

## Guía práctica:

# Tu cliente no compra productos, compra emociones

## ¿Por qué no compramos productos?

Las personas rara vez toman decisiones de compra solo por características técnicas o precio. Lo que realmente nos mueve es **cómo nos hace sentir el producto o servicio**.

## Ejemplos concretos

### 1. Nike

- Producto: zapatillas deportivas.
- Emoción: motivación, autoestima, el sueño de ser atleta.

### 2. Apple

- Producto: celulares y computadores.
- Emoción: exclusividad, simplicidad, estatus.

### 3. Starbucks

- Producto: café.
- Emoción: pertenencia, comunidad, un “tercer lugar” entre casa y trabajo.

## ¿Qué significa esto para tu negocio?

- Si vendes seguridad, no hables solo de la póliza: habla de la tranquilidad de proteger a la familia.
- Si vendes consultoría, no vendas horas de servicio: vende la confianza de tomar mejores decisiones.
- Si vendes tecnología, no te centres en procesadores: vende la facilidad de hacer la vida más simple.

## Checklist: Descubre qué emoción vendes

1. ¿Qué sienten mis clientes justo antes de comprarme?
2. ¿Qué emoción buscan resolver con mi producto? (seguridad, confianza, estatus, pertenencia, alivio).
3. ¿Qué frases usan ellos para describir lo que les entrego?
4. ¿Qué sienten después de usar mi producto?

5. ¿Cómo puedo reforzar esa emoción en mi marketing y ventas?

## Conclusión

Tu cliente no compra lo que haces, compra cómo lo haces sentir.

Si logras identificar y reforzar esa emoción, dejarás de competir por precio y comenzarás a competir por valor.

**Tip práctico: Aplica este checklist en tu próxima reunión de ventas y ajusta tu discurso: habla menos del producto y más de la emoción que genera.**