NEOSA

Creadores de método

02 Origen

03 Nada hay que sea imposible

04 Invertimos

Sin apuestas ni riesgos (contra resultados)

06 ¿ Te quieren o te mienten ?

06 ¿ Para hacer qué ?

07 Referencias

Modos de intervención

08 Perfiles de inversión

09 Invertimos con ...

10 Sólo para ventas & marketing

11 Selección "Just one"

12 Opciones

Método, herramientas y plan

13 ¿ Dónde quieres llegar ?

14 Verificación subrogada

15 Verificación Times & Teams

Desembarco

17 ¿ A qué suena tu historia ?

18 ¿ Qué dejas al marchar ?

19 Un cliente una playa

ORIGEN

Siempre que un uso, costumbre o pensamiento se ha enfrentado a la instintiva inquietud del hombre, es porque hubo quien alzó la mirada más allá de la historia, alguien que no estuvo de acuerdo, alguien que se hizo preguntas.

No es la primera vez que ocurre y en nuestro caso quizás espoleados porque entonces éramos jóvenes, tal vez pecamos de valientes o puede que tan sólo fuéramos insolentes, pero así lo creímos.

No nos pareció razón suficiente que todos hicieran lo mismo, tampoco la falsa sentencia de que así se hacia desde siempre y menos aun, el hecho de que fueran "esas técnicas" las que todavía hoy enseñan en las escuelas de ventas.

Acaso hay una manera mejor de VENDER, que hacer que sea el propio cliente quien desee comprarte ?

Sin embargo, presentar batalla a los ejércitos de la tradición, exigió primero diseccionar nuestro grado de determinación hasta que halláramos respuesta a la cuestión más elemental.

Nosotros somos "de ventas".

ABRIENDO CAMINOS

Cuando persigues defender nuevas fórmulas de actuación sobre el Proyecto de otros, no puedes hacerlo sin involucrarte.

Las empresas ya saben lo que es una consultoría externa, llegan, te preguntan, te enamoras de sus presentaciones, te sugieren qué tienes que hacer o cambiar, te cobran y se van.

Eres tú quien ha de bajar a la arena.

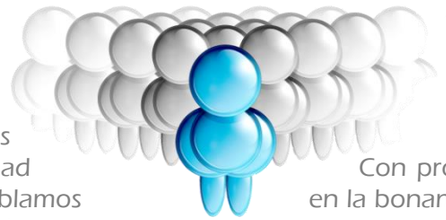
Actuando desde NEOSA nuestra empresa actora, siempre hemos considerado que para demostrar la veracidad de lo que defendíamos, lo mejor era hacerlo nosotros primero.

Para abrir caminos hay que mancharse las botas. Hay que ponerse delante.

Primeros en entrar, últimos en salir.

Integrándonos como uno más de sus equipos, asumiendo la responsabilidad respecto a la evolución de la que hablamos y exponiendo toda nuestra retribución a que por ello se obtuvieran resultados.

.



Nada hicimos por dinero aunque por supuesto lo cobramos.

Hemos buscado confirmar que lo conseguido era de aplicación en múltiples entornos y mejor aun, si además de en **multinacionales**, conseguíamos hacerlo crecer en empresas con menos recursos.

Pero con grandes ideas.

Demostrando que existen modos para "seducir voluntades" que no dependen del talonario.

En la confianza de que habría un día en que pudieran compartirse como unidades de experiencia.

A nosotros nos han servido bien.

Sin excepción.

Con productos o servicios, en la bonanza y en la recesión, en nuestro país y fuera de él.

Sin importar el tamaño del desafío, haciendo que una empresa local pasara a NACIONAL en menos de un año, o creando una red de Distribución en tan sólo tres meses.

MEDALLERO

No hemos sido nunca una empresa grande pero hemos hecho GRANDES COSAS.

Actuando siempre desde el silencio, con el fin de ensalzar la notoriedad de quien en cada ocasión fue nuestro cliente.

Por lo que los **PROYECTOS PARTICIPADOS** y sus obstáculos vencidos son todas nuestras medallas y no las queremos de otro tipo.

Nuestra misión ya en el origen, no ha sido otra que sumarnos a participar de escenarios empresariales en los que ya históricamente, se actuaba bajo roles anclados y prohibidos de transformar.

Muchas son las cosas que de siempre se presumían incontestables, como la casilla que de cada uno de sus actores se espera que ocupe, quién debe ser cada ficha y cuáles son las normas.

Convirtiéndose así cada proyecto en el marco ideal para que las TÉCNICAS y MÉTODOS que abanderamos tuvieran donde expresarse.

Interviniendo sobre los escenarios sin desmantelar sus tableros, modelando percepciones mediante la gestión del deseo, actuando en la raíz de las cosas y encontrando respuestas.

Respuestas acerca de cómo proceder para que te compren.

Porque así tus clientes lo quieran, porque lo deseen.

(1) Nombre comercial NEOSA Creadores de Método

TRÁNSITO

Iniciada nuestra andadura, estos 35 años han sido un recorrido mononuclear, concentrados en cada momento a un solo proyecto, un solo cliente.

Tanto en cuanto no diéramos uno por terminado, no comenzaba el siguiente.

