

**El método
“Salvavidas”**

**para vender sin
hundir al cliente...
ni ahogarte tú.**

Hoy no vamos a “**aprender ventas**”.
Vamos a entrenar las fases concretas
que hacen que una persona pase de:
“me estoy hundiendo” → “me subo a tu barco”

sin **forzar**, sin **empujar**, sin **fricción**.

Al salir de esta clase tendrás:

- un **guion real de venta**, listo para usar hoy
- diseñado para **cerrar sin tensión** ni rechazo

POR QUÉ ESTE MÉTODO FUNCIONA

No convence desde la lógica, **ordena el cerebro del comprador** en el orden en que decide de verdad.

Cuando sigues ese orden,
el cierre no es un empujón, **es una consecuencia.**

QUEREMOS LLEVAR AL CLIENTE DE...

1. **“Me interesa”** → veo el coste de seguir igual
2. **“Puedo probar sin hundirme”** → percibo bajo riesgo inicial
3. **“Esto es para gente como yo”** → identidad alineada
4. **“Mis peros ya no me frenan”** → objeciones neutralizadas
5. **“Confío en quien conduce”** → guía percibida como fiable
6. **“No voy a improvisar”** → ruta clara y finita
7. **“Vale la pena llegar ahí”** → deseo justificado, no aspiracional
8. **“Lo coherente es decir sí”** → cierre sin fricción

Solo ordenamos el viaje emocional
para que **el “sí” sea lo obvio** y la única opción posible.

LAS FASES... Y EL CONTEXTO

Las **fases internas de decisión se tienen que cumplir igual**, ocurra donde ocurra.

No es que siempre necesites:

- redes + webinar + landing + llamada + email...

Puede pasar en 45 minutos en un webinar, en 12 emails, en una llamada de 30 min,

o en 3 minutos delante de alguien en un evento.

“No es multi-canal por norma.

Es multi-FASE por necesidad.

El lugar no importa, las fases sí.

CANALES Y OBJETIVOS

WEBINAR → mover masa de interés a decisión

Narrativa + reencuadre + liderazgo visible.

LLAMADA → confirmar encaje y eliminar riesgo

No educas: haces que él verbalice por qué no puede seguir igual.

REDES → pre-venta

No vendes el producto: vendes el problema y la posibilidad de resolverlo.

EMAIL → madurar la decisión

Baja duda y mantiene la solución presente sin ruido externo.

LANDING → sostener el sí

No persuade: confirma lo decidido y quita objeciones en silencio.

PRESENCIAL → decisión por energía

El cuerpo decide antes que la cabeza: liderazgo encarnado.

DM / CHAT → cerrar distancia

No explicas: llevas al siguiente paso (reservar / aplicar / pagar).

REGLAS DEL JUEGO (lo que aplicamos HOY en esta sesión)

1) CONCRETO > BONITO

No venimos a escribir “frases bonitas” sino frases que muevan decisión.
Check: ¿Se entiende a la primera? Si el cerebro duda, no vende.

2) PRESENTE > FUTURO

Hablamos de lo que pasa ahora, no de deseos hipotéticos o promesas flotantes.
Check: ¿Describe algo real y observable o suena a generalidad?

3) VOZ HUMANA > VOZ DE BOT

Usamos lenguaje que diría una persona real, no jerga técnica ni tono corporativo.
Check: ¿Se siente algo al leerlo? Si no emociona, es información — no venta.

4) SE LEE, NO SE DEFIENDE

Lo que vale es lo que produce cuando se lee, no la explicación que das después.
(En venta nadie te deja justificar el porqué de tu frase.)

5) CRITERIO > OPINIÓN

No corregimos por gusto personal: se valida según el propósito de la fase.
Si cumple función, está bien — aunque a ti “no te encante”.

FASE 1 — NÁUFRAGO

Buscamos que el cliente reconozca el coste real de seguir como está.
Nadie se mueve desde la comodidad. La venta empieza cuando el cerebro admite
“así no puedo seguir”.

Nombrar el dolor presente en lenguaje humano, no técnico.

Formato BEST (B–E–S–T) orientado a presente observable:

- **B — Behavior:** qué está haciendo ahora
 - **E — Emotion:** cómo se siente por eso
 - **S — Situation:** qué está pasando en su realidad
 - **T — Thought:** qué se está empezando a decir por dentro
-

Plantilla de salida

“Estás (B) y por eso te sientes (E), porque ahora mismo (S), y ya te estás diciendo (T).”

