHAN MÁS QUE LAS LISTAS DE BENEFICIOS
• LA PERSONALIZACIÓN HACE QUE UN MENSAJE SE SIENTA ÚNICO Y ABRA LA PUERTA A LA VENTA


EJERCICIO
RÁPIDO
RETENCIÓN

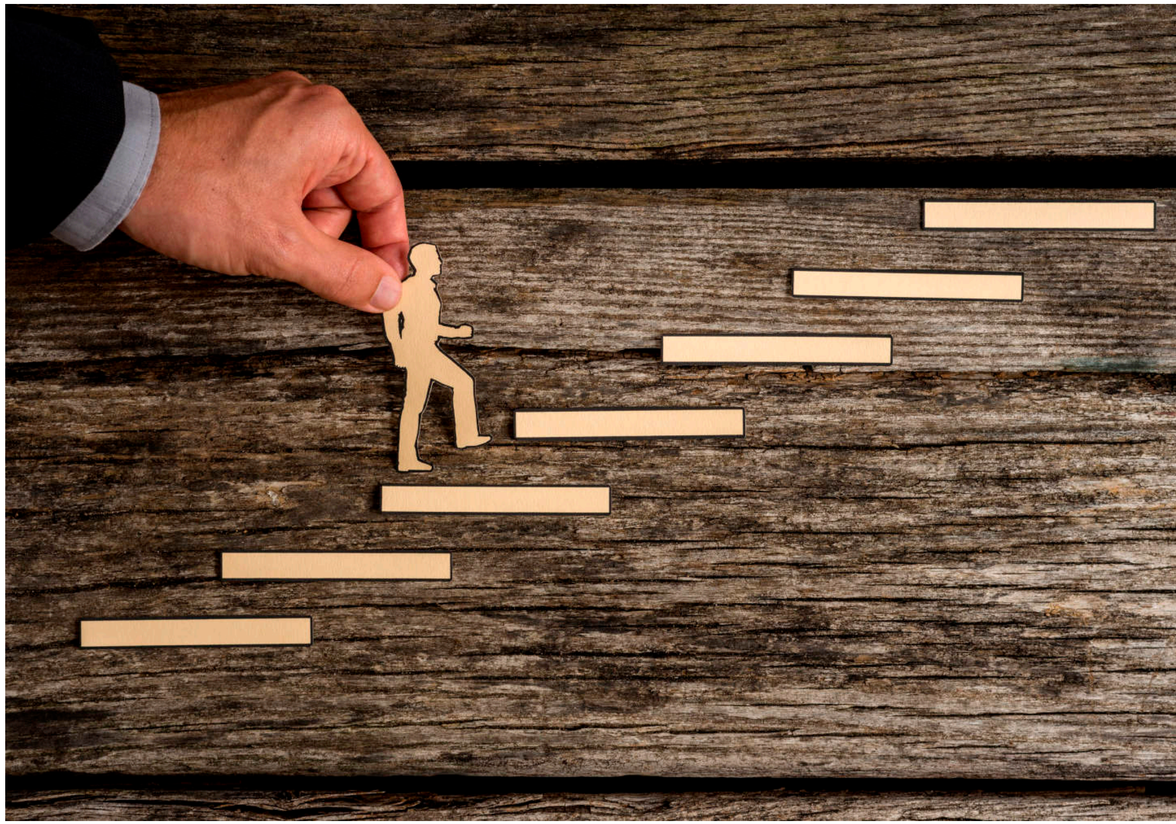
1. **ESCRIBE UN MENSAJE TÍPICO QUE MANDAS HOY A UN CLIENTE NUEVO**
2. **REESCRÍBELO:**

- Añade emoción.
- Incluye una mini-historia.
- Personaliza para una persona específica.

COMPARTIMOS 2-3 EJEMPLOS EN VOZ ALTA, Y LOS CORREGIMOS JUNTOS.

Los 7 Elementos de una Buena Historia

STORYBRAND



¿QUÉ COMPONE EL STORYBRAND?

