

} Cómo crear mensajes claros, llegar y meterse dentro de su lector |

Autor: D. Luis José Vinante (Director de www.iniciativasnet.com)

Dice Winston Churchill "De acuerdo con los periódicos es de suponer que soy un buen orador, en verdad que algunas veces se dice que soy excelente. La verdad es que no soy buen orador y solamente aprendí a hablar de alguna manera con excepcional dificultad y mucha práctica. En nada he perseverado tanto como en mi esfuerzo por transmitir mis pensamientos con vigor, facilidad y persuasivamente a mis semejantes. Mi dificultad no es que me falten ideas, más bien es lo opuesto. Veo demasiado. De momento las mezclo de una manera tonta. Si pudiese hablar como puedo escribir, tranquila y expeditivamente y pudiese pensar exactamente la forma que deseo darle a cada frase, podría ser un orador muy eficaz".

Está claro que la preocupación de las personas en todos los tiempos es transmitir mensajes claros. Ha dicho un autor "lo importante no es meterse con el oyente, sino en el oyente. Y esto sólo se consigue hablando con claridad".

He aquí 9 conceptos a tener en cuenta al escribir textos de venta

1. Persuasión no es coerción

La primera cosa a recordar sobre la persuasión verdadera es que no es coerción. Un correcto mensaje de venta no intenta forzar a sus lectores a que acepten algo que no creen o en hacer algo que no desean hacer. El mensaje de venta intenta ofrecer la información que necesitan saber a fin de que DESEEN hacer lo que usted les pide que hagan. En otras palabras, realmente no esta persuadiendo. Todo lo que usted hace es proporcionar las herramientas y deja a su público persuadirse.

2. Tacto

Otro aspecto a considerar es que la mente humana se resiste a renovar sus ideas, pensamientos y creencias y se revela contra todo aquello que sugiere necesidad de abandonar lo que se ha aceptado como definitivo. Estaremos lejos de impresionar y convencer si pretendemos imponer nuestras ideas en forma arbitraria.

Tacto: elección inteligente de los medios para atraer y adopción de la táctica que conviene según cada caso, cuidando evitar reacciones adversas.

3. Lo común como base de coincidencia

Para que acepten sus recomendaciones tiene que arraigar en su mente lo que le dice, aquietando las ideas opuestas y antagónicas al pensamiento expuesto. Para ello tiene que presentar el pensamiento principal con sentimiento y entusiasmo contagioso. Para escribir y transmitir mensajes entusiastas por la Red de Internet usted tiene que conocer muy bien su producto, usarlo y comprobar por sí mismo los beneficios que ofrece su uso.

4. Desarrolle el tema en la forma más armónica posible

La claridad en la exposición tiene una vasta importancia. El problema no se resuelve con poseer una gran cultura sino con la destreza en establecer y simplificar lo que se dice.

Comience por conocer los elementos de triunfo que posee y expone con claridad. Utilice hechos, imágenes o lógica básica para mostrar que su propuesta es correcta. Ejemplo: Muestre en forma lógica como su producto es superior al de la competencia.

Al hablar sobre su tema, conviene usar comparaciones. Sea preciso y claro en la exposición de sus ideas. Ilustre, establezca semejanzas.

} Cómo crear mensajes claros, llegar y meterse dentro de su lector |

5. La Repetición y la Afirmación

A fuerza de oír la repetición de una cosa la aceptamos y creemos. ¿Por qué compra el público determinados específicos medicinales, sino por la constante propaganda por la radio, televisión, diarios, etc. que propalan su eficacia para curar determinadas enfermedades?

"Todo lo que sea importante para la mejor inteligencia de una obra - escribía Jacinto Bonavente - ha de decirse, en el transcurso de la acción, por lo menos tres veces. La primera se enterará la mitad del público; la segunda, la otra mitad, sólo a la tercera puede tenerse la seguridad de que se han enterado todos menos los sordos y algunos críticos".

6. El Poder de la Percepción

Si decimos a una persona que lea el aviso "Geniol quita el dolor de cabeza" lo creará sin exigir prueba adicional, si no surge en su cerebro otra idea contradictoria. Sugestión es conseguir que la mente acepte una idea sin dejarse dominar por otra que la contradiga. Así entonces hay que...

...enfocarse en la percepción de su público. Un mensaje será siempre más persuasivo si usted puede incluir cosas que impacten en las actitudes de su público.

Una forma es atar su mensaje a las EMOCIONES de su lector. Ejemplo: si usted sabe que ellos están asustados de perder sus ahorros, demuestre cómo su producto ayuda a proteger su seguridad financiera.

7. Los Valores

Es importante también considerar los VALORES de su público, esas cosas que ellos piensan que son buenas o deseables. Ejemplo: imagine que organiza una colecta de dinero para realizar una campaña "evitar que se conduzca bebido y lograr detener a esos conductores". ¿Cuál sería el mensaje vendedor? ¿Habría de cuánto dinero pierde la comunidad debido a conducir borracho? Puede ser pero ese mensaje no sería tan persuasivo. Quizás el mensaje que impacte sería hablar de los peligros que el conducir borracho plantea a los niños. Esto es así porque usted SABE que su público objetivo tiene como valor primordial cuidar a los niños y su seguridad.

8. ORIENTACIÓN inteligente en la finalidad que persigue

Usted tiene que mostrar, hacer ver que sabe de lo que usted está hablando, que usted es digno de confianza, que usted cuida a sus clientes y que usted cree en lo que está haciendo.

(A propósito, si éstos NO SON verdades para usted, quizás necesite, probablemente, evaluar nuevamente lo que está haciendo).

9. PERSEVERAR en el logro de lo que se propone

Una vez termine su mensaje, el trabajo recién comienza. Hay que hacerlo llegar a la mayor cantidad de personas posibles y si los resultados no son los esperados, hacer cambios hasta que funcione.

Las personas que acumulan grandes riquezas son conocidas generalmente como individuos de sangre fría y hasta algunas veces rudas. A menudo son personas incomprendidas. Lo que poseen es fuerza de voluntad que mezclan con la persistencia y trabajan con deseos de alcanzar sus objetivos.

Conclusión

Si trabajamos en armonía con las demás personas, compartimos y transmitimos actitudes constructivas, a la par que labramos la dicha propia, también favorecemos la de las personas con las que entramos en contacto, fundamento de una existencia feliz y de una sociedad equitativa.