



Brandester

ARTÍCULO

DICIEMBRE 2022

LA MALA PRAXIS DE DEDICAR
TIEMPO AL CURIOSO Y NO AL
CLIENTE REAL.



D. Juan Fco. Díaz Navas
Psicología y Neurociencias para tu marca y empresa.
Nº Colegiado: AO12552

Copyright © 2022
by D. Juan Fco. Díaz Navas

Hola lector.

Aquí os dejo este artículo que vas a poder disfrutar y donde os aportaremos solución para un tema concreto.

Este está hecho para ayudar al máximo número de personas como parte del contenido que ofrecemos a través de nuestra web [Brandester.com](https://www.brandester.com).

Si quieres ayudar a algún amigo o amiga puedes invitarlo a formar parte de nuestra comunidad digital mostrándole nuestra web.

Mr. Brandester

Index

La mala praxis de dedicar tiempo al curioso y no al cliente real.....Pag. 2

El equipo de Brandester



CAPÍTULO

LA MALA PRAXIS DE DEDICAR TIEMPO AL CURIOSO Y NO AL CLIENTE REAL.

En todos los negocios se tiende a tener una concepción de cuidar y mimar al futurible cliente que todavía no es cliente más que al cliente presente.

Esta situación es muy normal y no debemos afligirnos porque se dé ya que es una característica humana que nos acompaña desde los albores de las cavernas.

Esta característica responde a un principio social que nos ha ayudado a sobrevivir hasta convertirnos en las mega civilizaciones de este periodo histórico. Estamos hablando del principio social en el que a mayor tamaño tenga el grupo más fácil se hará la supervivencia del individuo.

Si amigo mío. Puede parecer absurdo, pero no debemos olvidar que tenemos una mente 1.0 en un mundo 3.0. Es decir, una mente evolucionada a lo largo de miles de años que se ha visto obligada a habitar con los mayores avances en los últimos 100. Esto tiene un precio, y pese a que en la mayoría de los casos es beneficioso, si no educamos a nuestro cerebro todos estos dones se pueden convertir en los clavos de nuestro ataúd.

Por ello, el pensamiento colectivo e individual va a tirar hacia esta concepción de hacer el grupo más grande.

¿Y cuál es la forma más directa que conoce nuestro cerebro? Centrar la atención en los posibles miembros nuevos o que queremos adherir hasta que tengan el suficiente sentido de pertenencia.