Buscando siempre involucrarnos en lo "imposible", aceptando desafíos con horizontes que ni siquiera para su promotor eran visibles y cuyos resultados, año tras año, curten con valor nuestras mochilas.

Acompañando siempre a quienes ya con su visión todo lo tenían, aunque no supieran cómo ponerlo en marcha, aunque no pudieran financiarlo.

Haciendo uso de Técnicas y Métodos con los que se abren caminos, cosechando para las empresas frutos "a corto" y así continuar avanzando.

Siendo para nosotros una intensa experiencia que a modo de INVERSIÓN, hemos realizado bajo unas denominaciones u otras, obrando en la actualidad como figura mercantil NEOCONOMY Inteligencia Emocional (1), desde donde seguimos invirtiendo.

Si lo que buscas conseguir
nunca se hizo antes,

... hablemos.

Sin apuestas ni riesgos.

Contra resultados

¿ TE QUIEREN o TE MIENTEN ?

No digas que no ..., seguro que alguna vez también lo has pensado. Como empresario estás rodeado de quienes "cortejan tus oídos" con expectativas que se cumplan o no, para ellos son un buen dinero y para ti por el momento ..., son sólo un gasto.

Otro gasto.

Y puede que te preguntes si no quedan de aquellos, que dominando el que sea que es su oficio, abordan sus objetivos con determinación. Ya sabes ..., con esa contundente confianza que notas en ellos nada más verles empezar, como si ya supieran dónde van.

Una raza de pioneros que abrazando la aventura de lo que no se ha hecho antes, someten sus miedos al juicio de la razón y convencidos, abren una vía justo allí donde otros decían que no podía hacerse.

Y porque así lo saben ..., no tienen inconveniente en recibir su compensación una vez compruebes por ti mismo que aquello que querías, ya lo tienes hecho.

En nuestro caso, que siempre hemos apuntado más allá de "un sueldo seguro" y dicen que digno, somos de apostar a futuro sabiendo qué significa invertir.*

Hasta que tú no cobres, no nos pagas.

(*) Sólo para Proyectos que no puedan acometer otros. Para otro tipo de Servicios, ver Deneo Tools y Deneo individual®.

¿ PARA HACER QUÉ ?

El conocimiento adquirido nos ha dotado de capacidades con las que abordar diferentes tipos de desafíos

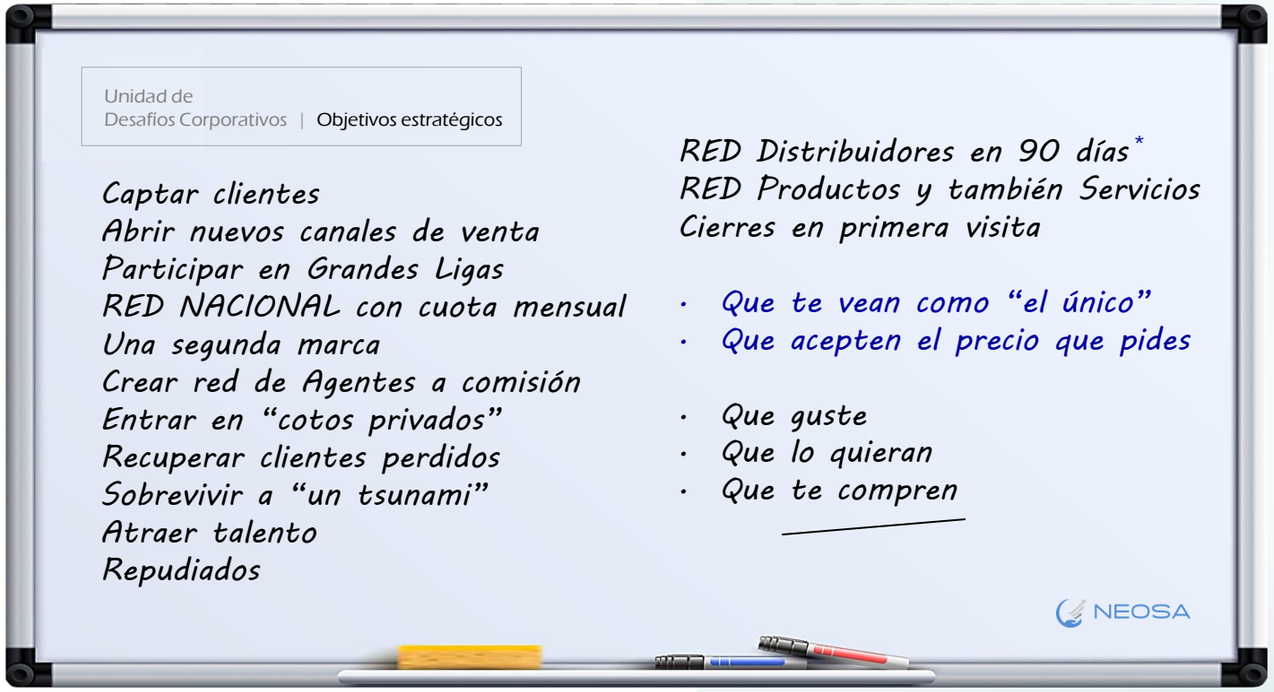
Desafíos que se pueden segmentar por los objetivos pretendidos: desde hacer mucho con muy poco, hasta los conocidos como "imposibles" de alcanzar en tan poco tiempo.

