

# CREADORES DE MÉTODO

- Desafíos Corporativos -

**CADA PASO UNA CONQUISTA**

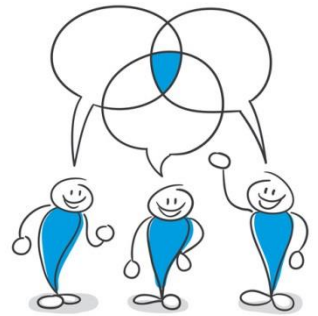
Distributors & Dealers Program

## - APROXIMACIÓN -

Para que les interese recibirte



En cada cliente y sin importar lo que sea que vendas, asume que aun en los casos en los que el cliente sea "sólo uno" ..., habrás de contentar a TRES (v3).



## - CONQUISTA -

Qué y cómo lo cuentas más que dejas al marchar, hablarán de ti cuando no estés.



Esmérate con esto y el cliente reconocerá en ti lo que otros no supieron darle.

**OFERTAS SENSITIVAS**



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

Aunque quien mande sea:

- el mismo que paga
- el mismo que usa
- un socio oculto
- el cónyuge
- (...)

Que valoren tu oferta por encima de otras que rechazaron y

que te compren



## QUE TE COMPREN

Porque los clientes así lo quieran, porque lo deseen.

- Clientes nuevos
- Grandes ligas
- Agentes
- Clientes perdidos
- RED de Distribuidores
- (...)

Que reconozcan a tu empresa como seria, cualificada y diferente.

|A| - |B| - |C| - .....

(B) Página **WEB**



(C) **DESPLIEGUE** propuesta producto empresa



Para que concedan a tu discurso algo más que cenizas de tiempo

## - PROVOCACIÓN -

Para despertar interés en un nuevo cliente no basta con tener el mejor producto del mundo ...



... necesitarás de una cuidada identidad, un buen relato y bajo el brazo, una provocación.



**EL RELATO**

Para que quieran saber más sobre lo que vienes a contarles



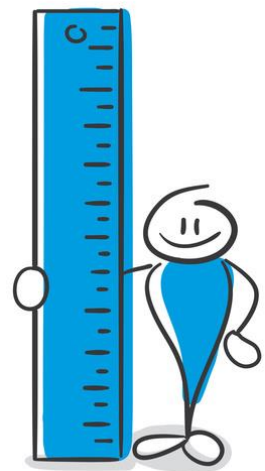
## - DESEMBARCO -

Una vez tengas su atención es momento de incendiar las emociones saciando la razón.



El cliente sabe que desembarcarás con todo lo que tienes pero antes ..., habrás de ganarte una playta.

(A) **GUIONES** de actuación



Herramientas, método y plan son a medida, se diseñan sólo para ti.

- Si otro las usara, no funcionarían -

- Captar clientes nuevos, también Distribuidores -