



Experto en Ventas con PNL

Tabcin, Alkaseltzer, Analgésicos

Módulo 2: Semana 2

Posicionamiento de marca

**Cómo usar datos como
disparadores de confianza**

Coach Roberto Brenes B



■ Posicionamiento de marca y datos para disparar confianza

Los datos influyen en generar ***confianza, credibilidad, solución, simplicidad*** lo que facilita posicionar la marca y el proceso de venta.



Algunos ejemplos

26

EL CEREBRO NECESITA...	PARA PODER COMPRAR	DATO TABCIN QUE LO ALIMENTA
<input checked="" type="checkbox"/> Seguridad	"¿Puedo confiar?"	De Bayer, marca presente en 80 países, líder mundial en salud y nutrición
<input checked="" type="checkbox"/> Simplicidad	"¿Es fácil de entender?"	"3 líneas: Día, Noche, Gripe y Tos"
<input checked="" type="checkbox"/> Sentido	"¿Tiene lógica elegirlo?"	"PowerGels: cápsulas suaves, acción rápida"

26



CHECKLIST: ¿MI DATO ALIMENTA LA COMPRA?

- Es concreto:** ¿Puedo medirlo, nombrarlo o mostrarlo?
- Es relevante:** ¿Responde a una duda real de este cliente?
- Es simple:** ¿Lo puedo decir en menos de 10 segundos?
- Conecta:** ¿Lo acompaño con un beneficio emocional?
- Concreta:** ¿Termino con una pregunta de acción clara?

Si tienes 4 de 5 → Es información poderosa para vender.



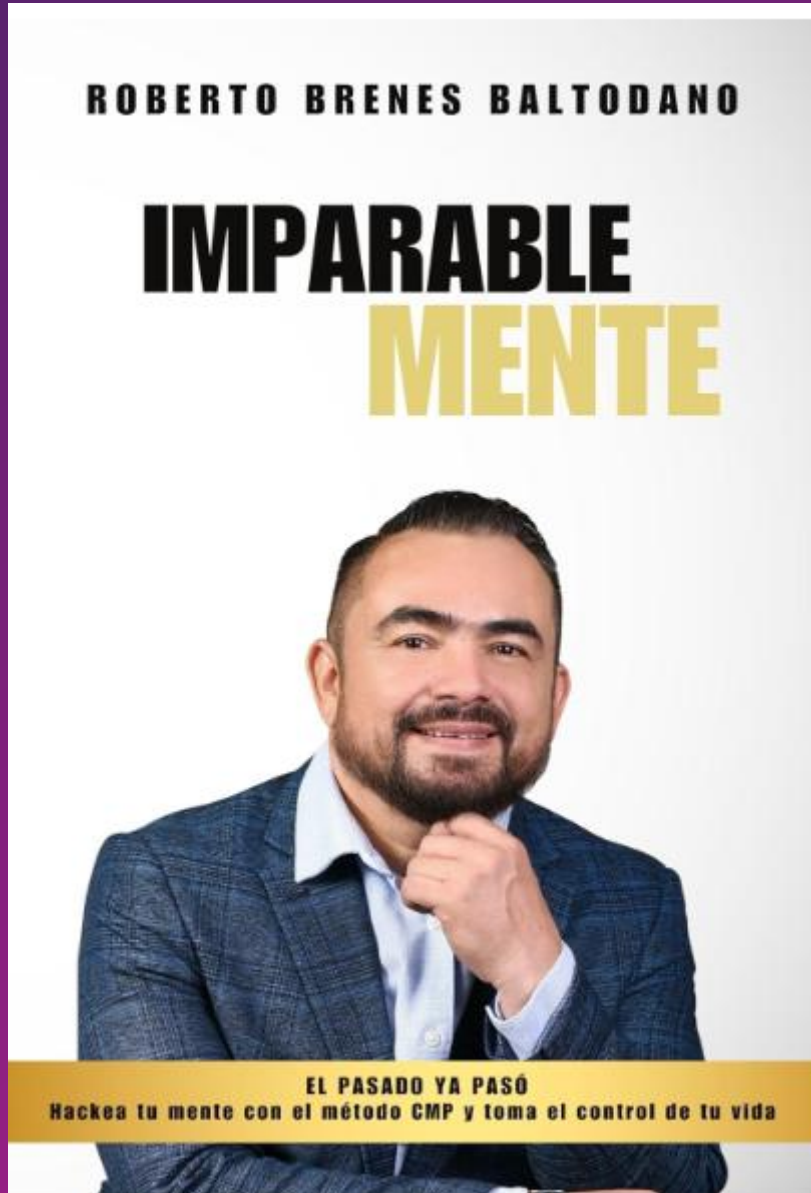
POR QUÉ LOS DATOS "ACTIVAN" LA COMPRA

SIN DATOS	CON DATOS	LO QUE PASA EN EL CEREBRO
"Es bueno"	"Alivia 4 síntomas en 1 cápsula"	✓ Pasa de opinión → a hecho verificable
"Es confiable"	"De Bayer, 150 años en salud"	✓ Pasa de promesa → a respaldo tangible
"Tus clientes lo querrán"	"Farmacias que lo exhiben rotan más"	✓ Pasa de suposición → a prueba social
"Es diferente"	"PowerGels: cápsulas de gelatina blanda"	✓ Pasa de claim → a diferenciador real



Autor del libro **ImparableMENTE** disponible en AMAZON

26



Roberto Brenes Coach

Roberto Brenes

www.robortobrenes.com

@robortobrenesb