Lista 3 dolores reales de tu buyer (de DMs / sesiones / encuestas).

Elige 1 y llévalo a BEST completo con la plantilla.



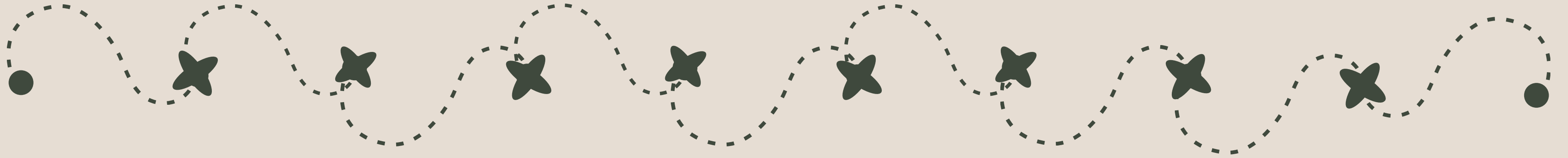
“Estás (B) y por eso te sientes (E), porque ahora mismo (S), y ya te estás diciendo (T).”

REVISAMOS...

- ¿Se entiende a la primera?
- ¿Se siente algo?
- ¿Es específico y observable?



El cliente compra cuando viaja por estas emociones — en este orden.



NÁUFRAGO

**Urgencia
funcional
+
reconocimiento
del coste**

El cerebro
registra que
quedarse igual
tiene un precio
real.

FASE 2 — SALVAVIDAS

Buscamos bajar el riesgo percibido para que el cerebro permita avanzar.

El cliente no decide porque no confía en sí mismo, no en ti.

Antes del plan, necesita sentir: “Puedo empezar sin hundirme.”

Convertir la objeción en un primer paso microscópico y seguro.

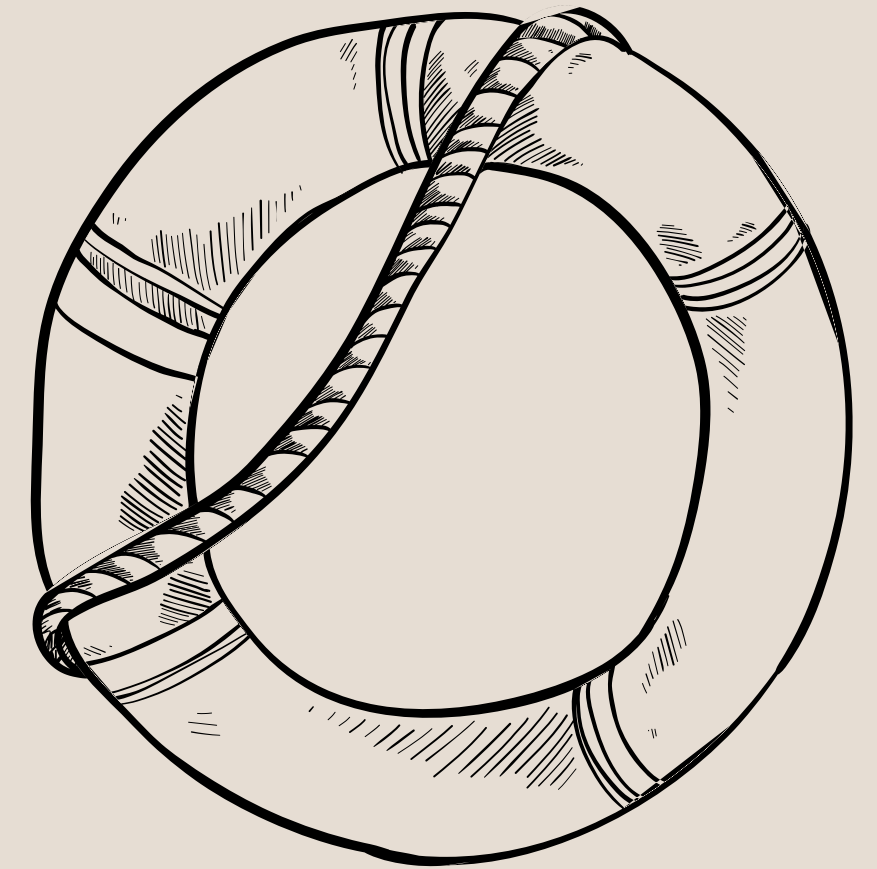
No el método, no el plan: el Paso 1 sin coste neurológico.

