

Vender o ser olvidado

Domina los instintos **que disparan el “sí”**.
Vende con química, no con catalogo.

Módulo 1



Deivid



Página intencionadamente en blanco

SABER VENDER NO ES UNA OPCIÓN, ES UNA HABILIDAD DE VIDA.

SI NO SABES VENDER, NO LIGAS. ASÍ DE CRUDO.

Imagina que entras en una fiesta y ves a la persona que te hace dudar hasta de tu propio nombre. Si en los próximos 30 segundos no consigues que su cerebro reptiliano diga «este tipo mola», estás fuera del juego. Ni tarjeta de visita, ni presupuesto, ni Tinder: bye-bye.

Porque la venta —llámala seducción, persuasión o como quieras— empieza mucho antes de que sueltes el primer chiste. Arranca en la corteza visual cuando percibe tu postura, se enciende en el límbico cuando detecta tu energía y decide en el reptiliano si eres recompensa o desperdicio de tiempo. Eso es neurociencia pura, sin bata blanca ni laboratorio: biología en estado salvaje.

¿Suenas drástico? Perfecto, así no lo olvidarás. La misma química que te ayuda a cerrar un contrato hace que tu crush acepte un café. La dopamina anticipa placer («esto promete»), la serotonina afloja la guardia («me siento cómodo con esta persona») y, si juegas bien tus cartas, aparece la oxitocina disfrazada de confianza. No necesitas recitar neurotransmisores en voz alta; basta con saber que existen y que, quieras o no, trabajan a tu favor... o en tu contra.

Aquí no venimos a tomar apuntes, venimos a afilar instintos. En las siguientes páginas aprenderás a ponerle correa a ese trío de cerebros para que salten cuando tú digas, ya sea delante de un lead o del que puede ser la madre o padre de tus hijos. Porque vender —repítelo— no es una profesión: es supervivencia social en un mundo donde la IA te puede ayudar, y te enseñaré cómo, pero no puede clonar tu capacidad de tocar la fibra del cliente.

¿Listo para dejar de jugar en modo amateur?

Si sigues repitiendo fórmulas de abuela, mejor pon tu negocio en modo avión. **Deja de vender con un guión aburrido de call center y dispara a estos tres cerebros YA** porque tu discurso actual es como ligar con un **PowerPoint**: aburrido, predecible y sin orgasmo final.

¿POR QUÉ YA NO SIRVE VENDER COMO ANTES?.

Estamos rodeados de **productos genéricos**. No porque lo que ofrezcamos no tenga valor, sino porque hay **tantos servicios parecidos** que el cliente ya no distingue uno de otro.

Da igual si vendes diseño web, asesoría financiera o clases de yoga online: **el mercado está saturado de clones que suenan igual, se ven igual y prometen lo mismo**. Aunque realmente seas distinto, **la batalla es conseguir que te crean**. Y si el cerebro no encuentra un estímulo claro, una emoción distinta o una sensación de seguridad, ¿sabes con quién se queda? **Con el más barato**.

Y eso no es negocio, es un suicidio lento.

Deja de usar el síndrome del coche clonado.

¿Te has fijado en los SUV de hoy? Todos llevan la misma paleta de grises, la misma parrilla agresiva y un logotipo cromado que, a más de tres metros, parece copiado y pegado. Si necesitas acercarte hasta que tu nariz roce el capó para adivinar la marca, adivina qué: el fabricante ha perdido la batalla de la diferenciación.

Y si le pasa a la industria del motor —donde se gastan millones en diseño—, **imagina al resto**.

Tu propuesta puede ser brillante, pero si no destaca visualmente ni emocionalmente en los primeros segundos, **eres ruido blanco en un mercado sordo**.

La clave está en que tú no vendes café ni cafeína, vendes la primera victoria del día.

Imagina que tienes un negocio de cápsulas de café "100 % arábica". Pues bienvenido al estante abarrotado de cafés premium que al cliente le parecen clones. Pero si te diriges al autónomo zombie que necesita cinco minutos de silencio antes de que empiece la avalancha de emails, tu café deja de ser polvo tostado y se convierte en **"el botón de reinicio del cerebro"**. No comercializas granos; entregas el primer triunfo del día: esos 300 segundos donde el autónomo zombie se convierte en dueño de su tiempo.

Y para eso, para diferenciarte, tienes dos opciones: La Neurociencia o la extinción

El cerebro es un juez impaciente: **en 300 milisegundos** etiqueta tu propuesta como "vital", "irrelevante" o "más de lo mismo".

Si tu mensaje no activa al menos uno de sus tres pilares —**placer inmediato, seguridad irracional o estatus visible**—, tu propuesta se esfuma como un anuncio de YouTube antes del "saltar".

¿Cómo activar estos interruptores? No es magia: es **empaquetar tu propuesta en una historia que el cerebro reptiliano entienda como supervivencia**.

No grites más. Golpea donde todos acarician.

Para todo necesitas saber vender.

Ni siquiera hace falta que vendas un producto. ¿Buscas trabajo? Tu CV compite contra 278 PDFs que usan las mismas 7 palabras y la misma foto de traje en Wall Street, llenos de la misma sopa de adjetivos: «proactivo», «orientado a resultados», «trabajo en equipo». Commodity puro. El reclutador —otro cerebro reptiliano con prisas— solo se detendrá si algo le enciende la bombilla en los primeros cinco segundos.

En resumen: si tu perfil no destella, tu candidatura se pierde en el scroll infinito.

No sólo es saber vender, es no caer en la trampa de no dar nada.

El cerebro humano está cableado para la reciprocidad. Quien ofrece valor antes de pedir algo dispara una deuda emocional: *"me han dado, debo corresponder"*.

Es como ese heladero que te da una cucharita con un sabor que no pediste. **No necesitabas el extra**, pero ahora te sientes obligado a corresponder.

Por eso el vendedor ganador es el que regala una muestra, un consejo o un diagnóstico exprés que deje al prospecto pensando *"¿y si todo lo que tiene es así de bueno?"*. El que se guarda todo "para cuando me paguen" acaba compitiendo por precio con los genéricos.

¿QUIERES SER EL SUV GRIS O EL CAFÉ QUE REPROGRAMA EL DÍA?

Si no le enseñas rápido a la mente por qué eres distinto, pasas al estante de lo barato. Y ahí siempre habrá alguien con menos vergüenza que tú para bajar un céntimo más.

En las siguientes páginas te voy a enseñar cómo hackear ese instinto...

...o a mirar desde abajo cómo otros venden mientras tú descuentas hasta desaparecer.

DEJA DE MENDIGAR ATENCIÓN, PROVOCA REACCIONES QUÍMICAS.

Deja de mendigar miradas como un perfil de LinkedIn desesperado. Clava un relato que active neuronas, no sonrisas falsas, y verás cómo el cerebro reptiliano se rinde sin negociar.

Tu mensaje ahora suena a Chat GPT entrenado con manuales de ventas de los 90: predecible, mecánico y con la pasión de un código de barras. Y si eso es lo que percibe tu cliente, prepárate para entrar en el cajón de "otro más del montón".

Para que veas el poder de esto, viajemos al negocio menos sexy del planeta: servicios funerarios. Nadie quiere comprarlos. Pero aun así se venden. ¿Cómo? No venden muerte. Venden **control en el caos**. Venden la paz mental de saber que el día más difícil de tu vida está planificado al milímetro.

El truco no está en decir "planificación funeraria", sino en hablarle al instinto: "Guía para el día en que el cerebro no podrá tomar decisiones."

Ahí es donde el reptil escucha. Y si esto funciona con ataúdes, **imagina lo que puede hacer con tu software, tu asesoría o tu clínica dental.**

Pero seamos claros: la técnica por sí sola no te salva. Es la llave maestra, sí, pero sólo abre si tú estás listo para entrar. Si tu mente repite "soy un impostor", tu voz va a sonar como cuando alguien vende algo que ni él compraría..

Pero si crees de verdad que lo que ofreces es el parche de urgencia que el cliente necesita, **hasta tu silencio va a sonar con autoridad.**

Tu precio no es solo un número: es un termómetro de cuánto crees que vales. Y si tiemblas al decirlo, el cliente también sentirá el escalofrío.

¿Naciste con esto? No, lo repetiste hasta sangrar.

Dejemos claro el mito del «vendedor nato».

Nacemos con diferentes grados de sociabilidad, vale, pero eso sólo es el 20%. El 30% es el manual que usas de mentores, de libros y de equivocarte hasta odiarte. Y el 50% es sudor. Son las 3 AM practicando lo que vas a decir mañana. Esos "ahora no" que conviertes en "cuándo firmamos".

Vender se parece más a entrenar el cerebro para no temblar que a recitar frases de un guión. Y como todo músculo, o lo trabajas... o se atrofia.



Lo que debes buscar no es sonar "perfecto", es que el cliente crea que **él tomó la decisión**. Y en parte, lo hizo. Pero fuiste tú quien diseñó la experiencia para que la tomara.

Moraleja: **domina el idioma cerebral, refuerza tu cabeza, y repite hasta que tu mensaje suene como si naciera solo**. Sólo así sentirán que confiar en ti fue lógico. Y en parte, lo será.

En el próximo capítulo no habrá anestesia: te enseñaré a diseccionar los tres cerebros como un neurocirujano con prisa. **Trae bisturí**.

¿CÓMO FUNCIONA LA MENTE? LOS TRES CEREBROS.

Si no dominas esta locura de tres en uno, estás vendiendo con los ojos vendados.

Olvida el diván de Freud: tu cabeza es una junta directiva con tres voces que se pisan los talones. Conocerlas es medio camino andado para vender lo que sea, desde un seguro dental hasta un retiro espiritual.

ADVERTENCIA: Esto no es una clase de anatomía

El cerebro real es una red de 86.000 millones de neuronas enloquecidas, con más capas que una cebolla. Pero para **vender como un francotirador emocional**, vamos a simplificar. Quédate con tres personajes que te van a acompañar en cada venta.

Piensa en ellos como los Beatles de la decisión: uno marca el ritmo, otro pone drama, y el último se asegura de que todo parezca lógico. **Esto es una simplificación útil, no un mapa exacto.** ¿Listo para hackear el sistema?

● Cerebro Reptiliano - El portero de discoteca

Es el jefe de seguridad. No razona, **reacciona**. Te mantiene vivo, te hace correr si hay peligro, comer si hay hambre, y comprar un coche de 50.000€ aunque solo lo uses para ir a por pan. No lo haces por comodidad: lo haces porque **el reptil quiere dominio y protección tribal**.

Este tipo decide si pasas o no al evento de "compra confirmada". Si no lo convences a él, el resto ni entra en escena.

¿Cómo piensa el reptil?

- **Es egocéntrico:** sólo le importa su propia seguridad y placer.
- **Es binario:** dolor vs. placer; peligro vs. protección.