Si bien en ambos casos habitan el reto y la contienda, cuando se trata de vencer a "un Goliath" desde una posición más sencilla, reconocemos encontrar en su conquista mayores cuotas de aventura.

Así resulta en los primeros pasos de las Grandes Ligas, o al aproximarte a nichos de mercado ocupados por GIGANTES de la industria.

Y que podrás rendir no con dinero, tampoco con un "gastado discurso" de sangre y arena. Necesitarás algo de :

Método, herramientas y plan.



* 120 días si en lugar de productos la RED es de Servicios

Ahora bien ..., cuando el objetivo pasa por desafiar a los "Dioses del tiempo", logrando en pocos meses lo que otros tardaron años en conseguir, es necesario desaprender para poder gobernar "esa realidad" en la que otros viven y están ..., la de la percepción.

Donde para "diferenciarte" has de ser tan distinto ..., que al verte crean que no eres más de lo mismo.

Eres "otra cosa".

Toparás con tableros, fichas y normas que no son roca. Se pueden modelar.

UN VIAJE COMPARTIDO

Para ganar en esto hay que hacer sentir además de razonar y esto la gente lo nota. Es más, miles de empresas reinciden en malgastar su dinero en acciones y/o campañas que nada transmiten.

Cliente que nada siente, nada recuerda.

Es por eso que desde fases muy tempranas de la gestión habrás de lograr el "que guste" (primer movimiento), pues sólo así conseguirás sobrevivir al juicio del umbral.

Una vez dejan que te aproximes y desplegado tu relato, contenidos y maneras te harán merecedor del "que lo quieran" (segundo movimiento).

No comprando lo que vendes sino lo que sienten con lo que te escuchen contar.

Tras lo cual, será fácil hacer que te reconozcan como valedor de lo que a cambio dices que pides y entonces sucederá ..., el tercer movimiento.

Que te compren.

(2) ver en www.neosa.es/referencias

(1) Ver en www.neosa.es/contact

AÑOS y zapatos

Nuestras TÉCNICAS y MÉTODOS no son una ciencia teórica ni las aprendimos de terceros.

Su singularidad ha podido expresarse en proyectos efectuados sobre EMPRESAS REALES, con nombre y apellidos. Desarrollados por entidades del Grupo operando a modo de Taller de ideas, asumiendo su ejecución e invirtiendo lo cosechado durante años en completar la metodología aplicada.

Considerando como retorno suficiente
su perfeccionamiento.

Cuando invertimos en proyectos que son de otros, solo lo hacemos para un solo cliente. Hasta que no terminamos un trabajo no comienza el siguiente.

Es por ello que NUESTRA INVERSIÓN está sometida a procesos de selección y convocatoria (1).

Cierto tipo de conocimientos no se encuentran en los libros, menos aun, si gracias a ellos consigues lo que nunca se había logrado antes (2).

Años y zapatos.
Hay que gastar muchos zapatos.

---------- Inversión ----------

NEOSA Proyectos

----- Servicios Facturables -----

Deneo Tools - Deneo individual

Modos de intervención

PERFILES DE INVERSIÓN

Puesto que lo que hemos buscado siempre es poner a prueba nuestros métodos y a su vez, nutrirlos desde la experiencia, es fundamental que el proyecto en el que vayamos a invertir contenga desafíos que no se hayan logrado antes. Tampoco por nosotros mismos.

Por tanto, no abordamos como inversión todo aquello que puedan hacer otros o que pueda comprarse, pues así aparezca en la lista de precios de alguien.

Pero aun dándose parecidos en objetivos o en el perfil de quienes intervienen ..., en lo que nosotros hacemos tableros, fichas y normas no se repiten.

Una RED de pago con 450 Distribuidores en diez años es lo normal, hacerlo en 90 días* ya no es imposible.

Hacer que te compren cuando te llamas Apple es fácil, pero que los demás quieran comprarte cuando aún no te conoce nadie, también sabemos cómo.

Ahora bien,
si haces todo eso con muy poco y compitiendo contra otros que nadan en dinero ..., entonces es sublime.

Es obsceno.

(*) Tiempo de sólo ejecución tras periodo de I + D + i

MANUAL DE APORTACIONES

Cuando los desafíos que se pretenden conquistar se ven desde una posición altamente resolutiva, los recursos que se creen necesitar cambian.

Mapeos del Sector, de clientes y de la competencia.
- Ingeniería de ventas -

Sobre todo si como es en nuestro caso, se aplican técnicas propias para catalogar en qué tablero se suceden los hechos, quién es cada ficha y cuáles son las normas.

No obstante es importante destacar, que una vez se establecen objetivos y recompensas, es NEOSA quien determina los recursos que en cada desafío se habrán de aportar.

Ya han habido casos en que los titulares de un Proyecto sostenían necesitar equipamientos y capital, cuando al final fue suficiente con un especialista a "media jornada", algo de método y marketing.