Plantilla de salida

**“No tienes que (lo que teme / cree que exige el proceso);
hoy solo haces (micro-paso ≤ 10 min / sin ayuda / sin riesgo).”**

Elige 1 objeción real de tu buyer (tiempo / dinero / capacidad / entorno).

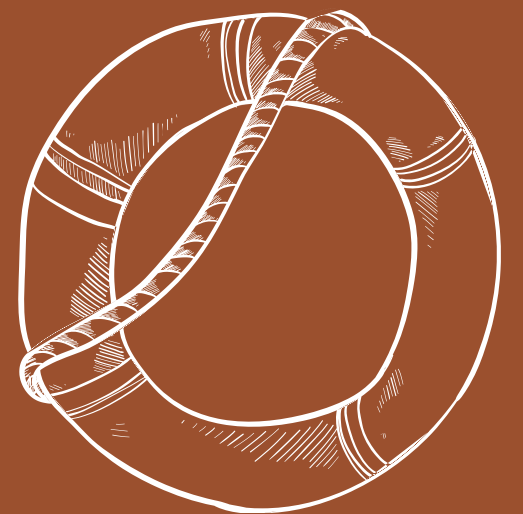
Redáctala con la plantilla: quitas el “imposible” → das el micro-paso.



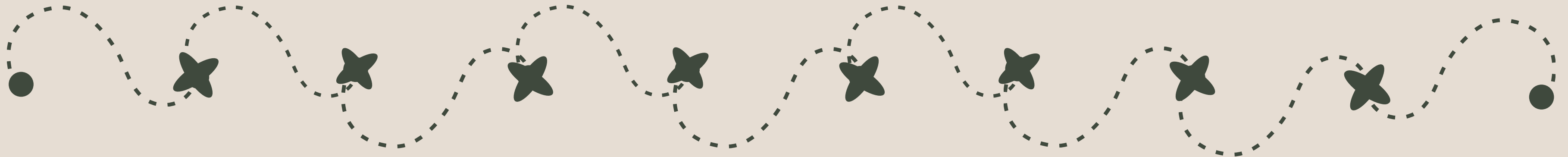
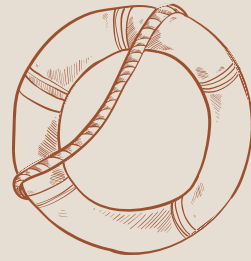
***“No tienes que (lo que teme / cree que exige el proceso);
hoy solo haces (micro-paso ≤ 10 min / sin ayuda / sin riesgo).”***

REVISAMOS...

- ¿Es tan pequeño que no admite excusas?
- ¿Es accionable HOY?
- ¿Reduce tensión en el cuerpo al escucharlo?



El cliente compra cuando viaja por estas emociones — en este orden.



NÁUFRAGO

**Urgencia
funcional
+
reconocimiento
del coste**

El cerebro
registra que
quedarse igual
tiene un precio
real.

SALVAVIDAS

**Seguridad
inicial
+
permiso para
moverse**

El cuerpo solo
avanza cuando
percibe que
puede empezar
sin hundirse.

FASE 3 — REFLEJO

Queremos que el cliente se vea a sí mismo como “alguien para quien esto aplica”.
La decisión no falla por falta de información, falla cuando el cerebro dice:
“Esto es para otra gente, no para mí.”

Mostramos que personas iguales a él/ella ya cruzaron el mismo punto.
No autoridad, no logros: afinidad y semejanza.

Plantilla de salida

“Esto no es para (perfil que creen que excluye), es para gente que está (situación actual real del buyer) — igual que tú.”