7 ELEMENTOS

1. Un **Personaje**
2. Tiene un **Problema**
3. Y se encuentra con un **Guía**
4. Que le da un **Plan**
5. Y lo llama a la **Acción**
6. Para ayudarle a evitar el **Fracaso**
7. Y llevarlo al **Éxito**

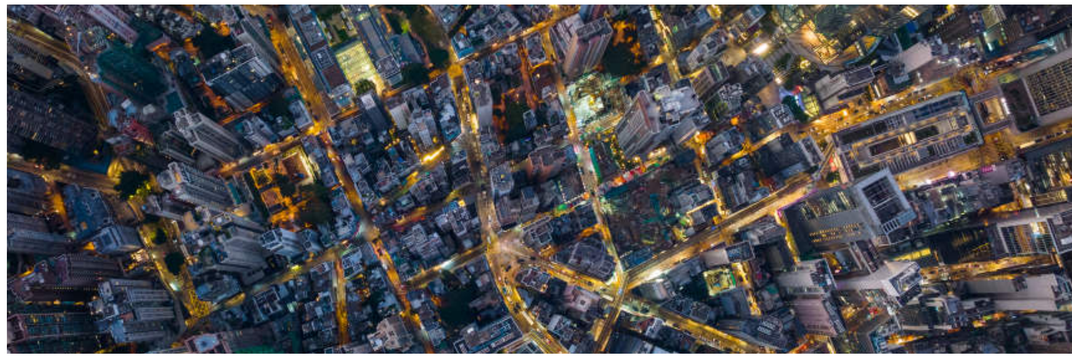
EL HÉROE ES TU CLIENTE. TÚ ERES EL GUÍA.

LOS 3 NIVELES DE PROBLEMA

QUE TIENES QUE DETECTAR

1. **Externo –** Lo que se ve
2. **Interno –** Cómo le hace sentir
3. **Filosófico –** Lo que “no debería pasar”

“SI SÓLO HABLAS DEL PROBLEMA EXTERNO, TE QUEDAS CORTO.”









¿CÓMO SE VE STORYBRAND EN UN MENSAJE REAL?

ANTES ❌

(YO-CENTRISTA)

“Buenos días, somo una agencia con 10 años de experiencia, hacemos páginas web, campañas y automatizaciones...”

DESPUÉS ✅

(CLIENTE CÓMO HÉROE)

“Hola, Ana. Me contaste que te frustra que te escriban por redes y no puedas dar seguimiento. Te quiero proponer un plan en 3 pasos para que dejes de perder esos clientes.”

PLANTILLA DE STORYBRAND PARA MENSAJES

1. **Reconoce al personaje:** “Hola, [nombre]...” 👤
2. **Nombra el problema:** “Me comentaste que lo que más te preocupa es...” ⚠️
3. **Preséntate cómo guía:** “Me comentaste que lo que más te preocupa es...” 🧭
4. **Da un plan simple:** “Lo hacemos en 3 pasos...” 🎯
5. **Llama a la acción:** “Si te parece, empezamos con...” 📣

CONVIERTE TU **MENSAJE EN HISTORIA**

1. **ESCRIBE UN MENSAJE QUE USAS HOY PARA PRESENTAR TU SERVICIO.**
2. **REESCRÍBELO USANDO LA PLANTILLA:**
   - **PERSONAJE (CLIENTE)**
   - **PROBLEMA (EXTERNO + INTERNO)**
   - **TÚ CÓMO GUÍA**
   - **PLAN SIMPLE**
   - **LLAMADO A LA ACCIÓN**

COMPARTE TU VERSIÓN NUEVA CON EL GRUPO (O EL CHAT), Y VEMOS EJEMPLOS EN VIVO

Estructura de Conversación Ganadora por WhatsApp

LA ESTRUCTURA COMPLETA EN 8 PASOS



ESTRUCTURA DE

LA CONVERSACIÓN QUE VENDE (EN 8 PASOS)

- Preséntate y pregunta el nombre 👋
- Audio corto para humanizar 🎤
- Mini-historia (victoria + tragedia) 📖
- Pregunta el diagnóstico ❓
- Reflejo y empatía ❤️
- Imágenes / videos de tu trabajo 📸
- Propuesta con opciones 💡
- Cierre + Siguiente paso (seguimiento) ✅

PREGUNTAR
ANTES DE VENDER



- No puedes encantar a nadie si no sabes qué busca
- Tus preguntas revelan:
  - Problema
  - Urgencia
  - Etapa de compra
- Preguntar = empatía + estrategia

PRIMERO LO ENTIENDES. LUEGO RECOMIENDAS.