O que costaría más allá del millón y demostramos poder hacerlo por menos de treinta mil.

Nuestra decisión de inversión no se basa en "lo que ponemos", sino en desafíos que ambos queramos someter y sus recompensas.

No somos empresa de alquiler de recursos ni prestadores de capital, pero si tienes "un desafío" que nos motive, pondremos todo lo que el plan de trabajo nos pida.

Desde alquilar por seis meses una fábrica completa en Rusia, a crear empresas sólo para tu proyecto.

Invertimos con

Especialistas · Actuación a medida · Ingeniería ventas · Marketing Operaciones · Equipos completos · Marketing Corporativo · Equipamientos · Capital · Infraestructuras

SIN JUNTAS no hay fisuras

Si pensamos que una aportación como la nuestra debe efectuarse en más de un frente, es porque no existen las soluciones aisladas.

Tratamos un Desafío Corporativo como parte de un ecosistema, pues si por el camino dejas grietas sin cubrir ..., serán éstas por las que más adelante podrías llegar a caer.

Por ello, prestamos especial atención en que todo lo que aportemos al cliente se funda como uno con el resto de áreas y sus verdaderos protagonistas.

Porque al final, los caminos que abrimos no son para nosotros, sino para aquellos que desde nuestro cliente los habrán de utilizar después.

SÓLO VENTAS & Marketing

Dado que aportamos recursos contra resultados, dichos recursos se invierten en aquellas áreas que claramente son las que traen los ingresos.

Espacios, maquinaria u otros elementos de áreas como son producción, administración o logística, no son parte de lo que es nuestra inversión.

Tampoco cubrimos deudas pasadas.

Ahora bien, si lo que necesitas no forma parte de lo que aportamos ..., con los ingresos nuevos que tengas desde nuestra intervención y dado que lo tuyo es tuyo, podrás comprar, financiar o liquidar lo que quieras.

A fin de cuentas, buscamos asegurar nuestra inversión con lo que sabemos que añadirá valor a lo que ahora ya tienes y vendes.

Manteniendo un equilibrio sostenido entre la evolución ventas pactada y unas capacidades realistas de producción o servicio.

Se trata de llevar un "ritmo de crecimiento" según los máximos acordados. No queremos ni parones ni tropiezos.

Estos detalles serán determinantes a la hora de aceptar o no nuestra participación en un proyecto, ya que de nada sirve el incremento ventas que ocasionemos si luego no puedes entregarlo.

No obstante lo anterior, podemos aceptar "curvas de retorno" cuyos desafíos nos motiven para ajustar recursos y tiempos de actuación.

Eso sí, para incluir como objetivo que los incrementos de ventas se obtengan en un orden y cantidad determinados, habrán de tenerse en cuenta sus contrapartidas.

Es importante recordar que todo este análisis debe acometerse en las fases previas del Proceso de Selección, por lo que si no está bien especificada, tu petición pudiera no prosperar.

Si sólo puede haber uno, toda nuestra inversión sobre un solo punto.

Más clientes, más ingresos, más ventas.

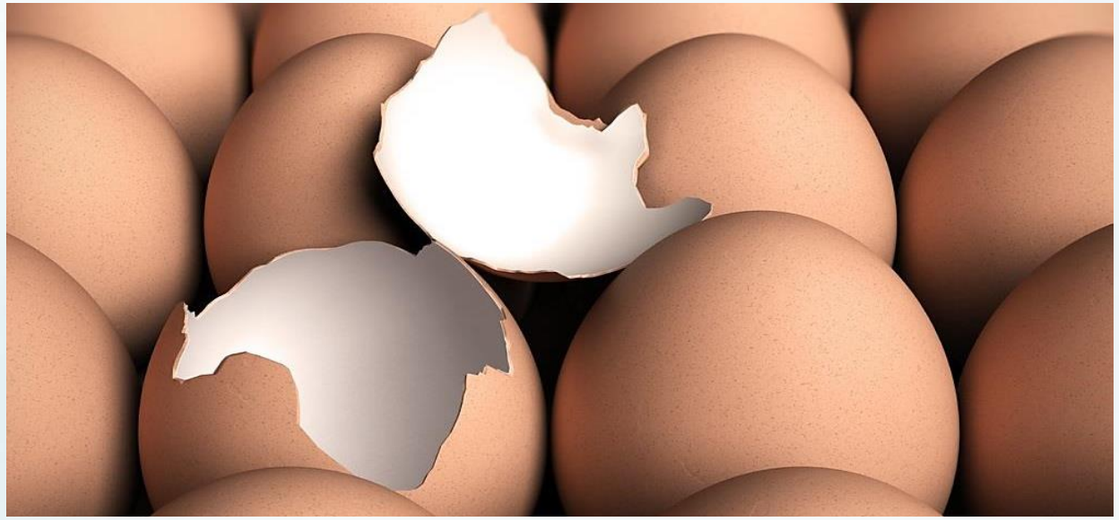
EL PRECIO DE UN SUEÑO

Sea lo que sea lo que ambiciones, captar clientes nuevos, abrir otros canales de venta, introducirte en las Grandes Ligas, tener tu propia red nacional de ventas, ..., nada hay que sea gratis.