- **Adora el contraste:** blanco o negro, antes o después, contigo o sin ti.
- **Busca lo familiar:** si le suena a nuevo, sospecha. Si le suena a suyo, escucha.
- **Recuerda el inicio y el final:** lo del medio... se lo come el olvido.
- **Graba emociones intensas como tatuajes cerebrales.**

● Cerebro Límbico. El narrador de telenovelas.

Aquí no hay lógica: **solo drama en 4K**. Este cerebro, propio de los mamíferos, vive de emociones fuertes: miedo, nostalgia, ternura, asco, euforia...

Es el que **convierte tu producto en un objeto de deseo** si le pinchas la fibra adecuada. Por eso pienso para perros se convierte en **"el alimento perfecto para Bobby"**, y por eso una alarma de casa se transforma en **"la tranquilidad de dormir sin revisar la cerradura tres veces"**.

● **Corteza (Neocórtex).** **Llega tarde, huele a café caro y necesita PowerPoints.**

Ama las listas, los Excel y las excusas elegantes. Solo interviene para racionalizar lo que el reptil ya decidió y el límbico ya sintió. No decide. **Justifica.**

Es el responsable de frases como «Me lo merezco» o «es inversión en calidad de vida».

No le intentes vender. **Dale datos bonitos, beneficios racionales y comparativas que suenen serias.**

Que sienta que la compra fue una elección lógica, aunque la decisión fuera visceral.

Spoiler: Este cerebro es el que llega tarde a la fiesta, pero escribe el comunicado oficial de compra.

La regla de oro:

Dispara al reptil: activa sus códigos .

Envenena al límbico: emocionalo para que deje huella, aunque sea miedo.

Distrae al neocórtex: dale los datos justos para que se crea el jefe.

Todo esto suena muy bien... hasta que lo ignoras y se te cae el castillo de naipes.

¿Por qué fracasan tantas startups "revolucionarias"? Porque le hablan al cerebro equivocado. Le sueltan al cliente un discurso de neocórtex: "Nuestra solución basada en tecnología blockchain optimiza la descentralización..."

Y el reptiliano, mientras tanto, **solo se pregunta una cosa:** "¿Y si me hackean?"

No hay emoción. No hay seguridad. No hay control. Resultado: **no hay venta.**

Puedes tener la mejor innovación del siglo, pero si el instinto no lo entiende, **te vas a la basura con todo.**

En el próximo módulo —y sin pretender ser Nobel de Medicina— vamos a desenterrar los **códigos reptilianos** que activan el "comprar ahora".

Trae pala. No bata de laboratorio.

CÓDIGOS REPTILIANOS Y EMOCIONALES. LAS CLAVES DEL DESEO.

Si no aprendes estos códigos, estás siendo un mal vendedor en estado puro: caro, inútil y prescindible. Basta de terapia, de palabras bonitas; aprieta el gatillo emocional o quédate fuera de la batalla.

Dicen que la emoción mata a la razón. Seamos claros: **el instinto se los merienda a los dos**. Ese pedazo de cerebro que compartimos con los lagartos decide antes de que el límbico suspire y mucho antes de que el neocórtex saque la calculadora.

Si quieres que el reptil abra la cartera, tienes que hablarle en su idioma: **códigos primarios**. No hay veinte mil; son pocos, pero poderosos:

- **Anarquía** - romper las reglas.
- **Felicidad** - sentir placer inmediato.
- **Control / Seguridad / Protección** - mantener a la tribu a salvo.
- **Dominación / Poder** - escalar en la jerarquía.
- **Reproducción / Atractivo** - perpetuar los genes.
- **Placer** - recompensa sensorial.
- **Trascendencia** - dejar huella.
- **Unión de tribu** - pertenecer, conectar.
- **Exploración / Movimiento** - descubrir lo nuevo.

Cómo se vende un código (y no un producto)

- **Coca-Cola** no vende refresco: vende **felicidad**.
- Una agencia de turismo vende **exploración**.
- Los hoteles de playa ofrecen **placer**; los de negocios, **control**.
- Una marca de lencería dispara **dominación** (y libido) con un trozo de encaje.
- Un seguro de hogar no es póliza: es **protección** de tu territorio.

¿Vendes software de gestión? No digas "automatiza procesos", di "recupera el **control** de tu empresa mientras duermes". ¿Zapatos? No son tacones de 10 cm, son "tu pase VIP a sentirte **imbatible** en la reunión de las 9". El código manda, la característica sólo justifica.

¿Cómo usar la IA para disparar códigos reptilianos?

La inteligencia artificial no es un atajo. Es un **acelerador** si sabes qué pedirle. Y lo que tienes que pedirle no son frases bonitas, sino **mensajes que golpeen el cerebro correcto**.

Aquí tienes la tabla que deberías tener pegada al monitor.

 CÓDIGO	 EJEMPLO DE MENSAJE	 PROMPT PARA CHATGPT
ANARQUÍA	"Rompe las reglas del marketing tradicional." (Consultoría)	"Actúa como un experto en neuroventas. Genera 3 frases para [producto] que rompan convenciones del sector, usando un tono desafiante."
FELICIDAD	"Empieza tu día con el aroma que te devuelve la sonrisa." (Café premium)	"Crea 5 frases para [producto] que vinculen su uso con momentos de alegría inmediata, evitando clichés."
CONTROL / SEGURIDAD	"Tu negocio estable, incluso cuando todo se tambalea." (Software financiero)	"Genera 4 propuestas de valor para [producto] que transmitan seguridad, control y estabilidad frente a riesgos."
DOMINACIÓN / PODER	"Herramientas para los que mandan." (CRM empresarial)	"Redacta 3 eslóganes para [producto] que posicionen al cliente como líder o referente en su industria."
REPRODUCCIÓN / ATRACTIVO	"Viste para atraer lo que te mereces." (Ropa profesional)	"Crea frases que conecten [producto] con atractivo social o profesional, sin sonar obvio ni cursi."
PLACER	"El spa que cabe en tu rutina." (Crema facial)	"Propón beneficios sensoriales de [producto] y conviértelos en argumentos de venta emocional."
TRASCENDENCIA	"Deja una huella imborrable en tu sector." (Marca personal / mentorías)	"Desarrolla 3 frases para [producto] que apelen a dejar legado, impacto o memoria en su entorno."

UNIÓN DE TRIBU	"Únete a los que están cambiando las reglas." (Comunidad)	<i>"Genera frases que posicionen [producto] como puerta de entrada a una comunidad exclusiva o movimiento social."</i>
EXPLORACIÓN / MOVIMIENTO	"Descubre lo que otros ni se atreven a mirar." (Formación avanzada)	<i>"Crea 4 analogías que relacionen el uso de [producto] con explorar nuevos territorios o romper rutinas."</i>

Los códigos reptilianos no son casillas aisladas. **Los mejores mensajes combinan 2 o incluso 3 códigos a la vez**, como un DJ que mezcla beats para que la pista no pare.

Ejemplo 1:

"Únete a los líderes que controlan el juego."

→ **Tribu + Dominación + Control**

Ejemplo 2:

"Descubre el placer de romper las reglas."

→ **Exploración + Anarquía + Placer**

Regla de oro:

- Empieza entrenando con 1 código (la tabla).
- Cuando lo domines, **combina sin miedo** en el ejercicio para multiplicar el impacto.

Si usas 3 códigos, **elige uno como protagonista**, y que los otros dos refuercen. El reptiliano no necesita poesía: necesita un estímulo principal claro... y un par de cómplices que le hagan decir "esto es para mí".

Si leíste hasta aquí sin ganas de hackear a tu competencia, revisa el pulso. Lo que viene es un entrenamiento de fuerzas especiales para tu copy.

EJERCICIO PRÁCTICO: ROBA, REESCRIBE Y REINVENTA.

Este no es un ejercicio normal. Es un asalto emocional en toda regla. Vas a desmontar el mensaje de tu competencia, reescribir con un código más potente y comprobar cuál activa más instinto.

PASO 1 - ELIGE A QUIÉN VAS A "HACKEAR"

Selecciona un producto o servicio que tú vendes. Ahora mira uno de tu competencia directa.

- ¿Qué están diciendo?
- ¿Cómo lo están diciendo?
- ¿Qué código reptiliano están activando?

Ejemplo:

Competidor: "Lidera con datos, transforma tu industria."

Código detectado: **Dominación / Poder.**

PASO 2 - CONTRAGOLPEA CON OTRO CÓDIGO

Ahora reescribe tu propuesta usando un código diferente. El objetivo no es parecer "mejor", sino **emocionalmente más inteligente.**

Ejemplo (contragolpe desde la "Tribu"):

"Únete a los que están cambiando las reglas con datos reales."

PASO 3 - AFINA TU MENSAJE CON AYUDA DE CHAT GPT.

Si no sabes cómo afilar ese mensaje o quieres comprobar si tu código realmente dispara deseo, usar esta ayuda con ChatGPT. Aquí van los pasos, listos para copiar y pegar:

3.1 - DETECTA EL CÓDIGO EMOCIONAL DE TU PRODUCTO.

Prompt para Chat GPT:

"Actúa como un consultor en neuroventas. Analiza el siguiente producto o servicio: [DESCRIPCIÓN]. Según la teoría de los códigos reptilianos (placer, seguridad, estatus, tribu, exploración, etc.), dime cuáles son los tres códigos emocionales que mejor conectan con un comprador. Explícalo brevemente y ordénalos por impacto."

 Te dará 3 códigos con justificación. Así sabrás por dónde empezar a escribir.

3.2 - GENERA FRASES BASADAS EN EL CÓDIGO.

Prompt para Chat GPT:

"Eres un copywriter especializado en neuroventas. Tu misión es crear frases de venta para un producto que apela al código [CONTROL / PLACER / DOMINACIÓN, etc.]. El producto es: [DESCRIPCIÓN]. Quiero 5 frases

breves, visuales, y emocionalmente potentes. Evita lugares comunes y frases genéricas. El tono debe ser [directo / inspirador / provocador]."

✓ Tendrás varias opciones que puedes ajustar al canal que uses (landing, email, redes).

✚ 3.3 - TESTEA EL IMPACTO COMO CLIENTE

Prompt para Chat GPT:

"Simula que eres el cliente ideal para este producto: [breve perfil del cliente]. Vas a leer dos frases. Quiero que elijas cuál de las dos te hace sentir que este producto es para ti, y por qué.

Frase 1: '...'

Frase 2: '...'

Tu respuesta debe ser emocional, no racional."

✓ Así sabrás cuál de tus versiones genera más conexión emocional.

✚ 3.4 - ADAPTA TU MENSAJE A DIFERENTES FORMATOS

Prompt para Chat GPT:

"Convierte esta frase de venta: '[FRASE]' en los siguientes formatos adaptados al código reptiliano [X]:

a) Un asunto de email (curioso y directo)

b) Una llamada a la acción para una web (clara y emocional)

c) Un eslogan de 5 palabras

d) Un guión de 20 segundos para un Reel o TikTok que conecte con ese código."

✓ Con esto lo puedes usar en toda tu comunicación sin perder coherencia emocional.