ETAPAS DE COMPRA:
NO TODOS ESTÁN LISTOS HOY

- **EXPLORANDO:** “SOLO ESTOY VIENDO OPCIONES.”
- **COMPARANDO:** “YA PEDÍ VARIAS COTIZACIONES.”
- **LISTO PARA COMPRAR:** “QUIERO HACERLO, SÓLO NECESITO DECIDIR CON QUIÉN.”

LA FORMA DE HABLAR CAMBIA SEGÚN LA ETAPA

EJEMPLO: CONVERSACIÓN CON ESTRUCTURA

Tú: Hola, [Nombre], soy [tu nombre]. Un gusto saludarte 😊

Tú:  (Presentación breve y tono cálido)

Tú: Muchos clientes llegan porque [tragedia breve]

Lo bueno es que hemos logrado [victoria breve].

Tú: Para entender mejor tu caso, cuéntame:

– ¿Qué es lo que más te urge resolver ahorita?

– ¿Para cuándo te gustaría tener esto resuelto?

Cliente: [Responde]

Tú: Entonces, si te entiendo bien, lo que más te preocupa es...

Tú: Mira, te comparto unas fotos/videos de trabajos similares 👉 **[imagenes]**

Tú: Con lo que me cuentas, te propongo 2 opciones... (el resto lo explicas tú)

EJERCICIO:

DISEÑA TU PROPIA CONVERSACIÓN

1. **ELIGE UN SERVICIO O PRODUCTO QUE VENDAS**
2. **ESCRIBE 1 MENSAJE PARA CADA UNO DE ESTOS PASOS:**
    - PRESENTACIÓN + NOMBRE
    - MINI HISTORIA (VICTORIA + TRAGEDIA)
    - 3 PREGUNTAS DE DIAGNÓSTICO
    - REFLEJO Y EMPATÍA
    - TEXTO QUE USARÍAS PARA ACOMPAÑAR IMÁGENES/VIDEOS
3. **GUARDA ESTA SECUENCIA: SERÁ TU PLANTILLA BASE**

