

1. Conóctete

¿Te conoces realmente y sabes hacia donde quieres ir? Cuando eres capaz de conocerte y saber que quieres, eres capaz de conocer a tu equipo, dirigir nuevas formas de trabajo, mejorar las técnicas de venta...

Cómo cambiamos nuestra forma de hacer las cosas, nuestros hábitos:

- **Cambia de pensamientos:** Si te levantas todos los días pensando que va a ir mal, al final siempre habrá algo que tirará mal y todo recaerá en eso. Por ello, trata de motivarte con un "positivo" situado en algún objeto que mires cada día antes de salir de casa que ponga: **Yo quiero, yo puedo, yo voy a lograrlo.**
- **Agradece lo que ya tienes:** Estamos acostumbrados a no dar la importancia a aquello que es realmente relevante. Hay gente que hace cosas porque va siempre con prisa y no se para a pensar sobre aquello que tiene, solo corre y corre. ¡Stop! Valora aquello que tienes, te sentirás realmente afortunado y te hará más feliz.
- **Declárate a ti mismo:** Estamos seguros que eres realmente bueno en 5 cosas, no pierdas la oportunidad de escribirlo y recordártelo.
- **Rétate:** Conseguir aquello que nos proponemos es todo un privilegio, por ello no dejes de ir a por nuevos retos, cúmplelos y ve a por otros nuevos.
- **Visualízalo:** Deja a tu mente que te muestre aquello que sueñas, cómo vas a llegar hasta cumplir retos, cómo será tu vida tras cumplir tu objetivo...
- **Vaciar:** Tenemos que acostumbrarnos a no acumular. Tenemos muchas cosas que no nos hacen falta y nos quitan mucho tiempo. ¿Cuántas imágenes borrarías de tu dispositivo móvil y cuánto espacio tendrías libre si las eliminas? Es la mejor comparación que podemos hacer en cuanto a todo que navega por nuestra cabeza. Solamente debemos quedarnos con aquello que no nos limita, que nos hace crecer.

Cambia de
pensamiento

Agradece lo que
tienes

Crea tus propios
retos

Vacía

2. Inspiración

Desde nuestra posición empresarial, tenemos que trabajar mucho estos cuatro conceptos:

- **Negocio inspirador.**
- **Marca inspiradora.**
- **Gestión inspiradora.**
- **Venta inspiradora.**

Los negocios nacen, crecen y se mueren pero la inspiración hace que todo cambie, renacen.

Todo aquello que nosotros hagamos será un mensaje que nuestros clientes recibirán y codificarán. Por ello, nuestra marca, negocio, gestión y venta tienen que tener siempre esa fuerza para transmitir el 150% de nuestro negocio.



¿Cuáles son los pasos para empezar con un negocio inspiradore?

- **Define en qué negocio quieres estar.**
- **Identifica cuál es tu cliente ideal.**
- **Construye una historia de “amor”.**
- **Busca la inspiración permanente.**

¿Todavía no lo tienes claro?

Patrick es una persona que piensa que imposible es solo una palabra y nada más. Él nació durante en la época de los 70 en Irán por lo tanto vivió la revolución durante su infancia y gran parte de su vida.

Durante un tiempo él y su madre tuvieron la oportunidad de huir y estar en un campamento de refugio en Alemania, antes de poder emigrar a los Estados Unidos cuando cumpliera 12 años.

Esto lo impulsó a emprender su negocio propio llamado “People helping people” que se traduciría como personas que ayudan a personas. Su negocio lo empezó en el 2009 y ahora tiene más de 5,500 representantes en 33 estados.



3. ¿Compradores o clientes?



¿Compradores o clientes?

Esta es la primera pregunta que debes realizarte antes de seguir leyendo. Si buscas compradores tal vez debas dejar de leer y seguir con tu método de trabajo.

Si buscas clientes desde **Glop** te recomendamos que disfrutes de este término y descubras todo lo que te vamos a contar a continuación.

Te has dado cuenta que...

Hay personas que siempre están vendiendo, aunque vayas a tomar una cerveza o hacer una ruta por la montaña. Siempre tiene en mente este concepto: vender. Esto sucede cuando el vendedor está **enamorado de tu trabajo, le gusta los retos, no piensa solamente en el precio...**

Que lo hace por seguir creciendo en su trabajo, por el ser el mejor. Todo lo que navega en el son retos, superación y motivación. Este es el punto que debemos alcanzar.

Si tu factor diferenciador es solamente el precio, llegará un punto que tengas más pérdidas que beneficios y que no puedas ser más barato y tu negocio caducará en los próximos meses.



4. Productos o servicios

¿Que vendemos? ¿A qué le estamos dando más prioridad al producto o al servicio?

Te recomendamos que **fidelines a tus clientes** a través de tu servicio, que sea un elemento diferenciador propio de tu marca.