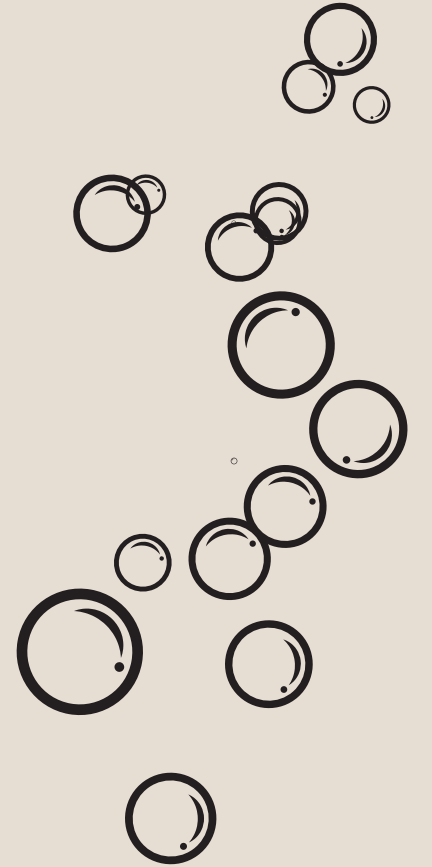
Opcional — Evidencia espejo (1 línea)

“De hecho, X empezó en exactamente ese punto y ahora ____.”

Define: ¿qué cree tu buyer que lo excluye?

Reescríbelo a espejo (tu frase muestra que su punto de partida ES válido).

Añade 1 evidencia espejo si la tienes.



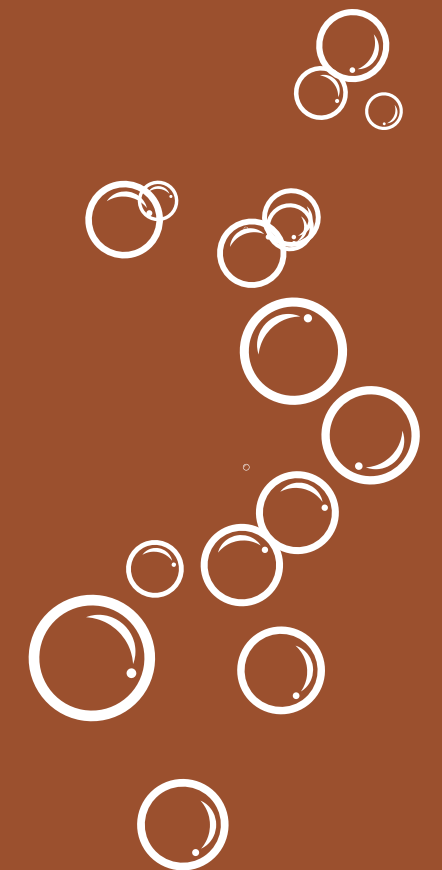
“Esto no es para (perfil que creen que excluye), es para gente que está (situación actual real del buyer) — igual que tú.”

Opcional — Evidencia espejo (1 línea)

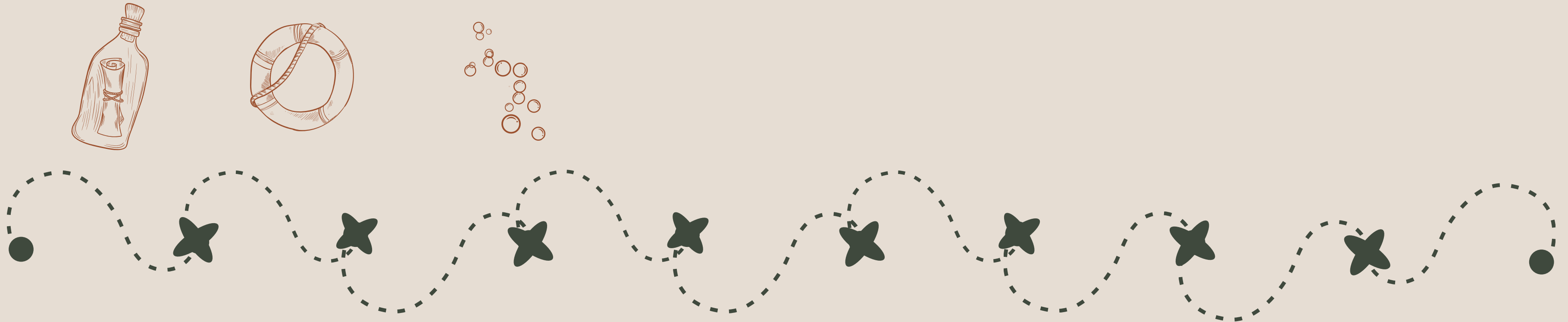
“De hecho, X empezó en exactamente ese punto y ahora ____.”

