



¿Por qué necesitas una propuesta de venta única?

Dr. Ivan Misner

Cuando alguien te pregunta a qué te dedicas, ¿Cuáles son las primeras palabras que salen de tu boca? Si las palabras no te salen fácilmente, sigue leyendo...

Cuando alguien te pregunte a qué te dedicas, asegúrate de tener preparada una respuesta concisa y fácil de recordar. La capacidad de atención de un adulto medio es de sólo 20 segundos, así que una respuesta larga no va a funcionar.

Mucha gente cree que para hacer networking con éxito y conseguir el mayor número de referencias, tiene que contar cada cosa que hace su empresa. Esta idea errónea lleva a muchas personas a creer que hablando con todas las personas de la sala maximizarán sus referencias. Esto no es así en absoluto. En realidad, aburre al público al que va dirigido con más información de la que podrían recordar.

Céntrate en crear una **propuesta de venta única** para tu empresa, negocio o servicio que puedas utilizar cuando estés haciendo networking. Tu **propuesta de venta única** será un breve resumen de tu empresa, la palabra clave es breve. Vas a querer compartir esta descripción de forma concisa y, al mismo tiempo, lo más atractiva posible. Esto ayudará a tu audiencia a entender lo que haces, y si has presentado tu negocio de forma convincente, es más probable que te recuerden.

Breve, impactante, informativa

Pienso en la **propuesta de venta única** como una respuesta personal a la vieja pregunta que a todos nos han hecho un millón de veces: "¿A qué te dedicas?"

Cuando alguien te pregunte a qué te dedicas, evita dar una respuesta como "Soy consultor." La mitad de los empresarios del mundo pueden decir eso, y en realidad no le dice nada a nadie.

En lugar de eso, podrías decir: "Trabajo con pequeñas y medianas empresas para ayudarles a atraer más clientes de los que pueden manejar." Esto es breve, impactante e informativo.

Otro ejemplo es alguien que dice: "Poseo y dirijo una tienda de artículos deportivos." Podrían ser más específicos compartiendo los beneficios que los clientes reciben de su negocio. "Me dedico a los artículos deportivos y me especializo en deportes de equipo. He equipado a la mayoría de los equipos de fútbol de los institutos locales y ofrezco equipaciones a medida con un descuento considerable y una entrega rápida."

Una **propuesta de venta única** es algo que debe adaptarse a cada negocio en concreto, pero ¿te das cuenta de que es más eficaz que decir a la gente que eres consultor o propietario de una tienda? Sean cuales sean las 12 o 20 palabras que elijas para tu **propuesta de venta única**, asegúrate de que tu respuesta sea rápida e informativa, sin que suene ensayada.

Recuerda que una buena **propuesta de venta única** está diseñada para ayudar a los demás a comprender el valor único de lo que haces. Te hará mucho más eficaz en eventos de networking empresarial y también te hará sentir más cómodo cuando te presentes a gente nueva porque tendrás la confianza de saber exactamente qué decir.

Tu **propuesta de venta única** debe ser breve, concisa y directa, sin vaguedades ni equívocos. Tu objetivo es abrir la puerta a una conversación, no dejar confundido a ningún contacto potencial. El mayor indicador de una buena **propuesta de venta única** es que consigue que la gente te pregunte más sobre tu negocio y realmente esten interesados en hablar de lo que haces.