SERVICIOS

PRODUCTOS

Añade valor

Habéis quedado para tomar algo rápido y que salga algo barato, además esperáis un buen servicio y sin sorpresas. ¿Dónde iréis? Hay muchas franquicias que cumplen con estos requisitos pero siempre habrá alguna que os haga **sentir mejor por su servicio**.

Hay que ofrecer servicio, denominar ese servicio y añadirle valor.



5. Marca por identidad

MARCA
POR
IDENTIDAD

La marca influye pero la identidad aún más. Qué se ve a través de ella, que nos transmite, para entenderlo de una manera más clara:

No te ha pasado nunca que cuando te presentan a una persona sacas tus propias valoraciones y una vez la conozcas tu imagen cambia totalmente hacia esa persona. En este caso sucede lo mismo. **La identidad de una marca es aquello que transmitimos una vez impacto a una persona.** Y para ello debes de conocer el alma de tu negocio y explotar del aquello que más agrade a los clientes.

Una marca siempre debe responder el ¿para qué?

Imagínate que eres peluquero tu respuesta ideal sería:

Estoy para hacer que la vida de mis clientas sea mucho más bonita, para que se quieran y se vean tan bellas como se merecen. Una vez tienes este concepto claro no hay que olvidar nombrar todas tus ventajas, tu profesionalidad.

Hay que **trabajar los detalles**, focalizar el producto en la persona.

Si focalizas tu tienda solamente en el producto tal vez pierdas la atracción de otros clientes que puedan tener una relación con tu producto aunque sea mínima.

Por ejemplo, imagina que tienes una zapatería para niños y solamente te centras en tu producto al cabo de dos días al lado de tu tienda abren otra igual: zapatos para niños. Tienes dos opciones, competir con precios o diferenciar tu marca. ¿Cómo? Destina un espacio de tu tienda para fomentar el juego entre los más pequeños. Convierte tu marca en un punto de interés para los padres. Utiliza las redes sociales para atraer a más gente a tu negocio.

Informa, divierte y vende.



6. Humanización

¿Es lo mismo un negocio local que una franquicia? ¿Todas las franquicias funcionan del mismo modo? Evidentemente no, aunque respiren la misma marca en cada una de ellas vivirás una experiencia diferente. ¿Por qué? Por el factor humano. Sí no nos sentimos a gusto al realizar una compra, no nos tratan de la manera que nosotros esperamos, no dará igual la franquicia o la tienda local, no volveremos.

Emoción vs razón

Imagínate que tienes una primera cita y quedáis en un restaurante. Os atienden perfectamente, os hacen sentir muy a gusto y la cita termina en un bonito romance. Tras pasar un año estáis juntos y quieres darle una sorpresa a tu pareja, ¿dónde iréis? El recuerdo es mucho más potente, necesitas una fórmula y para ello debes trazar una estrategia que genere una experiencia en tus clientes.



Factor humano.

¿Beber o tomar?

El factor persona hace que aumente el valor añadido. Intenta que tus clientes siempre relacionen tu marca con una anécdota, que les recuerde alguna situación. ¿Qué quiere mi cliente? Una experiencia y cada vez exige sorprenderse más. Porque la gente no queda para beber café, si no para tomar café.

Tomar café es una experiencia emocional y esto nos lleva a la acción. Por ello lo realmente difícil es unir una experiencia emocional con una racional.

Hay que crear un sistema: tengo una estrategia, un soporte y fidelizo a mi cliente.

¿Cómo? Generando un recuerdo con mi producto. Una tienda de ropa podría enviar una tarjeta personalizada con una frase motivadora y dar las gracias. Llamar por teléfono las clientas para felicitar por su cumpleaños acompañado de un producto regalo.

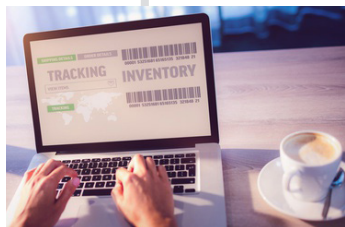


7. Planificación

- **Objetivos.**
- **Planifica.**
- **Ejecuta.**
- **Mide.**
- **Mejora.**

Importante: no te olvides de **medir aquello que haces.**

¿Por qué? Cuando mides te das cuenta dónde has fallado e inmediatamente surge nuevas ideas para mejorar y aumentar las cifras



8. No te fies de la intuición



¿Cuántas veces hemos escuchado **“la suerte del principiante”**? La suerte no nos acompaña siempre y en consecuencia, la intuición tampoco. Para llegar al éxito hay que estar constantemente en formación. Sin un método definido es muy complicado que tu negocio despegue. Se trata de ensayo-error y vuelta a empezar.

Que no te de miedo a equivocarte, lo que no debes hacer es conformarse con cualquier cosa, **luchar siempre por saber más y proponerte nuevos retos.**



Glop

¡Enhorabuena!

Desde Glop queremos felicitarte por querer mejorar diariamente en tu negocio

DESCÚBRELO EN [GLOP.ES](https://glop.es)