Necesitas profesionales, equipamientos, espacios, servicios, por tener, hasta "las cosas" dicen tener un precio y todo el mundo quiere cobrar.

Pero no resta verdad que herramientas, método y plan no siempre son dinero y si acabamos poniendo lo nuestro en lo tuyo, sean personas, medios o el propio conocimiento, sería porque ya lo hemos hecho antes, además, llegado el caso y hechas las cuentas ....

aunque costase un millón.



Sólo podemos hacer UNO

Puesto que el resultado de nuestra inversión va a depender de nuestro trabajo, destinamos todos nuestros esfuerzos a un solo proyecto.

Y quedamos sometidos a dedicación exclusiva por un tiempo no inferior a los 2 años, lo que explica que seamos "algo exigentes" con los procesos de Selección.

Y dos años sin cobrar es mucho tiempo, como para además repetir caminos que ya nos son conocidos.

Pudiendo darse el caso que no demos por adjudicada una Convocatoria si en ella no encontramos una aventura que nos sea inédita.

De ser así, habremos de salir a buscarla.

TAMBIÉN PARA OTROS

Después de testar nuestras TÉCNICAS y MÉTODOS para que te compren, es ahora, 35 años más tarde, cuando además de continuar invirtiendo con ellas las dotamos de una vida propia.

Toda esta experiencia y conocimiento registrados como marca, se pone al alcance de profesionales de ventas que valoren especializarse en el uso de ciencias prácticas.

Certificaciones QTC - Clases y Grados

Por lo que establecidas sus correspondientes clases y grados, se ponen en manos de empresa creada al efecto para que se haga cargo de su difusión.

Aprobando acuerdos con escuelas de negocio para que en modo presencial, desplieguen y expongan exclusivos productos de formación.

No obstante, aun y con lo anterior, quedaba algo por hacer.

Deneo®
Ingeniería
del Comportamiento S. L.

Empresas y emprendedores piden adquirir fórmulas de venta hechas expresamente para ellos.

Sin maestros ni alumnos, tampoco aulas o estudios. Que sea algo que puedan comprar nos dicen.

En consecuencia, añadimos como servicios de nuestro portfolio, dos programas de acción.

Y ya que los compran, que tengan quien los ponga en marcha.

Quien los haga funcionar.

No es un profesor lo que buscan.
Necesitan un implantador.

Disponible en Junio 2020

Deneo Tools

Deneo individual

Copyright | Deneo
Ingeniería del Comportamiento

Implantador | NEOSA
Unidad de Desafíos Corporativos

Servicios facturables

OPCIONES

Dado que no a todo el mundo le apetece someterse a un proceso de selección, ni tampoco depender de cuándo podrá atenderle un proveedor, disponemos como facturables de dos programas de acción:

Deneo Tools y Deneo individual®

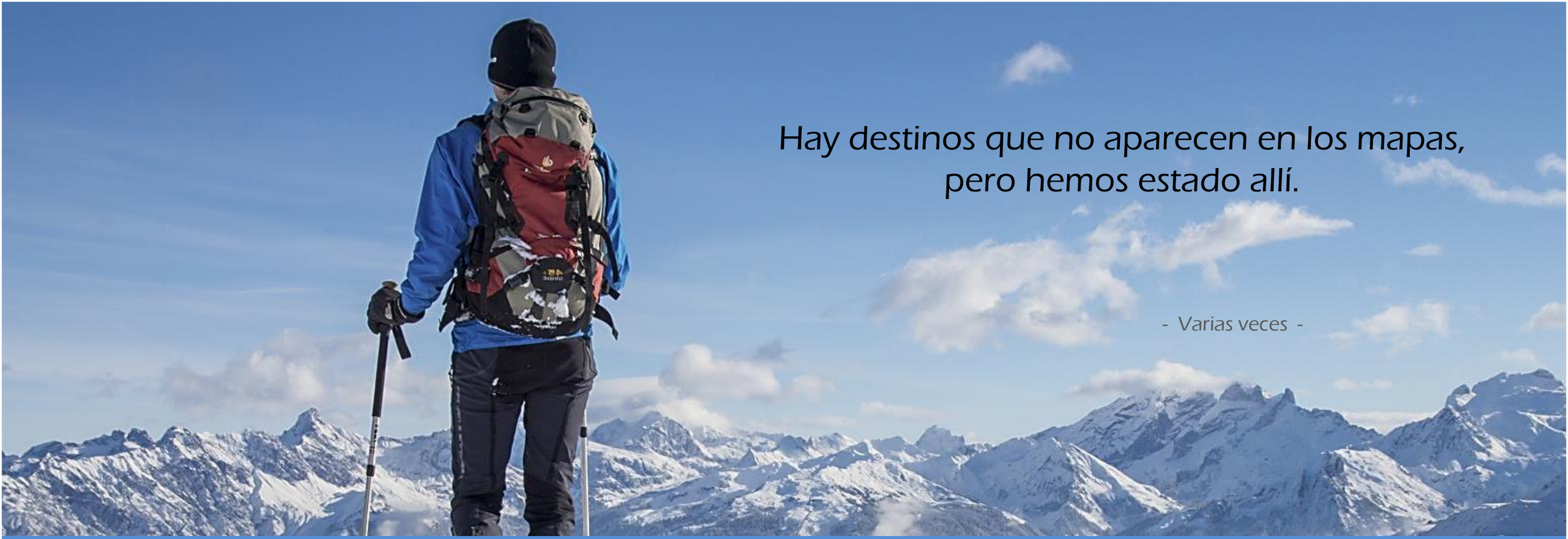
Programas que como el resto de encargos hacemos sólo a medida, con implantación y desarrollo en las instalaciones del cliente, y con una duración media aproximada de entre 3 y 12 meses.