✚ 3.5 - MEJORA TU PROPIO COPY

Prompt para Chat GPT:

"Esta es una frase de venta que quiero mejorar: [TU FRASE]. Usa el código reptiliano [X] y reescríbela en 3 versiones:

1. Una versión más emocional.
2. Una más visual.
3. Una con urgencia.

Evita frases de catálogo. Haz que se note que va al instinto."

- ✓ Si ya tenías algo escrito, esto lo convierte en dinamita emocional.

PASO 4 - TESTEA EN VIDA REAL

Ahora que tienes tu frase reescrita con un nuevo código... **tócala en directo.**

Muestra las dos versiones (la tuya y la del competidor) a mínimo 3 personas reales. Y no les preguntes "¿cuál te gusta más?", porque eso no sirve ni para elegir pizza.

Hazles estas tres preguntas:

1. **"¿Qué sentiste al leer esta opción?"**
(Queremos emoción. Si dice 'interesante', es un no disfrazado.)
2. **"¿Te verías usando esto en algún momento real de necesidad?"**
(Ejemplo: antes de una reunión, cuando estás agobiado, al buscar soluciones urgentes.)
3. **"¿Cuál de las dos te hace imaginar algo?"**
(Si no activa la visualización, el código falló.)

Y un bonus para ti:

👁️ **Observa más que escuchas.**

Si frunce el ceño, pone cara de "ahá" o suelta un "mmm" ... ahí está.

Si asiente sin alma o dice "está bien" ... esa frase no muerde. Reescribe.

CHECKLIST ANTES DE PUBLICAR

Antes de lanzar tu mensaje al mundo, respira hondo y pasa este filtro.

Si fallas en más de una... mejor reescribe. No dispares con balas de fuego.

- ✓ ¿Estoy activando al menos un código reptiliano?
- ✓ ¿Evité tecnicismos, excusas lógicas o frases que huelen a catálogo?
- ✓ ¿Mi mensaje despierta deseo, urgencia, protección o pertenencia en menos de 10 segundos?
- ✓ ¿El formato que uso (email, anuncio, web, reel) potencia el código?
- ✓ ¿Puedo leerlo en alto sin parecer un anuncio de teletienda?
- ✓ ¿Evité caer en el "efecto arroz con cosas"? (Mezclar 3 códigos sin un foco claro = mensaje confuso).

Si marcas las cinco, estás listo para provocar descargas químicas en el cerebro que compra.



No vendas con "frases bonitas". **Vende con intención, emoción y gatillos.**

Y si no sabes cómo escribirlo... **haz que la IA se convierta en tu mejor aliado.**

CÓMO CREAR VALOR REAL: MÁS ALLÁ DEL PRODUCTO.

Deja de reciclar ideas. Si no mejoras vidas, te conviertes en el cartel que nadie mira, en el folleto que se queda en el buzón, tu mensaje no deja huella. Y eso, en este mercado, **es muerte lenta**. Tu oferta sin valor real es como un cinturón sin pantalones.

Innovación o extinción. Cada vez que sacas un producto, afinas una oferta o lanzas un email, pregúntate: ¿he ajustado algo que mejore la vida del cliente... o he puesto el mismo jamón con otro envase?. Si la respuesta es lo segundo, estás frito.

Y si todavía no lo tienes claro, pasa tu propuesta por este escáner de tres rayos X:

- ¿Qué dolor concreto alivio?
- ¿Qué placer incremento?
- ¿Qué le doy que antes no tenía?

Si no puedes responder en diez segundos, el cliente tampoco podrá.

Y si después de lanzar tu propuesta todo lo que recoges son negativas, entonces toca remangarse, estudia los rechazos y vuelve con lo único que realmente convierte: un análisis de verdad. Aplica lo que llamo **el test de los cuatro 'noes'**:

- ¿Qué dije exactamente?
- ¿En qué momento se desconectaron?
- ¿Qué emoción creí activar y cuál activé en realidad?
- ¿Qué voy a cambiar mañana?

Ese ciclo —**pregunta, ajusta y lanza de nuevo**— es lo que separa a los vendedores que improvisan del que diseña con bisturí emocional. No se trata de creatividad vacía. Se trata de pulir hasta que algo haga clic en el cerebro de quien compra.

Te pongo un caso real de una empresa con la que trabajé: vendían un software de automatización y se comieron cuatro "noes" seguidos. Analizamos las conversaciones y descubrimos que no estaban vendiendo *control*, como creían, sino que lo que el cliente percibía era *miedo a perder el control si el sistema fallaba*. Reescribimos el mensaje enfocándose en "*recupera el control de tu empresa en piloto automático*". En 7 días, cerraron 3 ventas que antes parecían imposibles. ¿La diferencia? **Detectamos el código emocional que estaban activando mal... y lo corregimos.**

Piensa en esto: muchos vendedores funcionan como si trabajaran en un McDonald 's. Esta empresa da un guión a sus trabajadores con las frases exactas para responder

dudas frecuentes o quejas comunes. Todo va bien mientras el cliente dice lo que está previsto. Pero el día que el comprador dice algo que no está en el manual, el empleado mira el librito, entra en pánico... y sale a buscar al encargado como si hubiese una fuga de gas.

Esto es lo que pasa cuando tu venta está encorsetada en frases muertas. En cambio, ¿qué pasa cuando das principios, no guiones?

En Starbucks te dan solo un principio: **"Sé el mejor vecino del barrio."** Y ese principio vale más que mil guiones. Porque cuando la app falla o el cliente tiene una alergia que nadie contempló, el barista no entra en modo robot. **Improvisa, conecta, soluciona.** Eso es lo que tú necesitas: **principios sólidos y discurso flexible.**

Y no es que suene bonito, es que está demostrado. Las técnicas que estás aprendiendo aquí **no son humo de gurú, son ciencia con nombre y apellidos.** Estudios, resonancias, métricas. Por ejemplo, Nielsen (2016) reveló que los anuncios que activan emociones tienen un **23 % más de recuerdo** que los racionales. Amazon, durante una campaña Prime Day, **estimuló la anticipación (dopamina pura)** y aumentó sus ventas un 60 % respecto al año anterior. **Así que no lo olvides:** la corteza racional oye datos, **pero es el reptiliano el que saca la tarjeta.**

Y si quieres que saque la tarjeta en diferentes países, mejor empieza a ajustar tu mensaje al contexto. Porque no es lo mismo vender en España que en México o Alemania.

¿Un ejemplo? Si usas el código **control**, en España puedes decir: *"Evita sorpresas en tu factura con un sistema que cumpla al segundo."* En México, el mismo mensaje se adapta mejor con un tono más cercano: *"Mantén tu negocio bajo tu mando sin complicaciones, todo desde tu celular."* Y si vas a India, el código de **estatus** funciona mejor si hablas de superación social y progreso familiar. En Alemania, en cambio, lo que manda es eficiencia, tecnología y precisión. **Adaptar un mensaje al acento mental de cada cultura no es detalle, es supervivencia.**

Y aún más importante que el contexto... es el símbolo que proyectas.

Porque las cosas no valen por lo que son, **sino por lo que significan.** Un reloj no es sólo engranajes. Es un **emblema de estatus, de poder, de éxito.** Cuando identificas ese símbolo en tu producto, el precio deja de ser un número y se convierte en una señal.

Por eso Apple no vende aluminio y chips: **vende el pasaporte a una identidad creativa.** Por eso una cápsula de omega-3 para estudiantes no debería decir "1 000 mg de EPA y DHA". Debería decir: **"La cápsula que convierte tu sesión de estudio en una sala VIP de concentración."**

Porque lo que compra el cerebro no es un dato técnico: **es la sensación de sacar matrícula sin quemarse las pestañas.**

Grábate esto con fuego:

Precio bajo no significa venta segura. Al contrario, puede ser un disparo en el pie que te convierta en sospechoso. Un producto que vale demasiado poco genera una pregunta automática: *"¿Y si no es tan bueno como parece?"*

Mira Ikea: no es el más barato del mercado, y aun así se **percibe como una opción económica.** ¿Por qué? Porque ha vendido la sensación de *"pago lo justo y diseño mi espacio a mi medida"*, **no el simple ahorro.** No te dicen "te lo regalamos". Te dicen: *"esto tiene un precio razonable, lo personalizas tú, y parece que has hecho una compra inteligente"*. No venden muebles. **Venden control, creatividad y economía emocional.** Esa percepción lo cambia todo. El cliente no siente que ahorra... **siente que decide.**

Y cuando alguien decide desde la emoción, lo hace como cuando entra en un Starbucks. No entra solo por el café: entra por el aroma, por la iluminación, por el ritual social de pedir "lo de siempre" con su nombre mal escrito. **Eso no se copia con descuentos.**

Eso se crea diseñando **experiencias sensoriales, simbólicas y repetibles** que conecten con el deseo de **pertenecer** y el placer del **ritual.** Y ahora que lo sabes, **no hay excusa para volver a lanzar productos planos como folletos de supermercado.**

Hazte estas preguntas antes de salir al mercado:

- ☒ ¿Resuelves un dolor o amplificar un placer?
- ☒ ¿Entregas algo que el cliente pueda sentir en menos de 10 segundos?
- ☒ ¿Puedes explicarlo sin tecnicismos en una línea?
- ☒ ¿Tu propuesta sobreviviría en otro idioma o cultura con un ajuste mínimo?

Cuando marques los cuatro "sí", **no estás vendiendo un producto. Estás ofreciendo una transformación.** Y eso, amigo, **es el único valor real que no se puede falsificar.**

ERRORES CLÁSICOS DEL EMPRESARIO TRADICIONAL.

Hay algo peor que no formarse: formarse con métodos momificados. Los capacitadores desactualizados repiten mantras mecánicos que convierten a los vendedores en **robots de sonrisa fija**. Resultado: discursos clónicos y **clientes vacunados contra la persuasión**.

¿Qué me motivó a escribir esto? Quiero que trabajes menos y vendas más. Que despliegues tu potencial con neurociencia aplicada: **menos desgaste, más resultados**.

El gran fallo de muchos, incluidos mentores, es que se obsesionan con *qué decir* y *cómo decirlo*, como si recitar un guion fuera suficiente. Aquí lo hacemos al revés: primero entendemos por qué una frase funciona —**qué botón cerebral activa**— y luego la adaptas a tu estilo.

El loro repite; nosotros interpretamos.

Principio clave: El éxito no está en memorizar un script, sino en saber por qué lo dices y cuándo. Las ventas tradicionales aconsejan disparar todo el catálogo a ver si algo se pega.

Error: el reptiliano (la parte del cerebro que solo quiere sobrevivir) odia la sobrecarga. En neuroventas mandas **pocas frases, pero con metralla emocional** (mensajes cortos que activan reacciones biológicas, no racionales). Dos o tres impactos bien dirigidos valen más que treinta características en ráfaga. Señala lo correcto y calla: **la mente completa el resto**.

