

**VENDE MÁS
SIN PARECER
NECESITADO**

GUÍA PRÁCTICA

GERALD SANTIAGO GARCÍA

Antes de empezar:

Esta guía no es para que la subrayes con fluorescentes, ni para que la imprimas y la pongas debajo de la almohada esperando que te haga vender más por osmosis.

Es para usarla.

Si aplicas lo que hay aquí, vas a vender más.

No porque lo diga yo, sino porque esta técnica funciona desde que el mundo es mundo (y se usa en política, publicidad, discursos y ventas... aunque casi nadie sepa aplicarlo bien).

Otra cosa,

Esta es gratis.

Pero si eres de los que van en serio, al final del texto tengo algo para ti:

(Sigue leyendo hasta el final)

De camarera inmigrante, a millonaria

Ella no tenía papeles, pero tenía algo más poderoso: una historia.

Todo comenzó en la sala de fumadores de un bar para pijos.

De esos donde la copa cuesta lo mismo que el alquiler de una madre soltera con mala suerte.

Allí estaba ella: 26 años, sin papeles, sin seguro, sin derechos.

Trabajaba en negro, como tantas otras.

Esa noche no le tocaba cubrir el área de fumadores.

Pero lo hizo, porque donde hay humo, hay conversaciones interesantes.

Tres hombres hablaban de negocios. Bueno... Más bien se jactaban sobre lo mucho que facturaban.

Uno de ellos decía:

—He invertido 6.000 euros en una campaña y no he vendido una mierda. Todo “branding emocional”... pero lo único que emociona es ver cómo se va mi dinero.

Otro casi sin poder pronunciar las palabras por tanto whisky, medio que dijo:

—Estos de marketing son unos hijos de pu.....

Ella escuchaba mientras limpiaba un vaso, para luego llenarlo con más alcohol.

Luego de un rato de puros, humo y un poco de vómito.

Se acercó y dijo:

—El problema es que tu marca es más aburrida que tu cara.

Silencio total.

Uno de los otros se rió. No por la broma. Sino porque alguien se había atrevido a decir lo que todos pensaban.

El tipo la miró. Primero con superioridad. Luego con esa mezcla de curiosidad y ego herido que tienen los millonarios cuando una camarera los deja en bragas con una frase.

—¿Tú qué sabrás de marcas?

—Nada. Pero sé lo que me hace escuchar. Y lo suyo no.

Le dejó una servilleta encima de la mesa. Había escrito:

“Si quiere que la gente escuche, primero tiene que dejar de hablar como un folleto de dentista. Llámeme o siga perdiendo dinero”

A la mañana siguiente, él la llamó.

La reunión fue en un banco del parque, ella no tenía oficina, ni coche, ni tarjeta, nada. Pero tenía algo que vendía, “Historias”.

Le propuso una campaña que empezara con: “Nuestra marca no tiene propósito. Ni misión. Ni valores. Solo queremos que compres. Y vamos a darte una buena razón para hacerlo.”

Le explicó cómo haría que la gente dejara de pasar de largo.

Cómo convertiría el producto más anodino, en una historia de la que la gente presumiera

—¿Y tú qué ganarías con esto? - le preguntó él.

—Cuidar a mi hijo, pagar la luz y dejar de fingir sonrisas a personas que no saben ni cómo me llamo.

No hubo contrato, no hubo IVA, ni declaración de la renta. Solo resultados.

Tres meses después, la campaña era viral. Él duplicó ventas. Ella dejó de servir copas. Y su hijo, por primera vez, tuvo un dormitorio solo para él.

¿La clave?

No fue un máster, un MBA, ni saber los colores del neuromarketing. Fue contar algo que no podía ignorarse.

Con los huevos bien puestos, en este caso lo ovarios.

Y con la urgencia de quien ya está harto de lamer suelas para sobrevivir.

Si tu historia no provoca nada, no venderá nada.

Y si no sabes contarla, estás frito.

Lo que viene ahora no es para posturear en LinkedIn.

Es para que tu negocio deje de mendigar atención.

¿Qué es AIDA?

AIDA es un método que te ayuda a llevar a una persona desde “no me interesa nada de esto” hasta “dame eso ya, ¿dónde firmo?”.

Funciona porque respeta cómo funciona la mente humana al tomar decisiones. Y te lo explico claro, sin palabrejas:

- A de Atención → “¡Eh, para un momento y escúchame!”
- I de Interés → “Esto tiene que ver contigo y con lo que te importa”
- D de Deseo → “Imagínate si esto ya fuera tuyo...”
- A de Acción → “Haz esto ahora. No lo dejes para luego.”