Estos paquetes de servicios son también una opción para cuando se nos propone una inversión que no cumple con los requisitos de Admisión o, que no ha sido la seleccionada de su convocatoria.

Por supuesto que como servicio es accesible para el mercado en general y únicamente está sujeto a las condiciones de contratación.

Y dado que quienes los compran quieren ver acción y no formación, somos implantadores en exclusiva.

En cuanto a cuál es mejor para lograr según qué, falta saber dónde quieres llegar.



Método, herramientas y plan

¿ DÓNDE QUIERES LLEGAR ?

Ya que no es lo mismo trabajar para conseguir una nueva facturación de cien mil € que de UN MILLÓN, como tampoco conseguir lo de 5 años en sólo unos meses, lo primero es definir dónde quieres llegar.

Ya sabemos que todas las empresas lo que quieren es facturar más, vendiendo más, a más gente o más caro, pero ..., cuál es tu objetivo estratégico* ?

Pues una vez fijado el destino sabremos si estamos ante "un imposible", que aun siendo de resultados tardíos bien merezca de inversión o en su defecto, se trata de un objetivo configurable a valor cerrado y con menores tiempos de operación.

Es preciso tener en cuenta que aunque técnicas y métodos van a ser los mismos en cualquier caso, lo primero que hacemos es conocer "desde dentro" a quien pasará a ser nuestro cliente.

Y no, no es lo mismo.

Nunca será lo mismo interrogar a los de ventas una semana, que vivir 90 de sus días dentro de distintos departamentos de donde invertimos.

* Ver pág. 6

Servicios facturables

Junio 2020

Implantador | NEOSA
Unidad de Desafíos Corporativos

Deneo Tools

DP 730

DP 2145

Deneo **individual**®

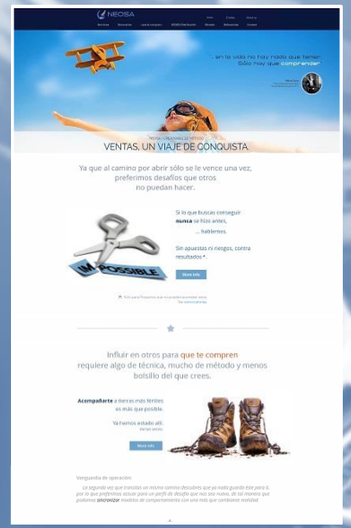
7 Días I + D
30 Días implantación
Verificación subrogada

21 Días I + D
45 Días implantación
Verificación "Times & Teams"

90 Días I + D
SEIS MESES implantación
Verificación "Times & Teams"

Desembarco conjunto

NEOSA
Proyectos de inversión



- CONTRA RESULTADOS -

Si lo que buscas conseguir nunca se hizo antes.

HERRAMIENTAS

Tener lo que tiene todo el mundo indica cuál ha de ser tu mínimo pero si te detienes ahí, a ojos de los demás no serás en nada distinto.

Y en lo referente a las Herramientas MARKETING lo vemos cada día. Los clientes se cansan de ver siempre lo mismo, apenas notan diferencias.

"Arcos y flechas" se hicieron para ayudar al cazador y en este caso, deberían informar, acreditar y seducir.

Sin embargo, webs, catálogos, pdfs, vídeos, presentaciones, ofertas, breafings, powerpoints ..., son en su mayoría maniquís mudos utilizados en momentos aislados.

Si el Marketing DE AGENCIA ha de hablar de ti cuando no estás ..., puede que la montura de tu embajador no lleve jinete.

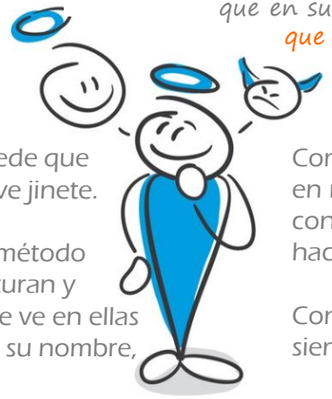
Quienes venden herramientas sin método ni tampoco plan, por supuesto facturan y aunque al final no se usen, quien se ve en ellas no se queja pues a todos gusta ver su nombre, su empresa y su marca.

Herramientas de agencia nosotros por supuesto que hacemos, pero no las vendemos. También existen otro tipo de Herramientas con la misión de actuar junto al portador en primera línea de acción.

Estas herramientas DE MANO no se hacen en las Agencias.