Y cuando recibes un "no", no es un fracaso, es una pista para hacer lo que casi nadie hace en serio: afinar.

¿Dónde se perdió la atención?

¿Qué sensación generé?

¿Qué código reptiliano creí pulsar y fallé?

Ese microanálisis constante es la verdadera innovación: **ajustar actitud y mensaje hasta que el cliente perciba valor auténtico**.

¿No sabes por dónde empezar? Aquí va un mini radar para revisar tu discurso sin anestesia:

- ¿Usaste más de 3 características técnicas seguidas?
👉 Probablemente saturaste al reptiliano. Redúcelas a una o dos con impacto

emocional.

- ¿El cliente se imaginó usando tu solución?
👉 Si no visualiza, no hay dopamina. Le diste datos, no deseo.
- ¿Validaste su dolor... o solo soltaste beneficios?
👉 Si no se sintió comprendido, no hay serotonina. Solo rechazo educado.

No se trata de decir más, sino de decir **mejor**. Y para eso, **la emoción manda, pero la precisión remata**.

NEUROTRANSMISORES EN ACCIÓN.

Antes de meternos en sinapsis y química, aclaremos **qué enseña realmente la neuroventa:**

- Cómo funciona la mente humana y su proceso de decisión de compra.
- Cómo le gusta «escuchar» la mente: lenguaje sensorial, metáforas y ritmo.
- Cómo ajustar el discurso a hombres y mujeres sin caer en clichés baratos.
- Cómo reescribir percepciones ya formadas y desarmar objeciones de precio.
- Cómo involucrar varios sentidos para que la experiencia se grave a fuego.
- Qué palabras gatillo activan la compra instintiva.

Pero antes, grabemos un dato en la corteza: **el 85 % de las decisiones de compra son inconscientes (Kahneman, 2011)**. Solo el 15 % ocurre en modo racional y, aun así, la razón se limita a justificar lo que el instinto y la emoción ya acordaron. ¿Vendes software, casas o control de plagas? Da igual: el impulso es emocional; el discurso racional es simplemente la coartada social que verbalizamos después. *(Este fenómeno lo describió Kahneman como la diferencia entre el Sistema 1 —rápido, automático, emocional— y el Sistema 2 —lento, racional, justificador. Y sí, el primero decide antes de que te des cuenta).*

Por eso un discurso con cien especificaciones técnicas rara vez convence; lo que vende es la emoción que provocas —incluso cuando tu argumento parece lógico. ¿Cuántas veces has comprado algo y luego te has preguntado «¿por qué lo hice?»? Exacto: tu reptiliano firmó el contrato antes de que tu neocórtex encontrará el bolígrafo.

Y si el valor está claro pero no conecta, a veces el problema no es el qué, sino el dónde y el cómo lo cuentas. Aquí es donde entra en escena la bioquímica que lo respalda.

Noradrenalina – la sirena de emergencia

Se dispara con la novedad y la sorpresa. Es tu gancho de atención. Basta un titular rompedor o un demo inesperado para que el cerebro pase a modo «¡pilas!». Pista: no confundas novedad con complejidad; si arrancas con un gráfico imposible perderás credibilidad.

Cómo provocarla sin fatigar al cliente

- Lanza un dato contraintuitivo («El 70 % de... y nadie lo cuenta»).
- Muestra un antes/después visual.
- Utiliza contraste (silencio → impacto sonoro breve).

Dopamina - la moneda del placer anticipado

Aparece cuando el cliente imagina la recompensa. No le vendas un móvil con litio y procesador; véndele la videollamada diaria con sus nietos. Ese cuadro mental libera dopamina y convierte la especificación fría en deseo caliente.

Checklist dopaminérgico

- Resalta el beneficio personal y concreto.
- Hazle sentir único («Edición que solo reciben los primeros 100»).
- Refuerza la identidad del comprador ("Esto es para líderes que...").

Acetilcolina - aprendizaje y protagonismo

El cerebro adora conectar puntos por sí mismo. Deja espacio para que pregunte, explore y obtenga minivictorias durante la interacción. Cada respuesta clara refuerza su sensación de control y ancla la información. (Este neurotransmisor está vinculado al foco y la capacidad de aprendizaje. Usarlo bien convierte la venta en un proceso de autodescubrimiento.)

Cómo activarla

- Pregunta antes de soltar datos.
- Entrega demos interactivas.
- Invita a que explique con sus palabras lo que ha entendido.

Serotonina - bienestar y conexión social

Se eleva cuando el comprador se siente escuchado y valorado. Aquí entran en juego las neuronas espejo: sincroniza postura y gestos, valida emociones y crea un micro-vínculo de confianza.

Frases como: *"entiendo por qué eso te frustra"* o *"yo en tu lugar también dudaría"* validan la emoción sin sonar a manual de empatía.

Aquí es donde se libera la serotonina... y con ella, la confianza.

Secuencia de alto impacto (combina los cuatro)

1. **Novedad empática** → abre con un dato sorpresa que refleje su problema (noradrenalina).
2. **Proyección de recompensa** → pinta la vida tras la compra (dopamina).
3. **Espacio para jugar** → deja que pregunte y descubra (acetilcolina).
4. **Escucha y validación** → refleja sus emociones y muestra sensibilidad al dolor (serotonina).

Nota sobre el dolor: Quitar un dolor fideliza más que sumar placer. Un fallo, una mala experiencia o una duda sin respuesta es tu oportunidad para brillar: convierte el problema en un marco donde tu solución parece un alivio inmediato.

Domina esta química y podrás mover la conversación del «cuánto cuesta» al «¿cómo lo consigo ya?». Tu misión es orquestar la sinfonía: sorpresa → deseo → participación → conexión. El "sí" llega como remate lógico, aunque el camino haya sido puramente emocional.

La neuroventa no va de repetir fórmulas vacías. Va de entender **cómo reacciona el cerebro** y diseñar el mensaje para **generar una respuesta emocional (y biológica) real**. Y para eso, **Chat GPT puede ser tu aliado silencioso**. Aquí tienes prompts diseñados para activar, con intención, los neurotransmisores más poderosos de la decisión de compra:

NORADRENALINA → *Sorpresa, atención, alerta*

Prompt para Chat GPT:

"Genera 5 frases de apertura para [producto/servicio] que sorprendan al lector con un dato poco conocido o una contradicción del mercado. El tono debe ser directo y contraintuitivo. Ejemplo: 'El 70% de los negocios fracasan por esta razón, y no es la que imaginas.'"

✓ **Por qué funciona:** Empieza fuerte, rompe la expectativa y pone el cerebro en estado de alerta.

DOPAMINA → *Deseo, anticipación, recompensa*

Prompt para Chat GPT:

"Dame 3 beneficios emocionales de usar [producto/servicio], centrados en el 'yo futuro' del cliente. Evita tecnicismos y conecta con la identidad, logro o estatus. Ejemplo: 'Pasarás de apagar fuegos a liderar con visión.'"

✓ **Por qué funciona:** Hace que el cliente se visualice como ganador antes de comprar.

ACETILCOLINA → *Curiosidad, aprendizaje, protagonismo*

Prompt para Chat GPT:

"Genera 5 preguntas abiertas que pueda usar un vendedor para que el cliente descubra, por sí solo, que necesita [producto/servicio]. Evita preguntas cerradas. Ejemplo: '¿Qué cambiaría si tus clientes encontraran una alternativa que soluciona esto en la mitad de tiempo?'"

✓ *Por qué funciona:* Transforma el discurso en un viaje de descubrimiento.

● **SEROTONINA** → *Confianza, validación, conexión social*

✏ **Prompt para Chat GPT:**

"Escribe 3 frases que validen el dolor o la frustración del cliente de forma empática pero creíble. Evita clichés ('entiendo tu dolor'). Ejemplo: 'Sé lo que cuesta ver cómo otros venden más con la mitad de esfuerzo. Y no, no es que tú lo estés haciendo mal... solo estás vendiendo con el mapa equivocado.'"

✓ *Por qué funciona:* Genera identificación emocional sin sonar a manual barato.

Estos prompts no son plantillas universales. Úsalos para encontrar tu voz, adaptar el tono a tu cliente real, y probar qué activa más química cerebral (y más ventas).

VENDER SIN VENDER.

La mente se atrinchera cuando huele el típico discurso: "el mejor SUV porque ahorra un 15 %...". En cuanto disparas tecnicismos, el cerebro cierra la puerta. ¿Solución? Afloja la urgencia y ponte a escuchar. Hoy se vende más compartiendo que presionando: hablar de deportes, preguntar por el negocio del cliente, contar un chiste que relaje el ambiente. Cuando la conversación fluye sin agenda oculta, la resistencia baja y el «sí» se vuelve posibilidad.

Piensa en el tío de la inmobiliaria que insiste en "el metro cuadrado más barato" y "las mejores calidades de construcción". El cerebro desconecta; la emoción no vibra. No vendas la vivienda, vende el ritual del primer café en esa terraza. No vendas las calidades, vende la tranquilidad de la zona con la que puedes ir con tus hijos al parque.

Y todo esto que estás leyendo no es casual. Si el capítulo anterior te enseñó cómo activar neurotransmisores como la dopamina, la acetilcolina o la serotonina, este es el terreno donde lo aplicas sin que se note. Cada metáfora, cada pausa bien colocada, cada historia cotidiana dispara química real. Aquí es donde los disparos emocionales reemplazan a los argumentos vacíos.

Cuando dejas al cliente hablar el 70%, su serotonina (bienestar social y validación) se dispara. Cuando proyectas una vida mejor, la dopamina (anticipación de recompensa) entra en juego. Y cuando usas escasez real, activas la noradrenalina (urgencia biológica).

Escucha activa → minado de oro emocional

Deja que el prospecto hable un 70 %.

Detecta el código reptiliano dominante (protección, estatus, placer).

Devuélvelo en forma de visión: «Imagina llegar a casa y...».

Cuatro preguntas poderosas bastan para extraer las motivaciones ocultas.

👉 Aquí tienes dos para empezar:

- ¿Qué perderías si esto sigue igual dentro de seis meses?
- ¿Cómo sería tu día ideal si este problema desapareciera?

Cada vez que haces esto, liberas **acetilcolina**, porque el cerebro ama sentirse protagonista de su propio descubrimiento. No vendes: guías hacia la conclusión.

Acciones concretas para guiar el proceso de venta

Atención sin sobrecarga - Abre con algo conocido y visual, nada de jerga galáctica. Añade una pizca de misterio: «En un minuto te enseño la función que cambia el juego».

Interés útil - Aterriza rápido cómo le sirve: «Con esto ganas una hora al día...».

Deseo visceral - Pinta la vida con el problema resuelto: «Imagina cerrar el portátil a las 17 h sin remordimientos».

Cierre sin paja - Pocas palabras y una llamada a la acción clara. Mucha información abruma; selecciónala como si fuera munición cara.