¿Por qué funciona?

Está diseñado para que funcione. Primero necesitas que te vean, luego que se queden, luego que se emocionen... y por último que hagan lo que tú quieres.

Así funciona el cerebro. Así funcionamos tú y yo.

Y si lo sabes usar bien, puedes vender cualquier cosa: desde un producto hasta una idea.

Incluso, el amor... yo conquisté a mi mujer con AIDA. (pero eso te lo cuento otro día).

¿Cómo usar AIDA paso a paso?

1. ATENCIÓN: Tu primer objetivo es que te escuchen, o te lean, punto. Aquí no vendes nada. Aquí rompes la distracción. Detonas. Interrumpes. Es como si gritaras desde una azotea, pero sin parecer un loco.

Ejemplos reales:

- “Te han mentido con eso de ‘el cliente siempre tiene la razón’.”
- “Si sigues vendiendo como te enseñaron, vas a seguir ganando lo justo.”
- “Te lo digo ya: hay gente que vende más que tú, siendo peor que tú.”

Claves:

- No seas correcto. Sé diferente.
- Di lo que nadie dice.
- Usa una frase que dé ganas de seguir leyendo o escuchando.

2. INTERÉS: Ahora que te escuchan, toca conectar. Hablarle a su dolor, a su deseo, a su historia. Esto va de que el otro diga: “Ey... esto es justo lo que a mí me pasa.”

Ejemplos reales:

- “Te matas llamando a puerta fría y no entiendes por qué nadie te escucha.”
- “Estás harto de hacer lo que te dicen y seguir vendiendo poco.”
- “Tienes talento, pero no sabes cómo hacer que te compren.”

Claves:

- Sé específico.
- No exageres. No mientas.
- Usa situaciones reales que tus clientes viven cada día.

3. DESEO: Aquí despiertas el ‘quiero eso ya’. Le haces imaginar cómo sería tener lo que ofreces. No expliques características. Pinta un futuro distinto. Que el otro lo vea, lo sienta, y diga: “Lo necesito”.

Ejemplos reales:

- “Imagina que tu cliente te escucha 3 segundos y ya quiere saber más...”
- “Imagina terminar el mes y decir: ‘Hoy sí que vendí como un cabrón’.”
- “Imagina que tu equipo empieza a cerrar ventas sin tener que perseguir.”

Claves:

- Usa el verbo imagina (es mágico).
- Apela al beneficio emocional, no solo al funcional.
- Habla como si ya lo tuviera: lo haces real.

4. ACCIÓN: Ahora... dile qué tiene que hacer. Ya. Sin rodeos. No supongas que lo va a hacer solo. Hay que decirlo claro: cómo, cuándo, dónde.

Ejemplos reales:

- “Responde este mensaje y dime: ¿quieres que te enseñe cómo hacerlo?”
- “Haz clic aquí y descárgalo. Ahora, antes de que te distraigas.”
- “Escríbeme por WhatsApp y te cuento cómo aplicarlo tú mismo.”

Claves:

- Un solo paso. Claro. Directo.
- No digas “si quieres”. No preguntes “¿te interesa?”
- Tú mandas. Si no lo haces tú, lo hace otro.

¿Y ahora qué?

Úsalo. Haz un guion de ventas, una publicación, un audio de prospección... y aplícale AIDA.

No lo hagas perfecto.

Hazlo real.

Y cuando lo pruebes, la gente empezará a escucharte de verdad., ahí empieza el juego.

Si te gustó, compártela con alguien que venda... o que al menos lo intente.

Una cosa más: ¿Recuerdas lo primero que te comenté?

Al inicio te dije que si eres de los que va en serio te tenía algo,

Pues aquí lo tienes:

Mentoría 1:1 “Multiplica tus ventas”

“Te ayudo a construir y vender tu servicio usando el método AIDA. En 30 días tendrás un discurso listo, sabrás cómo atraer clientes y vender sin sentirte falso.”

Para coaches, emprendedores o gente que quiere vender su servicio y no sabe cómo.

Formato:

- 6 sesiones 1 a 1 (Zoom de 60 min cada una).
- Análisis de tu oferta y creación de tu embudo AIDA.
- Revisión de discurso, mentalidad, objeciones y precio.
- Acceso a tu WhatsApp por 30 días (soporte directo).

Precio: → 2000 €

Garantía: → Si no ves progreso o resultados en 30 días, reembolso garantizado.

Gerald Santiago