

Clientes Difíciles



Margot Vargas

**NEUROCIENCIA
APLICADA A LOS
NEGOCIOS
INMOBILIARIOS**

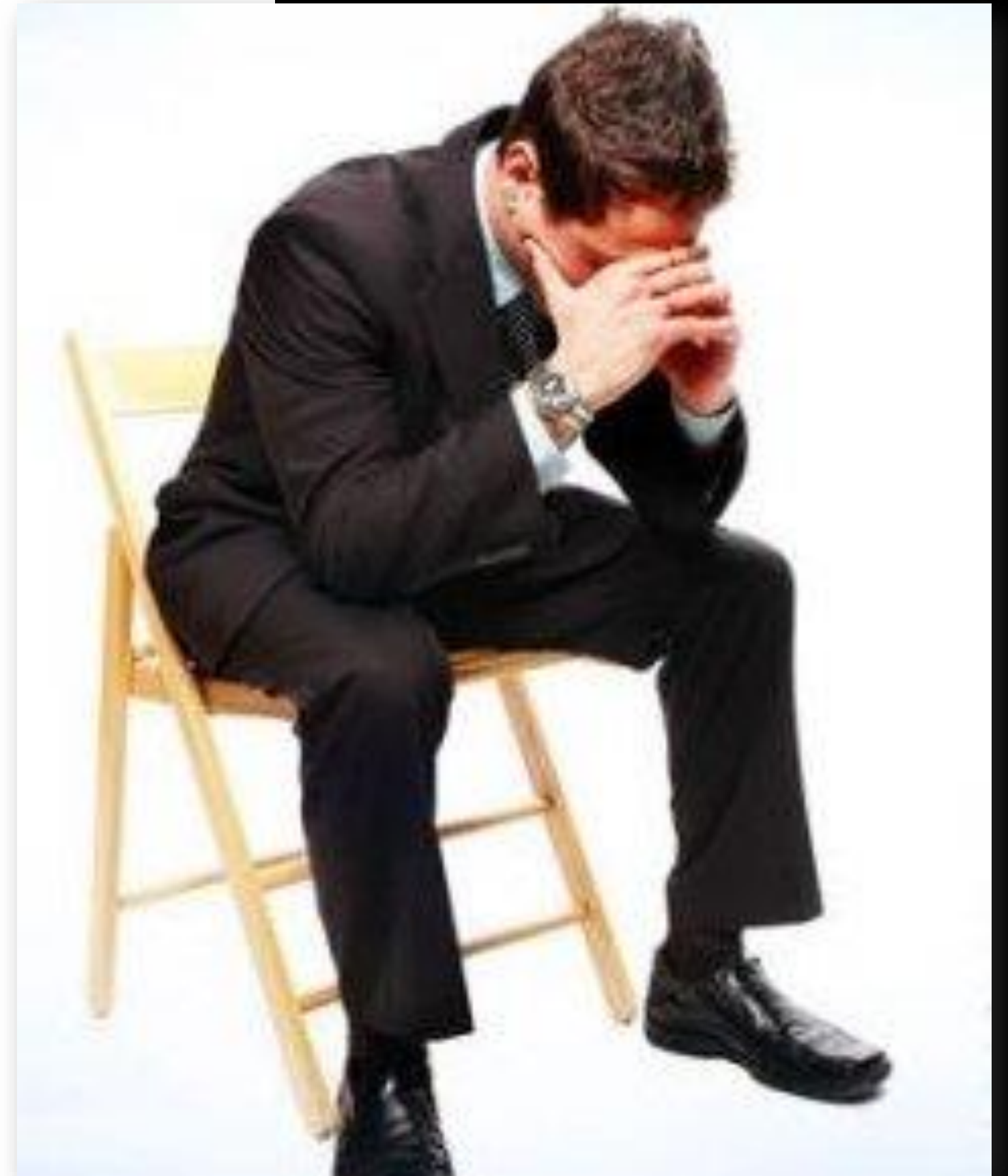
**Vender en tiempos difíciles...
parece mision imposible.**

Pero en tiempos de crisis, mientras unos
lloran, otros, vendemos pañuelos.



En tiempos de crisis, las personas compran sólo lo estrictamente necesario.

El vendedor exitoso comprende cómo funciona el cerebro de los consumidores y conduce el proceso neuronal de la venta, ayudando al cliente a reconocer, tanto sus necesidades subconscientes, como el alto coste de no permitirse adquirir sus productos o servicios



Términos como psicología de las ventas y psicología de la publicidad se manejan hace más de 50 años. .