Escasez real - Deja claro que la oportunidad se esfuma: «Quedan 12 licencias esta semana y no habrá más hasta el trimestre que viene». Eso no es presión: es neuroquímica. El reptiliano odia perder oportunidades y la noradrenalina lo empuja a actuar.

Tono de colega - Habla como quien aconseja a un amigo, no como quien recita un speech de teletienda.

Pon su imaginación a trabajar: «Este altavoz no es solo sonido; es tu nuevo cine de domingo». Menos especificaciones, más películas mentales.

Y hablando de películas mentales, pocas cosas activan tanto al reptiliano como una buena historia.

No hace falta que inventes fábulas. Las historias venden porque permiten que el cliente se vea a sí mismo sin que lo señales. Cuando cuentas lo que vivió otro, o tú mismo—con su miedo, su error, su alivio al resolverlo— no estás informando: estás proyectando.

Tu prospecto no escucha, **se ve reflejado**. Y ahí es donde el “sí” empieza a formarse antes de que termines la frase.

Recuerda: los temores son dinamita; úsalos bien y dinamita las objeciones.

Si quieres que una historia no solo suene bien, sino que **dispare la neuroquímica real**, esta tabla es una guía. Cada tipo de historia activa un código reptiliano distinto y provoca una reacción emocional concreta.

Código Reptiliano	Neurotransmisor Dominante	Tipo de historia que mejor lo activa	Resultado emocional generado
Anarquía	Noradrenalina	Historia de ruptura con lo establecido	Euforia, rebelión, energía
Felicidad	Dopamina	Historia de momentos simples que provocan alegría	Sonrisa, satisfacción instantánea
Control / Seguridad	Serotonina	Historia de caos resuelto, orden restablecido	Tranquilidad, confianza
Dominación / Poder	Dopamina + Adrenalina	Historia de alguien que pasa de invisible a referente	Orgullo, empoderamiento
Reproducción / Atractivo	Dopamina + Oxitocina	Historia de validación social o atracción inesperada	Deseo, admiración
Placer	Dopamina + Endorfinas	Historia sensorial: sabores, tacto, música	Antojo, relajación
Trascendencia	Dopamina + Serotonina	Historia de legado, de alguien que impacta más allá de sí mismo	Inspiración, propósito
Unión de tribu	Oxitocina + Serotonina	Historia de comunidad, apoyo mutuo, pertenencia	Confianza, conexión
Exploración / Movimiento	Noradrenalina + Dopamina	Historia de descubrimiento, viaje, primer paso	Curiosidad, motivación

Con esta tabla como mapa, puedes construir historias que impactan directamente en el cerebro emocional del cliente. Pero si no sabes por dónde empezar, aquí tienes un **prompt** para que Chat GPT te ayude:

"Actúa como un copywriter experto en neuroventas. Quiero que me escribas una historia breve (100-120 palabras) que active el código reptiliano de [elige uno: Anarquía, Felicidad, Control, etc.]. El objetivo es vender [producto o servicio]. La historia debe tener: 1) un momento de tensión o deseo, 2) una pequeña transformación, y 3) un cierre emocional. Termina con una frase como: "Esto no es [producto], es [beneficio emocional que representa el código activado]"

 Ejemplo:

Producto: servicio de coaching vocal.

Código: **Control / Seguridad**

Frase final: *Esto no es una clase de canto. Es el instante exacto en el que tu voz deja de temblar... y empieza a dejar huella en quien te escucha."*

EL PROCESO DE DECISIÓN. LOS 3 ESCENARIOS EMOCIONALES.

Cuando ya activaste el reptil con el código correcto, aún falta el momento de la elección consciente. La mente odia quedarse con una sola opción y se bloquea si le das un catálogo infinito. ¿La dosis perfecta? Tres escenarios, siempre emocionales.

Escenario A - Seguro y familiar

El mínimo indispensable que quita dolor sin riesgo. Ej.: «Plan Básico: tu web deja de caerse».

Escenario B - Oportunidad aspiracional

El que cumple la necesidad y añade un plus de estatus o placer. Ej.: «Plan Pro: tu web vuela y además escala en Google».

Escenario C - Soñar a lo grande

El todo incluido que hace al cliente imaginar la versión 10X de sí mismo. Ej.: «Plan Élite: tu web, SEO y un equipo atento 24/7 mientras tú duermes».

¿Por qué tres?

Dos son pocas: parece un dilema binario y crea sospecha.

Cuatro o más confunden y disparan la parálisis por análisis.

Con tres, el reptil compara rápido, el límbico evalúa el placer y el neocórtex siente que decide con lógica —spoiler: ya estaba decidido.

 **Y no es solo psicología, es bioquímica cerebral en acción:**

Tu estrategia: diseña los tres paquetes para que el 70 % de las ventas caiga en el centro (Escenario B). El básico justifica el precio, el premium sube la percepción de valor, y el cliente se auto-convence de que el medio es la elección "inteligente". Le vendiste la emoción, le hiciste creer que fue razón.

Y no es una cifra aleatoria: empresas como Apple, Netflix o Adobe usan este enfoque en sus precios porque estudios de comportamiento (como los publicados en *The Journal of Marketing*) confirman que **entre el 60% y el 70% de los consumidores eligen la opción intermedia cuando se presentan tres**. Suficiente lógica para el neocórtex, suficiente impulso para el reptiliano.

¿Quieres aplicar esto ahora mismo con ayuda de IA?

Aquí tienes un prompt diseñado para crear tus tres opciones emocionales de venta de forma estratégica:

Actúa como un experto en pricing emocional y neuroventas. Genera tres opciones de oferta para [tu producto o servicio] siguiendo el modelo de los tres escenarios. Cada una debe incluir: 1) un nombre con carga emocional, 2) un beneficio dominante (alivio o deseo), y 3) una frase de cierre que active el código reptiliano [elige uno: Control, Estatus, Placer, etc.].

 **Ejemplo: servicio de asistencia personal para padres primerizos**

 **Código Reptiliano: Control / Seguridad**

 El reptil busca protección para la tribu → en este caso, su bebé.

♦ **Básico: Plan "Primeros Pasos"**

Tienes un pediatra en el bolsillo: acceso rápido a respuestas médicas fiables sin colapsar en Google.

♦ **Pro: Plan "Modo Calma"**

Tu bebé duerme, tú también. Acceso 24/7 a expertos en sueño infantil, lactancia y alimentación. Sin estrés, sin dudas.

♦ **Élite: Plan "Escudo Familiar"**

Coaching personal, seguimiento nutricional, pediatría preventiva y acompañamiento emocional. Cada decisión con respaldo. Cada noche con tranquilidad.

 **Frase de cierre: Esto no es un plan de seguridad. Es tu botón de "dormir tranquilo" hecho servicio.**

LA NEUROCIENCIA APLICADA A LAS VENTAS Y AL MARKETING: CIENCIA REAL, NO HUMO.

Preguntas típicas: «¿De verdad la neurociencia pinta algo en mi tienda online?» —Sí. «¿Sirve si solo soy dependiente de un comercio?» —También. «¿Y si soy técnico B2B que vende a otras empresas?» —Sobre todo.

La neurociencia aplicada no es un adorno académico: es la traducción de hallazgos de laboratorio a tácticas de campo. Su objetivo es convertir la experiencia de compra en algo tan satisfactorio que el cliente quiera repetir—y contarle al mundo por qué.

Si tu marketing solo le habla a la lógica... le estás hablando al público equivocado.

Emprendedor freelance → Usa los códigos reptilianos para destacar en un océano de propuestas clónicas.

Dependiente de tienda física → Ajusta iluminación, música y storytelling para guiar al cliente por un recorrido emocional que termine en la caja con una sonrisa.

Técnico comercial B2B → Sustituye specs interminables por casos de uso que activen dopamina ("imagina tu planta produciendo 12 % más sin horas extra").

El núcleo es siempre el mismo: hablarle al cerebro que decide antes de que la boca diga "lo quiero". No necesita trucos de feria; necesita que entiendas sus prioridades biológicas: seguridad, estatus, placer, eficiencia.

¿Ejemplo menos obvio?

Una panadería de barrio disparó sus ventas un 30 % al hornear bizcocho casero a las 8 de la tarde. No fue casualidad: buscaban activar la nostalgia olfativa del cliente al salir de trabajar. El olor → activa la memoria → dispara serotonina → impulsa la compra.

Por qué las técnicas clásicas de ventas y marketing fallan

- No son científicas → Ignoran 20 años de hallazgos sobre cómo decide el cerebro.
- Demasiado predecibles → Los clientes ya reconocen los trucos estándar y levantan defensas.
- Promesas irreales → Muchos cursos venden resultados sin esfuerzo e inflan expectativas.

- Diseñadas para otra época → Nacieron en economías de crecimiento, cuando el mercado escuchaba; hoy el ruido es ensordecedor.

Por qué las técnicas de neuroventas funcionan

- Relación genuina → Aprendes a conectar con el potencial cliente en el nivel donde se toman las decisiones.
- Ventaja competitiva → Al dominar los gatillos neuronales compites con estrategia, no con descuentos.
- Habilidades comerciales 360° → Desarrollas la capacidad de construir y nutrir relaciones comerciales duraderas, no cerrar una venta aislada.

Necesitas métodos que estimulen el subconsciente y adapten el mensaje al contexto real de competencia brutal.

CONFIANZA, MOTIVACIÓN Y MENTALIDAD: EL VENDEDOR TAMBIÉN TIENE CEREBRO.

Antes de convencer a nadie necesitas convencer a la única persona que te acompaña 24/7: tú. Y aquí aparece un principio tan simple que muchos lo esquivan: si no declaras que quieres ganar dinero —y cuánto— tu cerebro no moverá un dedo extra para conseguirlo.

Piensa en los que dicen «con 3.000€ al mes me apaño». Resultado: facturan 2 800 - 3 000€... y se estancan. El reptiliano detecta que la necesidad está cubierta y activa el modo ahorro de energía. Cuando la lavadora se estropea y necesitan 600€ más, mágicamente buscan clientes nuevos. No es casualidad: el objetivo redefine la urgencia.

Así que escribe la cifra, créetela y repítela. Tu cerebro ajustará el foco y comportamiento hasta alcanzarla. Luego súbela; la zona de confort es un traje que se encoge si no lo estiras.

Hazlo fácil, hazlo visual

Escríbela en un post-it. Léela en voz alta cada mañana. Y añade debajo tres razones por las que la mereces. Recuérdales a tu cerebro, todos los días, para qué trabaja. *Esto no es misticismo: es neuroplasticidad en acción.*

¿Te cuesta imaginar que funcione? Según la teoría de la autodeterminación (Deci & Ryan, 1985), cuando defines una meta clara y vinculada a tus valores, activas tu motivación intrínseca y reprogramas tu conducta sin forzarla.

Tu opinión sobre lo que vendes se filtra en cada gesto

Cuando el vendedor no está convencido de su oferta suceden tres fugas letales:

- **Memoria floja** → olvida beneficios clave y confunde datos.
- **Atención dispersa** → pierde señales del cliente y falla en personalizar.
- **Lenguaje no verbal de mentira** → micro-gestos que huelen a duda y restan confianza.

