

El heroe (tu Prospecto Perfecto) tiene una problem y quiere una solución. Te encuentran una guia (tu) que le explica un cuento que ofreces la respuesta, la prueba que funciona, y le lleva a la decisión de compra.

12 pasos para la compra

Este es el viaje que cada Prospecto lleva antes de decidir a comprar

1. *Mundo ordinario*
Tu Prospecto vive en el “mundo ordinario”. Dentro de este mundo algo no es perfecto. Por esto está buscando una solución, y cómo te encontraron a ti.
2. *Paraíso - la situación de sus sueños*
En la mente de tu Prospecto, existe un mundo perfecto. Un mundo imaginario donde su problema está solucionado y todo está bien. Debes describir este mundo en detalle para que él entiende que los dos quieren lo mismo para el.
3. *La Guía aparece*
Un error común es que pensamos que somos el héroe del cuento. No somos. Siempre es tu Prospecto. Acuerda que tu Prospecto es Luke Skywalker y tu eres Yoda.
4. *Ciclo de Intento-Fracasó*
Debes describir a tu Prospecto que de hecho, tu también, has experimentado y comprendes que siente intentar y fracasar. Este es un parte requerido en cada cuento grande.
5. *Victoria - Solución Transformacional Único*
A pesar de todo tus luchas te ha llevado a encontrar el lugar de victoria. Tu has solucionado el problema. Tu has ayudado a otros solucionar el problema. Tu tienes la respuesta.
6. *Visión Transformacional*
Describe la transformación tu solución traerá a tu Prospecto. Este es realmente lo que estás vendiendo: transformación”.
7. *La Oferta*
La mayoría de las personas creen que la “oferta” son las cosas que estás vendiendo. No es. Se trata de la transformación. Tienes que explicar los componentes o cosa... pero concentra el 80% del tiempo platicando de la oferta con su transformación.
8. *Prueba*
No solo un poco de evidencia. Debes presentar tu Prospecto con una preponderancia de prueba que tu solución funciona. No dejas ninguna duda en su mente.
9. *Justificación de Valor*
Demuestra que el valor de tu solución es 5 o 10 veces más de la inversión. Obviamente debe ser la verdad.
10. *Quitar Riesgo*
Describe tu garantía en una manera pintoresco y original para que tu Prospecto tiene la confianza absoluta que tu eres la persona que está tomando el riesgo, y que él no está corriendo ninguno.
11. *Bonos*
Un regalo gratuito para incentivar la compra. Debe ser relevante a la oferta principal, y agregar valor. Idealmente, debería ser tan atractivo que compran únicamente para el bono.
12. *Invitación a comprar*
No hay necesidad de hacer mucho “presión”. Si has hecho tu trabajo correctamente, solo puedes invitarle a comprar.