- OBJETIVOS HERRAMIENTAS DE MANO -

Que les interese recibirte, que tras verte ***quieran saber más*** *sobre lo que vendes, que reconozcan tu propuesta como oportuna y conveniente, que la valoren por encima de otras que en su día rechazaron y que te compren.*



Como mucho puede que las veas en manos de "los veteranos", pues con los años, ellos mismos suelen hacerse sus utensilios de caza.

Con ellas sientas a un comprador, con ellas, te ganas su decisión.

* Deneo Tools DP730 | Asistencia para correcciones 60 días

VERIFICACIÓN subrogada

Tras ajustar las herramientas que tenga el cliente y hacer las restantes que pueda necesitar, pasan a ser sus miembros de ventas los que verifican en experiencias de campo real, que cumplen con lo que se ha dicho de ellas*.

En particular las que son herramientas de mano, pues además de que son algo que no se puede delegar, hay que hacerlas a medida de cada uno de sus usos.

Teniendo un especial protagonismo ya en la primera fase del proceso:

Aproximación

Pues han de ser "identidad y relato", las herramientas que habrán de cultivar en tu nombre la primera impresión.

Ya sabes ..., quién o qué serás para ellos a partir de entonces.

HABEMUS PLAN

Las herramientas unas y otras, deben cumplir con el propósito para el que se hicieron y actuar entre ellas siempre conectadas siguiendo un plan.

Guiones
redactados a medida y bajo método

PROVOCAR - SEDUCIR - PROPONER - CONQUISTAR

Puesto que hay un momento para cada cosa, hay un orden que respetar. Una secuencia de eventos que a modo de hoja de ruta conviene acatar.

Habiendo para cada uno de sus tramos un grupo determinado de herramientas, pues no hemos de olvidar, que se hacen para dar cumplimiento a un plan donde alguna de ellas, tendrá que influir en la decisión de tu cliente sin más otra intervención.

Dicho tránsito de acontecimientos apuntalará de forma contundente el que guste, que lo quieran y que te compren.

Incluso documentamos qué ha de escuchar el cliente en los distintos momentos de la gestión.

Una vez verificado que funcionan, creamos los guiones "de método", qué hay que decir y en qué orden contarlo, formando entonces bajo resultados probados a las fuerzas de ventas.

Contenidos y discurso para vencer cada uno de los hitos según Plan.

Operamos según Doctrina v3

Porque aunque tuvieras el mejor producto del mundo, necesitarás de un sentido relato, una cuidada identidad y bajo el brazo ...,

una provocación.

* Incluido de serie para NEOSA Proyectos, Deneo individual y DP 2145

VERIFICACIÓN Times & Teams

Con la verificación Times & Teams, pasan a ser los equipos de NEOSA quienes además de hacerlas, han de verificar en experiencia de campo real las bondades de las herramientas*.

Sobre todo en aquellas que son herramientas de MANO, pues no mentirán al cliente sobre si eres uno más entre miles o uno de pocos.

De ahí que cuidemos del diseño de tus propuestas y ofertas, para que cada vez que entregues una ..., les hable desde la mesa donde se encuentre.

Eso sí, respetando en todo momento la Doctrina v3, que advierte: "... dentro de cada cliente hay que contentar siempre a tres:

al que usa,
al que compra y al que manda.

Para saber más sobre Doctrina v3, ver Neuromarketing Táctico en web

MÉTODO Y NO SUERTE

No todo ha sido experimentación, parte de lo que hacemos existe fruto de desarrollar una particular rama del Neuromarketing.

N·Táctico®
by Deneo

Versión práctica de Ciencias del comportamiento que cuasi a modo de ingeniería, postula sobre la arquitectura de las percepciones y que explica en lo más íntimo, el escenario donde todo se sucede.

Tableros, fichas y normas.

Haciendo posible junto a TÉCNICAS y MÉTODOS para que te compren, alcanzar cumbres que sólo conseguían quienes apostaban sus esperanzas al paso del tiempo y éste, a algunos recompensó.

Ahora que tras una aproximación tranquila y una intencionada provocación, ahora que es cuando tu cliente quiere saber más ..., llegó el momento.

El momento desembarco.

Todas las empresas dicen ser Mujer del César
pero en los mercados ...,

sólo quienes
lo parecen
lo son.

Desembarco

¿ A QUÉ SUENA TU HISTORIA ?

Seguro que ya lo sabes, pero en términos prácticos llevas desembarcando desde antes de acercarte.

La identidad que escogiste proyectar y el relato que les vas a contar, serán abrigo y bandera en tu juicio del umbral. Influyendo con esa intención o no, en el cliente y sus marcadores de opinión.

Conviene recordar que si al aproximarte a un nuevo cliente, actúas de la misma manera de como lo haría cualquier otro vendedor ..., eso y ninguna otra cosa serás para él.

Y puesto que hasta que no te compren por primera vez, no experimentarán qué hay de cierto en lo que dices que vendes, hasta entonces ..., para los demás sólo serás lo que pareces*.

Y no importa quién crees que eres, tampoco qué es lo que crees que vendes, sólo importa lo que ahora nada más empezar creerá el cliente.

Así que hasta que te conozcan mejor ..., cuida de a qué suena tu historia. A qué suena cuando callas, cuando no miras y sobre todo, cuando no estás.