¿Ejemplos? Brazos cruzados. Sonrisas forzadas. Evitar la mirada mientras hablas. Tu cuerpo no sabe mentir, y el cliente no necesita razonar por qué no confía en ti... simplemente *lo siente*.

Además, la venta se vuelve más estresante y agotadora. Moraleja: alinea tu creencia interna antes de abrir la boca; tu cuerpo ya está hablando por ti.

¿Cómo saber si tus creencias te están sabotando?

Aquí tienes un prompt para ayudarte a descubrirlo con Chat GPT: "Actúa como un coach en neuroventas. Quiero que me hagas 3 preguntas para identificar si mi mentalidad me está frenando en ventas. Quiero revisar mis creencias limitantes sobre dinero, confianza y lo que vendo. Sé directo."

CÓMO CREAR CONFIANZA Y CREDIBILIDAD REAL EN EL PROCESO DE COMPRA.

Olvida los piropos de catálogo («Qué despacho tan luminoso...»). El cliente ha escuchado mil y ya viene vacunado. La confianza —de la que sella contratos— se fabrica así:

1. Historias espejo

Cuenta casos en los que el prospecto pueda verse reflejado: «María, fotógrafa freelance, tenía el mismo caos de agenda...». Cuando el cerebro detecta similitud, baja el escudo. Historias negativas despiertan la atención; el giro positivo invita a avanzar.

👉 **¿No sabes por dónde empezar? Usa este prompt de IA:**

"Actúa como un copywriter. Crea una historia espejo para [producto] que muestre cómo un cliente pasó de [problema concreto] a [resultado emocionalmente satisfactorio]. Usa un tono realista, sin exageraciones."

2. Regla E-P-C-P

- **Entusiasmo genuino** (se contagia más rápido que cualquier virus).
- **Puntualidad quirúrgica** (respeta su tiempo y refuerzas fiabilidad).
- **Cordialidad sin baba** (respeto + calidez).
- **Profesionalidad en cada detalle** (docs claros, follow-ups precisos).

Cada uno de estos gestos libera pequeñas dosis de **serotonina y oxitocina**: los neurotransmisores de la confianza.

3. La historia de tu marca como ancla emocional

La lealtad nace cuando el cliente siente que tu marca forma parte de su propia película. Cuenta por qué existes, el desencanto que te hizo reinventar el sector, la victoria arrancada a pulmón. Esa narrativa despierta neuronas espejo y hace que el prospecto se vea dentro.

Tip extra: si detectas incongruencias en lo que el cliente dice (microgestos que delatan objeciones silenciosas), vuelve a los motivos de compra que tu historia cubre y refuézalos. (Ejemplo de micro-gestos: mirada esquiva al hablar de precio, cambio de postura al mencionar tiempos de entrega, brazos cruzados tras mostrar objeciones...)

4. Involucra desde el minuto 1

Haz que toque, pruebe, navegue. El cerebro confía en lo que experimenta con sus propios sentidos. Mientras interactúa, aprovecha para narrar la filosofía y el «por qué» de tu empresa: haces que el cliente se sienta parte del backstage.

5. Prueba social sin fanfarrias

Testimonios concretos > elogios genéricos. «Duplicamos leads en 6 semanas» pesa más que «¡Excelente servicio!». Añade logotipos de prensa o eventos relevantes donde tu marca haya aparecido: refuerza autoridad sin presumir.

¿Cómo conseguir testimonios que sí sirven?

Hazle estas 4 preguntas a tu cliente (puedes enviarlas por WhatsApp o email):

1. ¿Qué problema tenías antes de contratarnos?
2. ¿Qué fue lo que más te gustó del proceso?
3. ¿Qué ha cambiado en tu día a día desde entonces?
4. ¿Recomendarías esto a alguien como tú? ¿Por qué?

Dato útil: El 63% de los consumidores confía más en marcas con testimonios específicos que con valoraciones genéricas (Forbes, 2022).

6. Garantía post-venta visible

Deja clarísimo que seguirás allí tras la firma. Un mail directo, un chat dedicado o un número de asistencia 24/7.

El reptil ama la sensación de «si algo falla, me cubren».

7. Vende para cubrir una necesidad, no para inflar tu ego

Pregúntate en cada frase: «¿Esto aporta o solo adorna?». Cuando el cliente percibe que su problema es tu norte, la barrera de desconfianza se derrite.

Y no lo olvides: **La coherencia es tu póliza de confianza**. Cada punto de contacto debe contar la misma historia de valor y seguridad, desde la primera llamada hasta la factura.

Si tu web promete "rapidez y agilidad", no puedes tardar 48 horas en responder un email. Si vendes "cercanía", tu atención no puede sonar a bot.

PSICOLOGÍA DE LA PERSUASIÓN: MENOS MANIPULACIÓN, MÁS CONEXIÓN.

Cómo persuadir sin manipular.

Usar códigos emocionales no es engañar; es comunicar mejor. La manipulación aparece cuando prometes lo que no puedes cumplir o despiertas miedo sin ofrecer salida. Pero si tu producto mejora la vida del cliente, activar emociones es ética pura.

Hablas al reptil, pero cumples con el neocórtex. Despiertas deseo, pero entregas valor real. Provocas decisión, pero desde la coherencia.

Checklist ético

- ☒ ¿Mi promesa refleja la realidad del producto?
- ☒ ¿Estoy explotando un miedo sin ofrecer solución?
- ☒ ¿Estoy entregando valor antes de pedir algo?

Los 6 principios de persuasión de Cialdini.

1. Reciprocidad

Da antes de pedir. Valor primero = confianza automática. *Ejemplo:* Regala una guía útil antes de solicitar el email.

Prompt de IA:

"Genera una checklist de 5 pasos para [problema del cliente] que pueda regalar como lead magnet."

2. Prueba social

"Si otros ya lo usan, quizá yo también debería." *Ejemplo:* "Más de 800 personas ya lo aplican cada semana."

Prompt de IA:

"Crea 3 frases de prueba social para [producto] usando cifras y verbos de acción."

3. Escasez

Lo limitado activa urgencia biológica (noradrenalina pura). *Ejemplo:* "Solo 10 plazas abiertas este mes."

Prompt de IA:

"Escribe 3 frases de escasez para [producto] que activen el código Control o Placer."

4. Autoridad

Si sabes de lo que hablas, muéstralo sin ego: genera respeto, no miedo. *Ejemplo:* "Recomendado por expertos en [industria]."

Prompt de IA:

"Redacta 3 frases que comuniquen autoridad sin sonar arrogante, para una marca de [sector]."

5. **Consistencia**

Usa lo que ya cree tu cliente como punto de partida. *Ejemplo:* "Si ya te importa cuidar tu alimentación, esta herramienta es el siguiente paso."

Prompt de IA:

"Crea 3 frases persuasivas que conecten el producto con creencias comunes de tu audiencia."

6. **Simpatía**

La gente compra más a quien le cae bien. No seas un robot con sonrisa de catálogo. *Ejemplo:* Usa un tono conversacional, natural, que conecte.

Prompt de IA:

"Redacta 3 frases para redes sociales que transmitan cercanía sin parecer forzadas."

EL FINAL DEL MÓDULO, EL PRINCIPIO DE VENDER CON INSTINTO.

Si has llegado hasta aquí, ya lo sabes: esto no ha sido un curso. Ha sido una reprogramación. Has dejado de disparar argumentos al aire y has empezado a colocar cada palabra como un bisturí. Has dejado de vender con la lengua... para vender con el cerebro. Y no cualquier cerebro: el que decide antes de que la razón llegue a la reunión.

¿Y ahora qué?

Ahora viene lo salvaje. Porque esto solo ha sido el primer golpe en la mesa. Muy pronto hablaremos de cómo encontrar al cliente que ya te está buscando sin saberlo. De cómo espiar a tu competencia hasta que te construya la oferta sin saberlo. De cómo crear una propuesta tan irresistible que al leerla su cerebro diga "sí" antes de que tú abras la boca. De cómo diseñar mensajes, anuncios, landings y discursos que no se lean... sino que se sientan.

En el próximo módulo aprenderás a construir tu cliente ideal, identificar sus verdaderos códigos emocionales, y transformar esa información en anuncios, emails y llamadas que vendan sin parecerlo.

Porque el que domina la atención, no vende más. Gobierna más. Y lo que viene no es más teoría. Es neurociencia de campo. Es copy sin filtros. Es persuasión entrenada para convertir..



✉ ¿Quieres acceso anticipado al módulo 2? Envíame un email a info@doblezeroagency.com con el cambio más brutal que has hecho gracias a este módulo. Los que entren en la lista VIP, lo recibirán antes que nadie.

Si este primer módulo te ha volado un fusible... prepárate. Lo que viene es directamente cable nuevo.

MANUAL DE COMBATE: EL CHECKLIST DEL VENDEDOR NEURO-DOTADO.

No más PDFs olvidados en una carpeta. Este es tu mapa. Tu plan. Tu guía de acción rápida.

Has aprendido a activar el cerebro que compra, no con frases bonitas, sino con ciencia real. Pero si no sabes **por dónde empezar**, puedes perderte entre tanta teoría.

Aquí tienes el **resumen definitivo**: lo que hay que hacer, en el orden correcto. Un disparo. El primer paso para **vender con instinto, coherencia y precisión**.

1. Cambia el chip. No estás aquí para convencer, estás aquí para despertar deseo. Vendes con neurociencia, no con frases de catálogo.

2. Conoce los 3 cerebros. Reptiliano (instinto), Límbico (emoción), Neocórtex (justificación). Tu mensaje debe pasar por los tres, en ese orden.

3. Activa un código reptiliano. Elige cuál conecta con tu producto:

- ¿Protección? ¿Placer? ¿Estatus? ¿Tribu? ¿Trascendencia?
(Usa la tabla de códigos del módulo si dudas).

4. Véndelo sin que se note. No expliques características. Cuenta cómo mejora su vida. (Ejemplo: "No es una crema, es tu spa portátil diario").

5. Haz que lo imaginen. Tu cliente compra con imágenes mentales. Frases como: "Imagina que llegas a casa y..." → abren puertas químicas.

6. Escucha activa. Tú hablas un 30 %, él un 70 %. Detecta su código dominante. Devuélvelo en forma de visión emocional.

7. Construye tu historia espejo. Usa historias reales (o reales en apariencia) donde el cliente se vea reflejado. El "eso me pasa a mí" es más persuasivo que cualquier argumento técnico.

8. Diseña tus 3 escenarios de precio.

- Básico = seguridad.
- Medio = placer + lógica.
- Premium = sueño + urgencia.
El 70 % elegirá el del medio si lo presentas bien.

9. Valida su dolor. No huyas del problema: nómbralo. Abrázalo. Muestra que lo entiendes mejor que él. Solo así confiará.

10. Persuade sin manipular.

- No prometas lo que no entregas.
- No despiertes miedo sin solución.
- Habla al reptil, pero cumple con el neocórtex.