REVISAMOS...

- ¿Suena como “yo podría ser esa persona”?
- ¿Elimina la sensación de “esto no es para mí”?
- ¿Evita tono paternalista o de superioridad?



El cliente compra cuando viaja por estas emociones — en este orden.



NÁUFRAGO

**Urgencia
funcional
+
reconocimiento
del coste**

El cerebro
registra que
quedarse igual
tiene un precio
real.

SALVAVIDAS

**Seguridad
inicial
+
permiso para
moverse**

El cuerpo solo
avanza cuando
percibe que
puede empezar
sin hundirse.

REFLEJO

**Pertenencia
emocional
+
identidad
válida**

El cerebro no
invierte energía
en un camino
que no siente
“para gente
como yo”.

FASE 4 — TIBURONES

Vamos a neutralizar los pensamientos que parecen “lógicos” pero bloquean la decisión.
La mayoría no abandona porque no pueda, abandona porque el cerebro formula una excusa que suena razonable: *“Ahora no es el momento.”*, *“Necesito primero X.”*

“Cuando tenga dinero / tiempo / claridad...”

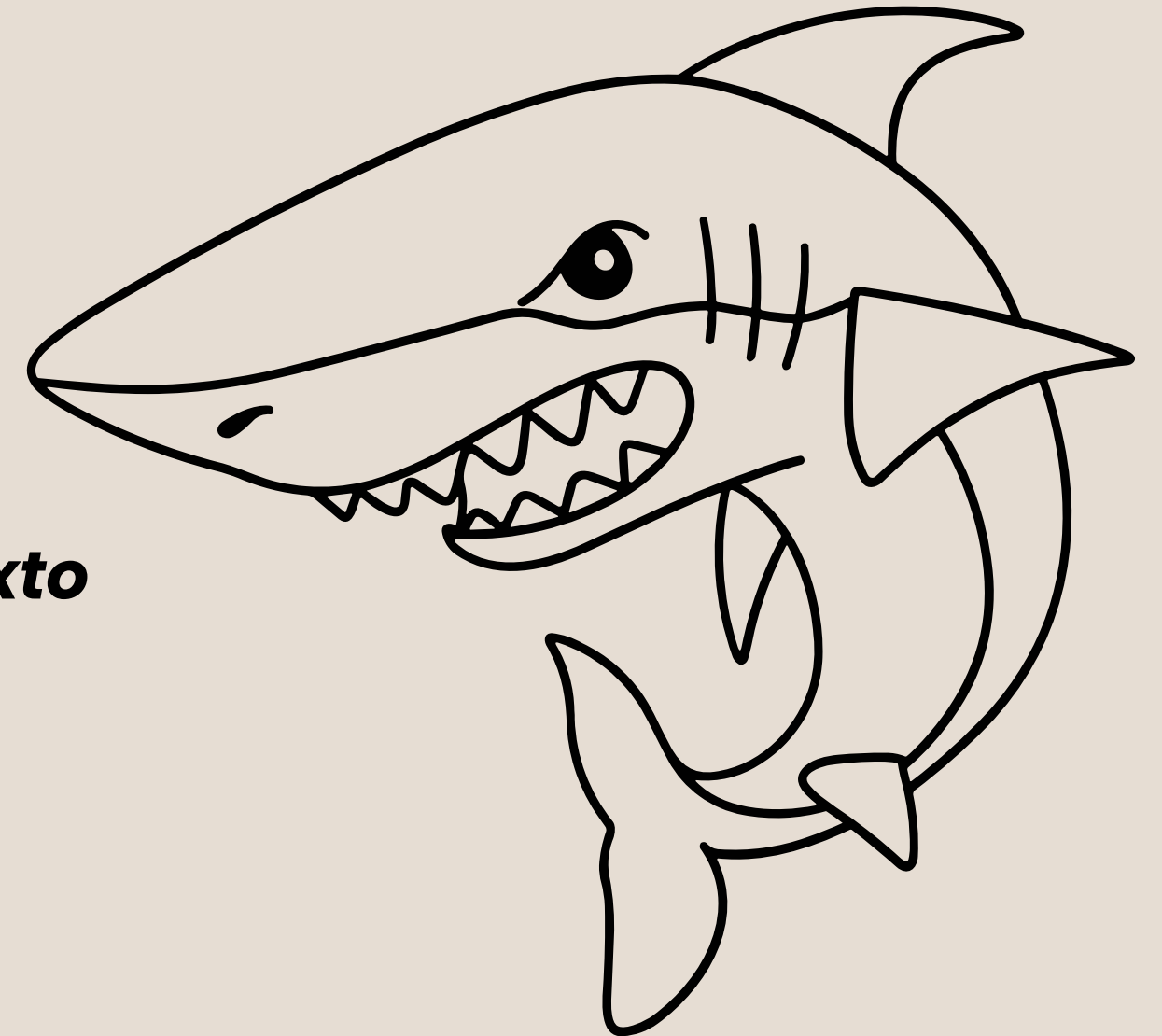
Eso no es verdad funcional — es **auto-protección cognitiva**.

