

AUTOMOTIVE



SOLUTIONS LLC

TELEPHONE: +1 (817) 293-3232

FAX: +1 (817) 887-0847

EMAIL: JVIVAR@AUTOMOTIVESOLUTIONSLLC.COM

2120 RIDGMAR BLVD., SUITE 206

FORT WORTH, TEXAS 76116 USA

WWW.AUTOMOTIVESOLUTIONSLLC.COM

BOLETIN DE VENTAS – DICIEMBRE 2014

El siguiente artículo fué escrito por Mike French en la Revista Auto Recyclers Toolbox. Mike French es Presidente de Mike French & Company, Inc., una empresa que brinda productos de promoción y mercadeo para la industria de reciclamiento automotriz desde 1982.

Tu propaganda compite con las de otros . . .

COMO HACER QUE TE ESCOJAN A TI PRIMERO

Cuando era chico, mi escuela tenía un método simple para crear equipos para un partido. Los dos capitanes tomaban turnos seleccionando a los miembros del equipo –uno por uno, yendo y viniendo, hasta que cada chico era elegido para cada equipo. Los chicos esperando que los escojan saltaban de arriba a abajo, moviendo sus brazos y gritando “Escójeme a mí! Escójeme a mí!

Yo idiába ésto! Siempre era el último chico que escogían. Aún así, ningún equipo quería que yo estuviera en su equipo. Posiblemente, era porque yo era el más pequeño de todos los otros chicos. También tenía problemas de visión y no podía ver la pelota muy bien. En realidad yo rebajaba las posibilidades de ganar al equipo que era forzado a escogerme. Era humillante!

A medida que los años pasaron, trabajé muy duro para no ser el último chico que escogieran para un equipo. Practiqué para jugar bien y obtuve lentes para que me ayude a ver la pelota. Crecí más grande. Finalmente, ésto funcionó y yo ya no era el último chico de ser escogido para un equipo. Y, aún cuando, ésto fué un progreso, yo realmente quería ser el PRIMER chico que fuese seleccionado!

Cuando entré en el negocio de publicidad, traje conmigo la actitud de “escójeme a mí primero”. Yo quería que las propagandas que creaba para compañías funcionara mejor que cualquiera otra. Hice investigaciones para entender cómo los consumidores seleccionan un producto ó servicio de una empresa en vez de otra y qué es lo que hace que una propaganda resalte sobre las otras. Yo quería saber qué causaría que la propaganda que diseñé ofresca resultados más allá que la propaganda de un competidor en el mismo mercado.

Descubrí dos cosas en mi investigación.

Yo pensaba que el costo ó dinero sería el factor más grande en hacer la decisión de compra. Pero ese no era el caso! Eran otras cosas, tales como la popularidad del artículo, ó su disponibilidad en el mercado local, ó qué tan atractivo se veía en la pro-

paganda, ó qué tan bien fuese descrito, lo que era de más importancia que el costo. Si el consumidor fué persuadido por el anuncio é ilustraciones –el precio no importa! Esto explica el por qué muchos Americanos tienen tantas deudas al comprar carros exóticos, teléfonos celulares caros, grandes televisores. Ellos quieren los artículos, sin importarles el costo.

A veces los consumidores harán decisiones por razones ridículas, cuando no se les da una razón sólida de responder a la publicidad. Cuando digo razones ridículas, me refiero a que ellos pueden comprar un artículo versus el otro porque cuesta un centavo menos.

Anuncios de recicladores de automóviles, especialmente los agrupados en revistas ó páginas amarillas, tienden a ser similares. Así que los consumidores no pueden decidir a quién llamar. He escrito sobre esto en el pasado, pero el problema todavía persiste. La mayoría de los anuncios de recicladores tienen el nombre de sus compañías, tales como, “XYZ Auto Parts” en el tope. Es posible que tenga la foto de un motor ó transmisión, su dirección, número telefónico y logotipo. Eso es todo! No hay titulares de venta u ofertas a las cuales responder. No hay una llamada para actuar ó razón para llamar. Cuando alguien ve la página de anuncios, ellos no saben a quién llamar. Esto es malo porque cuando alguien va a las páginas amarillas, ellos están listos para comprar, pero no saben de quién comprar.

Cómo puedes hacer que la gente responda a tu publicidad primero? La respuesta es realmente simple. Dales razones claras sobre por qué deberían de responder a tu anuncio primero. Mientras más razones les des, más poderosa será tu publicidad! Cada razón debería claramente decirle al cliente “Cuál es mi beneficio?”. Enumera tantos como puedas. Diles claramente que te llamen a ti primero! Di algo como ésto: “Estas son las razones por las cuales nos deberías llamar primero!”

Para que tus jugos creativos empiezen a fluír, aquí van algunas cosas que puedes incluir en tu anuncio para que la gente te venga a tí primero.

Muestra que hacer negocio contigo es fácil!

La conveniencia triunfa sobre el precio cuando ves lo que los clientes lo valoran. Aquí van algunas ideas: Eres fácil de encontrar. Es fácil comprar de tí. Es fácil pagarte. Estás abierto largas horas. Es fácil encontrar estacionamiento. Es fácil de adquirir reparos, actualizaciones y modificaciones. Es fácil de recibir entregas ó hacer instalaciones. Es fácil de obtener piezas relacionadas y respuestas. Es fácil de obtener consejos de expertos ó ayuda. Es fácil de encontrar productos ó seleccionar lo que quieres.

Muestra claramente lo que ofreces

Enumera claramente los productos y servicios que ofreces. Enumera los beneficios de hacer negocio contigo. Aquí van algunas ideas: Provées estacionamiento gratis. Ofreces recoger y entregar el vehículo dentro de ciertas zonas y horarios. Ofreces múltiples maneras de entrega. Tu ubicación es segura y controlada. Aceptas los cupones de la competencia. Estás abierto 24 horas diáariamente. Nunca cierras. Abres los fines

de semana. Siempre hay un mecánico en tu taller. Ofreces servicio extra y rápido de recibimiento y entrega. Tienes un programa de comprador frecuente. Aceptas clientes/proyectos espontáneos. Dás demostraciones gratis. Ofreces ayuda gratis en sitio y también apoyo técnico gratis. Ofreces varias ubicaciones convenientes. Ofreces hojas informativas y pueden comprar en línea 24/7. Tu personal es certificado y/o entrenado –enumera en qué.

Identifícate con aquellos que requieren ATENCION EXTRA ó tienen NECESIDADES ESPECIALES

Ofreces un ambiente libre de humo de fumadores. Tienes a alguien en tu personal que se encarga de mostrar todos los productos. Ofreces ascensor/elevador. Tienes personal que habla los siguientes idiomas (lístalos). Tu empresa es accesible a sillas de ruedas. Permites mascotas. Ofreces descuentos a jubilados. Ofreces viajes de ida y vuelta, si lo requieren.

Enumera LAS CAUSAS que apoyas ó que te importan

Tu productos son fabricados en tu país. Tu das un porcentaje de cada venta a (enumera la causa). Tu recaudas para cierta caridad (enuméralas). Tu apoyas a la banda musical de la escuela local (ó cualquier otra causa).

Pues bien, ahí lo tienes! Ahora ya puedes escribir un artículo promocional para que toda la gente te responda a tí primero!

Automotive Solutions LLC
www.automotivesolutionsllc.com