

ÍNDICE

Introducción	11
El enemigo público nº 1: El Ruido	11
 Capítulo 1.	
DESAFÍO DIGITAL	17
1.1. Infoxicación	19
1.2. El pionero del Antiruido	23
 Capítulo 2.	
MARKETING EXPERIENCIAL	27
2.1. Vitaminas o Analgésicos	29
2.2. Precio o experiencia elige	35
2.3. Cómo sobrevivir en un mercado saturado	39
2.4. Cómo vendes lo que vendes	46
2.5. Eslóganes que aburren hasta a un muerto	50
 Capítulo 3.	
VENTA PRESENCIAL	55
3.1. El equipo comercial vende cada vez menos	57
3.2. Mi Peluquero sabe vender	61
3.3. Falta un ingrediente	64
3.4. Se vende como en tiempo de nuestros abuelos	69
3.5. Esto no te va a gustar	73
3.6. Y si es un deseo en vez de un problema	76
3.7. Cómo defender el precio sin hablar del precio	81
3.8. Regalo ideas y vendo estructura	83

3.9. Un método de ventas de museo	91
3.10. La oveja negra: detective Colombo	94
3.11. Hay momentos en los que no hay que preguntar	97
3.12. Por la boca muere el pez	103
3.13. El lado oculto de la luna	107
3.14. ¿Qué problemas valen su peso en oro?	112
3.15. Cómo argumentar en menos de 10 segundos	117
3.16. La Némesis particular del Comercial	121
3.17. Small is beautiful... y además vende	127
3.18. El Cliente plantea demasiados problemas	132
3.19. Preguntas SOS	137

Capítulo 4.

VENTA DIGITAL	145
4.1. Houston, tenemos un problema	147
4.2. No te preocupes: toda solución tiene un problema	149
4.3. No leas este capítulo	151
4.4. Error de bulto en los <i>landing page</i>	156
4.5. Una página web diferente	160
4.6. El pez rápido se come al lento	167
4.7. ¿Refrescar ideas o aplicar herramientas?	171
4.8. Desenrolla Vs Desarrolla	176
4.9. Dame ejemplos que tengo prisa	178
4.10. Dieta verbal	183
4.11. El que no rema pesa	187
4.12. Transición en los textos escritos	188
4.13. Expresiones coloquiales en la escritura persuasiva	192
4.14. Quítate de en medio	198

Capítulo 5.	
SOFT SKILLS	203
5.1. Lenguaje concreto	205
5.2. Etiqueta que algo queda	211
5.3. Experto ignorante	216
5.4. Criticas o aprendes	223
5.5. El poder de la analogía para vender	228
5.6. Cómo crear titulares persuasivos aunque te falte tiempo	232
5.7. Cómo crear titulares sin esfuerzo	241
5.8. No me rompas los esquemas	245
5.9. El subtexto es más importante que el texto	249
5.10. <i>Storytelling</i>	255
5.11. Escuchar o no escuchar: cuestión de ego	263
5.12. Provocar el “No”	269
5.13. No metas el polvo bajo la alfombra	273

Capítulo 6.	
SERVICIO POSTVENTA	277
6.1. Un hombre y un perro	279
6.2. El “Cisne Negro”	283
6.3. El pez lo último que descubre es el agua	288
6.4. La temida triada del cliente	292
6.5. Por qué los clientes se van	297
6.6. Somos lo que sentimos	301
6.7. Testimonios azucarados	305
6.8. Nos encanta solucionar los problemas que nos llegan	310

Capítulo 7.	
ACTITUD D.I. (DESPUÉS DE INTERNET)	317
7.1. Operación Bikini	319
7.2. Internet es empático	323
 EPÍLOGO	 327