Las ciencias de la conducta, y particularmente la neurociencia moderna, nos proporcionan valiosas herramientas que nos permiten descifrar la mente del cliente, sus hábitos de consumo y sus motivaciones subconscientes de toma de decisiones de compra.



A todos nos gusta pensar que hay buenas razones para hacer lo que hacemos. Los investigadores han demostrado que la mente consciente no manda en nuestras decisiones, es nuestro subconsciente quien impulsa nuestras elecciones.





Los clientes difíciles, los son, porque siguen pensando que tienen razón, y sostienen una lucha interna encarnizada por hacer que sus decisiones subconscientes parezcan inteligentes.

Hay 9 personalidades arquetípicas que perciben la vida de 9 formas diferentes.

Por eso no es lo mismo venderle a un cliente difícil *tirado al drama* que a un cliente difícil *sabelotodo*, por ejemplo.



Adquirir un inmueble tiene un significado simbólico particular para cada uno de ellos.

Veamos cada una de las personalidades arquetípicas comprando una casa.



Perfeccionista

Lo más importante al momento de comprar una casa es buscar una casa sólida, bien construida, que cumpla las necesidades de la familia y que nos ofrezca una buena relación precio calidad.





Sin duda la relación precio calidad ha de ser importante, pero más aún lo es que sea una casa que quede cerca de las personas que me necesitan, con una hermosa cocina y una amplia sala de estar, de manera que pueda recibir a mis seres queridos y atenderlos con cariño y comodidad.

Servicial

Exitoso



Para mí lo más importante es que la casa donde viva se encuentre en un excelente barrio, en el cuál pueda codearme con personas de nivel, preferentemente relacionadas con mi trabajo, un lugar de status, bien decorada según los dictámenes de la moda.

Me gustaría que la casa donde viva quede cerca de la naturaleza, donde pueda observar el cielo estrellado y tener contacto con las hadas del bosque que la rodean, solo en esa tranquilidad puedo conectarme realmente conmigo mismo. Pero si eso no es posible, entonces me gustaría una casa en un barrio antiguo, lleno de estilo, es increíble lo hermoso que pueden quedar esos lugares si se tiene buen gusto para renovarlos, las casas modernas no tienen el garbo de antaño.



Artista

Autista



¿Para qué comprar una casa? Donde estoy, estoy bien. No necesito muchas cosas, mi computador y mis libros son mi refugio.

Indeciso



A mí me gustaría una casa de estilo tradicional, con gruesos muros, muy importante es que quede en un lugar seguro, cerca de mi iglesia y de un buen hospital y que sobre todo, cuente con un excelente sistema de alarma conectado directamente con la policía.

Divertido

Es muy difícil escoger una casa, las necesidades son tan cambiantes y hay tanta oferta, lo ideal sería tener varias: una en la montaña, otra en el campo, una en la playa, un hermoso departamento cerca de algún lugar lleno de vida nocturna.



Me gustan las construcciones sólidas y fuertes, pero sobre todo me gusta influir en el lugar donde vivo, prefiero ser cabeza de ratón que cola de león, y que quienes me rodean tengan claro que soy yo quien manda.

Líder



La verdad no es tan importante el lugar donde yo viva, que escojan los otros, a mí lo que realmente me interesa es que vivamos en armonía y que estemos felices. Los cambios no me agradan, pero si mi familia decide adquirir una vivienda nueva, yo feliz me abocaré a trabajar en la mudanza.

Pacificador



Las Neuroventas se encargan de descifrar la mente del cliente, anticiparse a sus necesidades sensoriales y resolver las objeciones del proceso mental de la venta.

En éste curso aprendes:

Lo que significa la compra de un inmueble para cada una de las nueve personalidades arquetípicas de los clientes.

A anticiparte a las necesidades sensoriales (emocionales) del cliente para saber cómo llevarlo del dolor al placer.

A conocer y controlar el proceso subconsciente de toma de decisiones de compra para cerrar tratos exitosos.





GROW YOUR BUSINESS WITH US.

WWW.ENBOGA.EDU.MX

www.enboga.edu.mx

Joaquín Fernández de Lizardi 400

C.P. 50150, Toluca

Estado de México.

(55) 74000945

Unilabdigital.edu@gmail.com