11. Haz que te recuerde. Usa metáforas, pausas, humor. Tu mensaje tiene que "sentirse", no solo entenderse.

12. No lo olvides: tú también tienes cerebro. Si no te crees lo que vendes, el cuerpo lo delata. Visualiza tu objetivo diario, entrena tu discurso y repítelo hasta que suene como nacido de ti.

ZONA DE FUEGO: EJERCICIOS PARA VENDER.

TODOS LOS EJERCICIOS DEL MÓDULO (RESUMIDOS Y LISTOS PARA HACER)

1. ROBA, REESCRIBE Y REINVENTA

- Hackea el mensaje de un competidor.
- Detecta el código reptiliano que usa.
- Reescribe desde otro código más potente.
- Compara cuál conecta mejor.

2. AFINA TU COPY CON CHAT GPT

- Usa los prompts para detectar tu código emocional.
- Genera frases específicas según el código.
- Testéalas como si fueras el cliente.
- Adáptalas a diferentes formatos (asunto, eslogan, guión, etc.).

3. REESCRIBE TU MENSAJE DE VALOR

- ¿Qué dolor concreto alivias?
- ¿Qué placer incrementas?
- ¿Qué le das que antes no tenía?

4. TEST DE LOS 4 NOES

- Recoge 4 negativas reales.
- Analiza: ¿qué dijiste?, ¿dónde se perdió la atención?, ¿qué emoción creías activar y cuál activaste?

- Ajusta tu discurso y vuelve al campo.

5. CREA TU HISTORIA CON IMPACTO EMOCIONAL

- Elige un código reptiliano (usa la tabla).
- Escribe una historia breve que dispare ese código.
- Usa el prompt del módulo si necesitas ayuda.

6. DISEÑA TUS 3 ESCENARIOS DE VENTA

- Escenario A: básico y seguro.
- Escenario B: deseable y lógico (el que más venderás).
- Escenario C: premium y aspiracional.
- Añade una frase final con gancho químico.

7. CONSTRUYE TU HISTORIA ESPEJO

- Caso real o ficticio, pero con emoción auténtica.
- Muestra el antes/caos → el después/alivio.
- Haz que el cliente se vea ahí sin que lo nombres.

8. CHECK DE COHERENCIA COMERCIAL

- ¿Tu web, redes y WhatsApps cuentan la misma historia?
- ¿Tu discurso refleja el valor que prometes?
- ¿Tu lenguaje no verbal dice lo mismo que tu copy?

9. VISUALIZA TU OBJETIVO DE VENTAS



- Define tu cifra ideal. Escríbela.
- Visualízala cada mañana.
- Repite tu "por qué" en voz alta: que tu cerebro lo grabe antes que tu cuenta bancaria.

10. ALINEA TU IDENTIDAD COMO VENDEDOR

- ¿Te crees lo que vendes?
- ¿Sientes que estás resolviendo un problema real?
- Graba tu discurso. Escúchalo. ¿Transmitirías confianza si fueras tú el cliente?

EL FEEDBACK DE TUS EJERCICIOS.

Instrucciones importantes para enviar tu corrección personalizada:

1. Haz clic en el enlace que encontrarás a continuación para **descargar la plantilla** desde Google Drive. [📄 Plantilla de corrección](#)
2. Completa todos los ejercicios siguiendo las indicaciones de cada uno.
3. Una vez finalizados, envíalos por email a 📧 info@doblezzero.com
4. En el asunto del email, indica: **"Ejercicios módulo 1 - [Tu nombre completo]"**
5. Dentro del email, añade:
 - **Tu nombre y apellidos**
 - **Qué tipo de negocio tienes** (cuanto más específico, mejor podré ayudarte).

📌 **Recuerda:** Esta revisión es personalizada. No me interesa que lo hagas perfecto. Me interesa que lo hagas con intención, con honestidad... y que aprendas de lo que funcione y de lo que no.

Cualquier duda, escríbeme a info@doblezzeroagency.com

Te espero.

Deivid.

LAS PLANTILLAS QUE HARÁN QUE ABRAN TU CARTERA

Lo que vas a encontrar aquí no son plantillas.

Son trampas emocionales bien montadas para que tu cliente no solo lea... **actúe.**

¿De qué va esto?

De dejar de improvisar con textos que suenan "correctos" pero no convierten, y empezar a usar estructuras diseñadas para activar decisiones (aunque el cliente tenga el bolsillo apretado y el cerebro en modo defensa).

En este pack tienes:

- Una **landing de venta** que no te hace parecer desesperado, sino inevitable.
- Un **email de captación** que no pide permiso, pide acción.
- Un **email de venta** que justifica el precio sin pedir disculpas.
- Un **email de urgencia** que no suena a truco barato, sino a oportunidad que se esfuma.

Todo basado en el módulo "Vender o ser olvidado".

Todo estructurado para que adaptes, no copies.

Todo pensado para que tu comunicación venda... sin sonar a vendedor.

Landing de venta.

Es una **estructura pensada para vender incluso en tiempos difíciles**, cuando la atención escasea y la confianza está por los suelos.

Cada sección está marcada con un **emoji**.

Ese emoji representa un **bloque estratégico** que debe aparecer sí o sí en tu página de ventas.

Tu objetivo es claro:

- Rellena cada apartado con intención.
- Escribe como si estuvieras hablando directamente con ese cliente que no sabe si comprar o seguir dudando.
- No maquilles: convence. No adornes: activa deseo.

Y una recomendación importante:

Para que esta landing funcione de verdad, **debes haber trabajado a fondo el análisis de tu cliente ideal y la oferta irresistible de tu producto o servicio.**

PROMESA QUE HAGA SALTAR EL CLIC

Tu promesa no es lo que enseñas. Es lo que consiguen gracias a ti.

Ejemplo: "Aprende a vender tus servicios sin parecer desesperado ni bajar precios".

Instrucción: Céntrate en el mayor resultado emocional o tangible que generas. Si aún no tienes claridad, piensa qué te agradecen más los que ya han trabajado contigo.

TÍTULO PRINCIPAL: EL GOLPE DE EFECTO

Tu título debe ser más fácil de leer que de ignorar.

Ejemplo: "El método para no arrastrarte por los grupos de WhatsApp intentando vender".

Instrucción: Si tienes una oferta concreta (una metodología, un enfoque único), nómbralo. Evita frases genéricas como "Aprende a vender".

BOTÓN DE COMPRA O AGENDA

CTA breve y directa: "Quiero entrar ahora", "Acceder por 67 €", "Reservar mi plaza".

 Justo debajo, añade urgencia o escasez real:

- "Oferta válida hasta el domingo a las 23:59".
- "Solo 30 plazas disponibles".

DOLOR SIN DRAMAS, PERO CON VERDAD

Aquí es donde hablas de lo que duele, sin dar lástima.

Ejemplo: "Sabes más que muchos gurús, pero no vendes ni la mitad. Y lo sabes".

Instrucción: Si no tienes hecho el documento del avatar, piensa: ¿Qué se repite siempre que alguien te contacta? ¿Qué frases usan? ¿Qué les frustra?

BENEFICIOS ADICIONALES (LOS EFECTOS COLATERALES POSITIVOS)

Esto no es solo lo que consiguen. Es lo que empieza a pasar después.

Ejemplo: "Ya no vendes. Ahora la gente te pide precio sin haber preguntado qué haces".

Instrucción: Usa frases que tu cliente se diría a sí mismo cuando esto empiece a funcionar.

PARA QUIÉN ES

Define quién puede aprovechar esto... y quién no.

Ejemplo: "Si vendes servicios y estás cansado de regalar tu trabajo, esto es para ti".

Instrucción: Piensa a quién sí puedes ayudar de verdad. Cuanto más específico, más vende.

LO QUE CONSEGUIRÁ

Aquí le pintas el "antes y después" real.

Ejemplo: "Pasarás de perseguir clientes a tener una bandeja de entrada que da gusto abrir".

Instrucción: Usa deseos concretos. No pongas "aumentarás tu autoestima" si puedes decir "dejarás de disculparte por cobrar lo que vale tu trabajo".

SEGUNDO CTA DE COMPRA O AGENDA

CTA + urgencia o escasez. Refuerza que sigue activa la oferta o plazas limitadas.

QUÉ INCLUYE

Una vista rápida pero contundente. El lector debe decir: "Esto tiene chicha".

Ejemplo:

- Módulo 1: Cómo escribir para que te compren.
- Módulo 2: Cómo activar deseo sin trucos baratos.
- Feedback personalizado para los 30 primeros.

 **Instrucción:** Si no tienes estructura de módulos clara, nombra los bloques de transformación que trabajas.

DETALLE DE MÓDULOS O CONTENIDO

Aquí argumentas como si cada módulo fuera un minicurso.

Instrucción: No digas solo lo que contiene, di por qué es esencial para lograr el objetivo.

TESTIMONIOS

Si tienes uno bueno, úsalo. Si no, empieza por compartir tus propios resultados o frases reales de tus primeros clientes.

👊 "SÍ, TÚ TAMBIÉN PUEDES"

Rompe la objeción de "esto no es para mí".

Ejemplo: "No necesitas seguidores, ni web, ni padrino. Solo ganas y método".

Instrucción: Piensa qué excusa suele poner tu cliente antes de dar el paso.

✂️ ALTERNATIVAS QUE NO FUNCIONAN

Desactiva lo que ya han probado y no les funcionó.

Ejemplo: "¿Contratar otra agencia? ¿Probar otro curso gratuito? Ya sabes cómo acaba".

🛒 TERCER CTA DE COMPRA O AGENDA

Refuerza oferta, plazo o plazas limitadas.

📁 APILAMIENTO DE VALOR

Haz una lista de TODO lo que se lleva con valor estimado.

Ejemplo:

- Módulo 1 al 6: 159€
 - Bonus 1: Cómo vender caro → 77€
 - Bonus 2: Cialdini aplicado → 57€
 - Feedback para 30 primeros → 259€
- Total: 552€**
Hoy: 67€

💰 PRECIO, FECHA LÍMITE, CUOTAS

Hazlo muy claro. Nada de letras pequeñas.

"Precio especial: 67€ hasta el domingo".

"O 2 cuotas de 34,50€".

GARANTÍA

Si hay garantía, dilo con naturalidad. Si no, justifícalo con tu posicionamiento.

Ejemplo: "Esto no es reembolsable porque una vez lo abres, tienes acceso completo y no vendo humo".

MÁS TESTIMONIOS (si los tienes)

QUIÉN ERES Y POR QUÉ DEBERÍAN ESCUCHARTE

No cuentes tu vida. Cuenta por qué les puedes ayudar hoy.

"Soy [nombre], y hace 3 años no me compraban ni con cupones. Hoy ayudo a [tipo de cliente] a vender sin arrastrarse".