LUEGO PODRÁS ADAPTARLA A DIFERENTES TIPOS DE CLIENTES

Voz, Texto, Emojis, Imágenes y Video

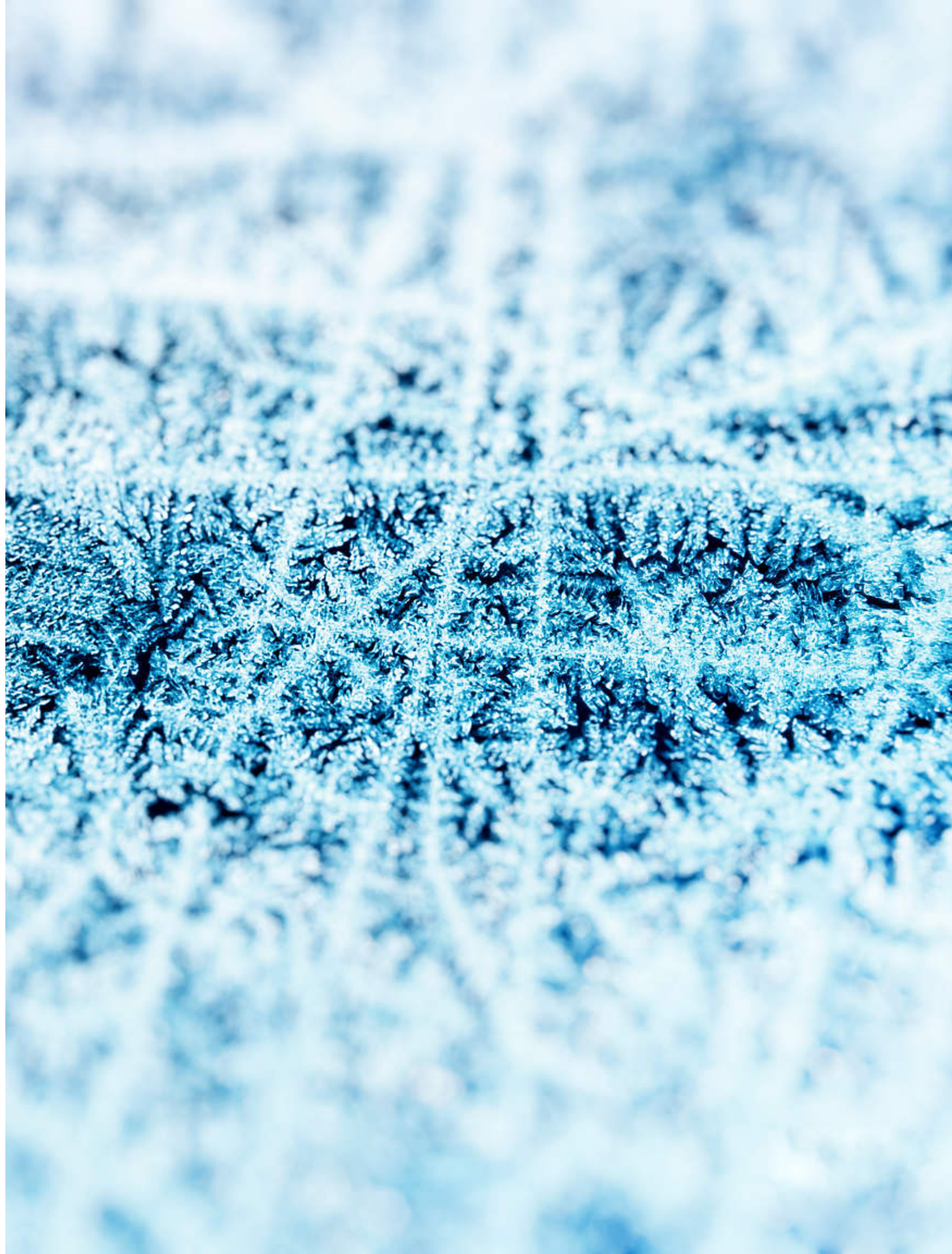
EL PROBLEMA DEL TEXTO PLANO



EL TEXTO PLANO SUENA MÁS FRÍO DE LO QUE CREES

- La gente lee los mensajes con su **propio** tono, no con el tuyo
- Si no muestras emoción, el cerebro asume **frialdad o indiferencia**
- Por WhatsApp, debes **exagerar la calidez** para que se sienta normal.

Si tú lo sientes “neutral”, ellos lo sienten “frío”.



LOS AUDIOS BIEN USADOS

VENDEN MÁS RÁPIDO

- Audio inicial corto (10-20 segundos)
  = confianza **inmediata**
- Sirve para:
  - Que escuchen tu tono
  - Humanizar la conversación
- No mandes “podcasts”: mantén los audios **breves y claros**

“1 audio corto al inicio puede valer más que 10 mensajes perfectos.”



EMOJIS, SIGNOS Y FORMATO
(SIN VERTE INFANTIL)

- Emojis = tono, **no decoración**
- Signos y saltos de línea: hacen el mensaje **más legible**
- Evita exceso: no quieres sonar infantil ni desesperado

“Ok, te mando info luego”

FRÍO:

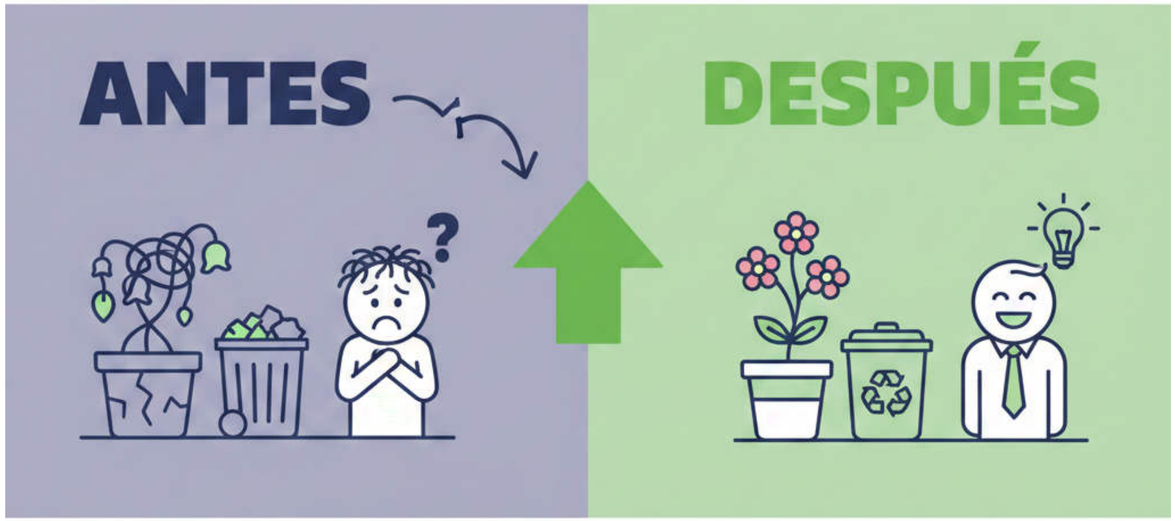
“Perfecto, Ana 😊
Te mando la información en un momento, y si algo no queda claro me preguntas con confianza”

MEJOR:

LO QUE EL CLIENTE VE, LO CREE MÁS

- Fotos y videos dan **prueba visual** de lo que prometes
- Enviar casos similares al del prospecto aumenta confianza
- Siempre acompaña la imagen con texto, no la mandes sola

“Te comparto un antes/después de un cliente que estaba en algo muy parecido a lo tuyo 👇”



LA COMBINACIÓN GANADORA:

TEXTO + AUDIO+ IMAGEN

LA COMBINACIÓN GANADORA:

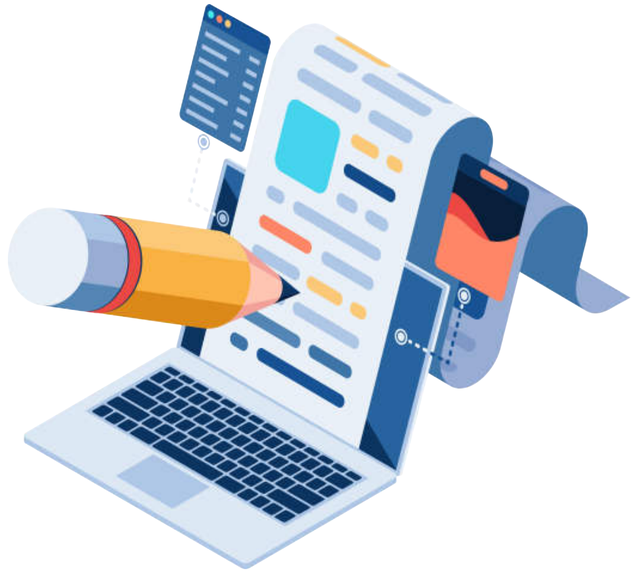
1. **Texto:** Presentación + nombre
2. **Audio:** Tono cálido + empatía + siguiente paso
3. **Texto:** Preguntas de diagnóstico
4. **Imagen / Video:** Caso similar + explicación breve
5. **Texto / Audio:** Propuesta y cierre

No se trata de usar todo siempre, sino de usarlo en el momento correcto.

EJERCICIO:
CREA TU SECUENCIA COMPLETA

PARA UN SERVICIO O PRODUCTO TUYO, DISEÑA:

1. Texto de presentación + pregunta de nombre
2. Guión de audio inicial (máximo 20 segundos)
3. 3 preguntas de diagnóstico por texto
4. 1 mensaje para enviar imágenes / videos (qué dirías al acompañarlas)
5. 1 mensaje de propuesta y cierre



ESTA SERÁ TU “PLANTILLA MAESTRA’ PARA FUTURAS CONVERSACIONES

“Las Cotizaciones No Se Envían, Se Presentan”

EL ERROR DE MANDAR EL PDF Y REZAR