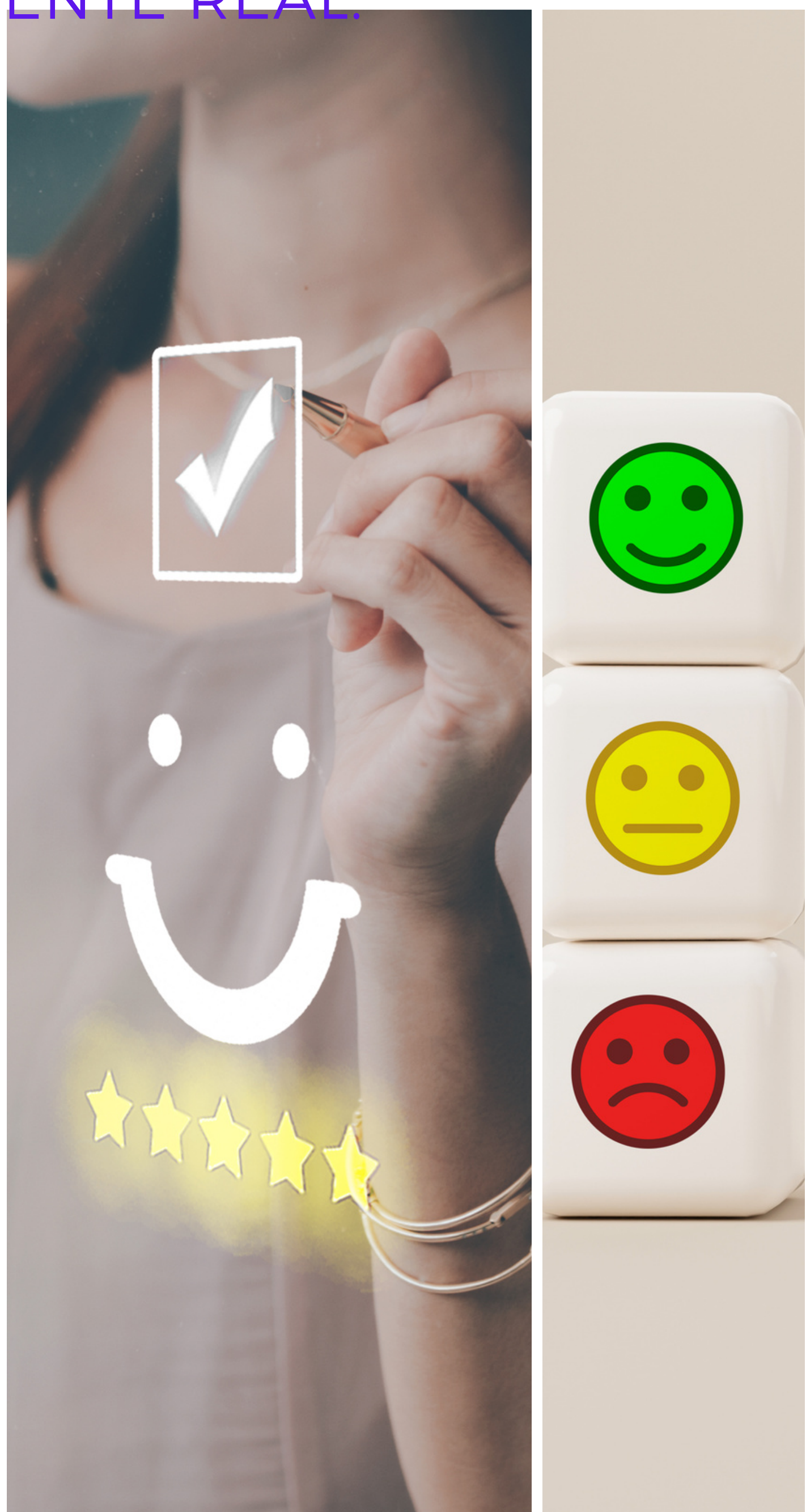


CAPÍTULO

LA MALA PRAXIS DE DEDICAR TIEMPO AL CURIOSO Y NO AL CLIENTE REAL.

Pero este pensamiento es contra intuitivo para el mundo en el que vivimos porque la realidad es que es más costoso conseguir que nuevos miembros se fijen en ti a que tus miembros integrantes se enamoren más de la organización.

Estos miembros integrantes, si se sienten cuidados y satisfechos, terminarán trayendo a nuevas personas que vendrán con un grado de predisposición alta a la compra. ¿Por qué? Porque el trabajo de influencia ya está hecho y nos otorgan el valor de seguro que le otorgan al ser cercano que les habló de nosotros.





CAPÍTULO

LA MALA PRAXIS DE DEDICAR TIEMPO AL CURIOSO Y NO AL CLIENTE REAL.

Así, entramos en el juego de toda la vida. EL BOCA A BOCA. Ya que el mayor poder de influencia es el que realiza un ser querido y respetado. Desde este punto nosotros necesitamos entender que si no tenemos mucho tiempo para crear estrategias en redes sociales. La mejor estrategia que podemos tener es regalar contenido para la gente que ya nos compra en redes y privado.





CAPÍTULO

LA MALA PRAXIS DE DEDICAR TIEMPO AL CURIOSO Y NO AL CLIENTE REAL.

¿Por qué? Porque eso va a aumentar su sensación de valor obtenido y eso les va a ayudar a responder mucho mejor a nuestros productos.

A la misma vez esto hará que mis nuevos compradores se sientan atraídos por esa idea de que me van a tratar mejor cuando ya haya comprado. Porque sentirán la exclusividad de pertenecer a tu grupo de compradores.

Conclusión. Ya tengas muchos o pocos recursos de tiempo y económicos, gástalos en tus clientes para que se enamoren más de ti y los nuevos se sientan atraídos por ese sentimiento de pertenencia y exclusividad que sólo tienen tus ya clientes.



Brandester

*En
Brandester
podemos
ayudarte a
encontrar la
solución.*

**Visítanos
[Brandester.com](https://brandester.com)**

*Gracias por
dedicarnos
este
tiempo.*