PREGUNTAS FRECUENTES

Responde a objeciones como:

- ¿Y si no tengo tiempo?
- ¿Esto sirve si nunca he vendido?
- ¿Y si no tengo seguidores?

Instrucción: Si no tienes un manual de objeciones, escribe lo que te suelen decir antes de comprar y contéstalo con honestidad.

CTA FINAL

Repetición del botón con urgencia o escasez.

Email de captación.

Este no es un email cualquiera.

Es el primer disparo. El mensaje que decide si el lector te ignora... o si entra en tu mundo.

Funciona tanto si estás lanzando:

- ✓ Un producto nuevo
- ✓ Un servicio de alto valor
- ✓ Una formación grabada
- ✓ Una masterclass gratuita
- ✓ O incluso un simple recurso descargable

Tu única misión con este email es **conseguir clics y atención**, no cerrar ventas todavía.

Por eso, usa este texto como base, **pero adáptalo a tu lenguaje y a lo que estás presentando**.

Evita sonar "institucional". Este mensaje tiene que **despertar curiosidad, activar deseo** y dejar claro que **lo que estás lanzando no es más de lo mismo**.

1. Línea de asunto (enganche sin spoilers):

Crea intriga sin revelar todo. Usa la curiosidad como anzuelo.

Ejemplos:

- "Lo que se acaba de activar te interesa"
- "¿Y si el problema no es lo que crees?"
- "Esto acaba de salir del horno (y no durará mucho)"

2. Frase inicial de ruptura:

Empieza con una frase corta que despierte atención. Que suene directa, real y sin rodeos.

Ejemplo:

"Hay cosas que no se solucionan con buena intención."

3. Introducción breve al contexto (sin vender todavía):

Conecta con el estado actual del lector. Puedes usar una pregunta, una afirmación incómoda o una reflexión.

Ejemplo:

"Quizá ya lo has probado todo. O crees que lo estás haciendo bien. Pero algo sigue sin encajar."

4. Presentación del recurso/oferta/formación (con promesa implícita):

Introduce lo que estás lanzando como una **oportunidad concreta**, no como un evento genérico.

Ejemplo:

"Acabo de lanzar algo pensado para cambiar eso. Sin rodeos, sin relleno, sin más de lo mismo."

5. Pista de valor (sin revelar todo):

Anticipa lo que van a descubrir, aprender o conseguir... pero sin contarle todo.

Ejemplo:

"Una estrategia que ya está funcionando para otros como tú. Una forma nueva de enfocar el problema desde la raíz."

6. CTA suave con enlace:

Invita a descubrirlo. Que parezca una **decisión inteligente**, no una compra impulsiva.

Ejemplo:

"Te lo explico aquí (sin prisas, pero sin pausas):

👉 [ENLACE]"

7. Cierre emocional o inspirador:

Cierra con una frase que haga que el lector **sienta que esta vez sí puede ser diferente**.

Ejemplo:

"A veces, todo empieza por una decisión. No por suerte. No por esperar. Por decidir hacer algo distinto."

Email de venta.

Este email está diseñado para vender. Sin rodeos y sin importar si el lector viene de una clase, un reel o un anuncio. No importa si ofreces un producto de 29€, un servicio de 500€ o una formación de 97€, **esta estructura se adapta a todo**.

Tu trabajo es saber contar por qué lo que vendes importa HOY.

1. Asunto directo

Debe levantar cejas, no alarmas. Evita spam, promesas vacías o exclamaciones múltiples.

Ejemplo:

- No lo compres aún
- Esto no es para todos
- Hoy decides cómo vendes mañana

2. Subasunto (opcional)

Complementa el asunto si quieres abrir más curiosidad. No lo repitas, no lo expliques. Añade tensión o urgencia suave.

3. Saludo con gancho

Evita cortesías de relleno. Empieza con una frase que obligue a seguir leyendo.

Ejemplo: Hay un tipo de persona que este email puede cambiarle la semana. Y sí, podrías ser tú.

4. Referencia breve si ya hubo una clase, contenido o anuncio anterior

No expliques, solo enlaza o menciona. Un párrafo como máximo.

Ejemplo: Si viste el vídeo, ya sabes que esto no va de escribir bonito. Va de vender o ver cómo otros te pasan por la derecha.

5. El "por qué ahora"

Justifica por qué esto es importante en este momento. Vincúlalo al problema real del lector y a su contexto actual (crisis, confusión, estancamiento, etc.).

Ejemplo: Seguir posponiendo solo te mantiene donde estás. Con el mismo problema y las mismas excusas.

6. Presentación de tu producto o servicio

Describe qué es, sin adornos. Usa un lenguaje que pueda imaginarse en su día a día.

Ejemplo: Es una guía clara para vender más caro sin sonar desesperado. Aprenderás qué decir, cómo decirlo y por qué funciona. Y lo aplicarás en 7 días.

7. Beneficios dominantes (no más de 4)

Que pueda ver qué le resuelve, no lo que contiene.

Ejemplo:

- Vas a entender qué activa el deseo en tu cliente.
- Vas a aprender a fijar precios que no se negocian.
- Vas a tener una estructura que convierte.
- Y vas a dejar de regalar tu trabajo.

8. Lo que incluye (listado corto y claro)

No lo exageres. Simplemente, cuéntalo como si se lo dijeras a un amigo.

Ejemplo:

- El módulo completo con ejercicios prácticos
- Bonus para vender cuando nadie compra
- Bonus de persuasión con Cialdini
- Feedback para los primeros (sólo 30 plazas)

9. Precio y urgencia

Preséntalo sin miedo. Si hay descuento o fecha límite, dilo sin vueltas.

Ejemplo:

- Precio actual: 67 €
- Disponible hasta el domingo a las 23:59.
- Después vuelve, pero sin descuento ni bonus.

10. Testimonio o prueba social (si tienes)

Usa ejemplos reales, breves y con resultados claros.

Ejemplo: "Aplicando solo un módulo, firmé dos clientes en una semana. No es humo." - Rosa, gestora de redes

11. Llamada a la acción (repetida al menos dos veces)

Da la opción de comprar sin tener que buscar el enlace.

Ejemplo:

- Haz clic aquí y entra hoy mismo.
- Si no das el paso ahora, probablemente tampoco lo darás mañana.

12. Despedida con intención

Evita frases genéricas. Cierra con decisión.

Ejemplo: Esto no es para todos. Pero si has leído hasta aquí, puede que sea exactamente para ti.

13 Posdata (recordatorio estratégico)

Refuerza urgencia, limita plazas o vuelve a mencionar el bonus.

Ejemplo:

- P.D. - El precio sube el domingo.
- Los 30 primeros tienen feedback incluido.
 - Si no sabes si es para ti, contéstame a este email.

Email de urgencia.

Este es el **último email de tu campaña de ventas**. El de cierre. El de "ahora o nunca".

Su función no es educar. Ni entretener. Su función es hacer que el lector decida. Y lo haga hoy. Porque la oferta se termina.

Usa esta estructura siempre que lances una **promoción con fecha límite**, una **plaza limitada**, o un **precio especial** que tenga los días contados.

1. Asunto

Directo. Sin adornos. Y que active el miedo a perderse algo real.

Ejemplo:

- A las 23:59 ya no puedes
- Esto desaparece hoy
- Última llamada (en serio)

2. Subasunto (opcional)

Puede aumentar la urgencia o añadir claridad sin repetir el asunto.

Ejemplo:

- Últimas horas para entrar
- Después será más caro

3. Saludo con tensión emocional

Empieza recordando que no es un email más. Es **el último**.

Ejemplo: Este no es otro email de "ya lo pensaré". Este es el de "se acabó".

4. Recordatorio breve de contexto (si lo hay)

Si has hecho un webinar, una masterclass, o has enviado correos previos, haz una mención rápida.

Ejemplo: Si has estado siguiéndome esta semana, ya sabes de qué va esto. Y también sabes que a medianoche se cierra.

5. CTA directa (link a la landing o a la llamada)

No esperes al final. Ponlo ya.

Ejemplo: Aquí está el enlace por si ya lo tienes claro: [ENLACE]

(Repite este CTA más abajo).

6. Nombre del producto + promesa clara

Vuelve a contar **qué es y qué transforma**. En una frase.

Ejemplo: Se llama "[Nombre]" y no es otra formación más. Es la hoja de ruta para que vendas incluso cuando todo el mundo baja precios.

7. Recordatorio de hasta cuándo está disponible

Debe estar clarísimo.

Ejemplo:

- Estará disponible solo hasta esta noche, a las 23:59. Ni un minuto más.
- A partir de mañana: sin bonus, sin feedback y a otro precio.

9. Qué incluye + beneficios clave (con claridad visual)

Usa listas. Sé concreto.

Ejemplo:

- Acceso al módulo completo con ejercicios prácticos
- Bonus "Vender caro cuando nadie compra"
- Bonus "Los 6 principios de Cialdini aplicados"
- Feedback personalizado (solo para los 30 primeros)
- El método exacto que activa el deseo de compra
- Plantillas listas para aplicar lo aprendido

10. CTA secundaria (después del contenido)

Ejemplo:

- Este es el enlace que necesitas: [ENLACE]
- Si quieres aprovecharlo, es ahora o ahora.

11. Testimonio o historia espejo (si tienes)

Usa solo uno si es corto, pero impactante.

Ejemplo: "No pensé que esto fuera a funcionar. Pero tras aplicar un solo módulo, cerré 3 clientes nuevos en 6 días." - Marta, copy freelance

12. Recordatorio técnico o respuesta a dudas frecuentes (si aplica)

Por ejemplo:

- Si no sabes cómo se paga: puedes hacerlo con tarjeta o PayPal. Y en menos de 2 minutos.

- Si no lo ves claro, responde a este email y te contesto.

13. Cierre con presión emocional suave

Haz que sienta que lo importante no es que tú vendas, sino que **él no se quede fuera**.

Ejemplo: Puedes posponerlo. O puedes dejar de competir por precio y empezar a vender con cabeza.

14. Posdata estratégica

Refuerza lo que se pierde, no solo lo que se gana.

Ejemplo: P.D. Esta noche a las 23:59 se cierra todo. Sin bonus. Sin feedback. Y a otro precio. Si no lo compras ahora, probablemente no lo harás mañana.

Con estas tres estructuras, tienes una base sólida para lanzar lo que quieras: un curso, un servicio, una oferta puntual o esa formación que aún está cogiendo polvo en tu cabeza.

No importa si partes de cero o si ya llevas años vendiendo: cuando el mensaje está bien estructurado, se nota. Y se nota en las ventas.

Ahora solo falta una cosa: que las uses. Que las adaptes a tu negocio. Que pruebes, ajustes y afiles el texto hasta que haga clic en la cabeza (y el bolsillo) de quien te lee.

Porque al final, lo que no se comunica, no se vende.

Y lo que se comunica sin estructura... se pierde.

Nos vemos en lo que viene.

Y lo que viene, si lo aplicas bien, huele a conversión.

Nos leemos,

Deivid.



Página intencionadamente en blanco