* Mujer de César o amante de Centurión

EL DESEMBARCO

Te lo ganaste con "quién eres", le provocaste con un "qué tienes" y ahora él quiere saber más sobre lo que vendes ..., es momento de contarle

¿ QUÉ PROPONES ?

Y ha de ser entonces y no antes, justo ahora que es cuando el cliente quiere escucharte.

Habrá que usar dos lenguajes. Uno que incendie sus emociones y otro que satisfaga la razón, pues lo de "estimular" al cliente es imprescindible pero al cerebro hay que darle lo que pide.

Por lo que tocará recurrir a elementos de información explicando qué ganaría él si comprara lo que vendes.

Manteniendo en todo momento una puesta en escena de perfil bajo, proponiendo algo que quieran escuchar, que deseen tener y que tu empresa pueda hacer.

Mostrando que "el protagonista" no es otro que lo que dejas en su mesa al marchar y que tu cometido sólo era llevarlo hasta él.

Y nos involucramos ..., para que lo que allí quede cuando tú no estés continúe con lo que empezaste.

Pues sólo haciendo del mensajero mensaje, es como conocerán junto con el relato TU PROPUESTA.

Presentando no solo cifras y datos como hicieron otros antes que tú, sino desplegando los pilares de tu relato para que estos sean quienes en verdad te vendan.

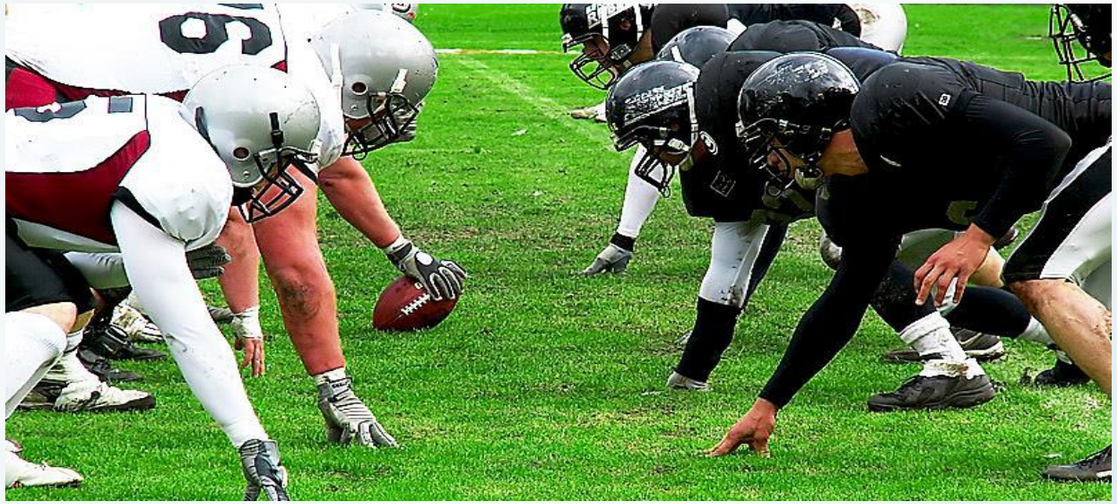
Para eso son, para eso están.

Pero lo haremos juntos ..., para defender nuestros métodos iremos contigo, para testar herramientas las usaremos nosotros primero y hasta cerrando operaciones, verás que empujamos más que "un segundo remo".

Somos un barco entero.

A la espalda una sola marca, y en las manos un mismo ariete.

(en las de ambos)



LA COMPETENCIA

Una vez conseguido que en tu cliente se abra un proceso de decisión, aparecerán no sabes cómo otros jugadores.

El cliente los necesitará para compararte. Unos se pasaron hace tiempo por allí aunque no llegaron donde tú estás ..., otros, una fundada referencia a la que el cliente ha querido llamar.

No obstante y recordando que siempre actuamos bajo plan, la decisión final del cliente ya nos la ganamos al principio ..., con tu aproximación.

Y si nadie se precipita, lo único que nos quedará por hacer es no estropearlo.

* Selección de objetivos en www.neosa.es/servicios

UN CLIENTE una playa

Sea lo que sea* lo que busques conseguir: captar clientes nuevos, otros canales de venta, tu propia Red Nacional de Distribución ..., hay herramientas, método y plan al que podemos poner tu nombre.

Ya no solo para lo que "de nuevo" quieras lograr, sino que también, para lo que crees que ya es tuyo y piensas que sabes aprovechar.

Pues a quienes llamas "tus clientes" les tendrás hoy o mañana que contar algo nuevo. No puedes vivir de lo que ganaste ayer. Tendrás que volver.

El cliente lo sabe
pero tu competencia también.

Y no bastará con "ser suficiente". Cruzar puertas y puentes requiere que te perciban como oportuno, diferente y sobre todo capaz.

Después de todo, cuando vayas a la conquista de un nuevo cliente ..., saben que desembarcarás con todo lo que tienes pero antes ...,

antes habrás de ganarte una playa.

Si como dicen
no hay nadie más que se dedique a hacer esto ...,

éste es un oficio
que sin nosotros no existe.