No discutimos la objeción; la reencuadramos:
convertimos la excusa en evidencia para actuar ahora.

Plantilla de reencuadre (2 líneas)

“Tiene sentido que pienses X si asumes Y, pero en este contexto la realidad es Z, y por eso el movimiento es ____.”

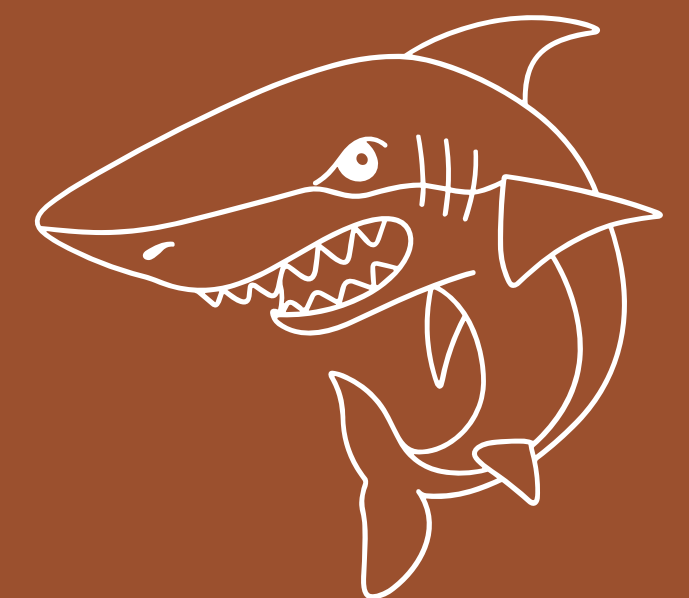
*Elige 3 objeción reales de tu buyer. Escríbelas.
Reencuádralas usando la plantilla ($X \rightarrow Y \rightarrow Z$).*



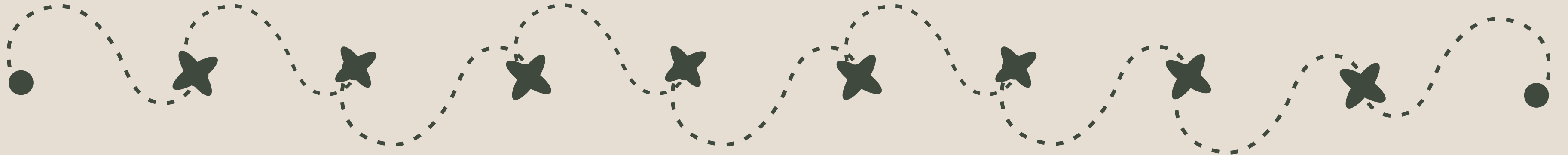
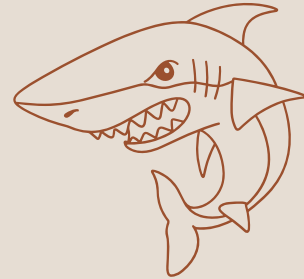
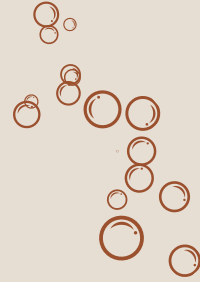
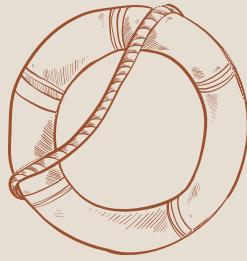
“Tiene sentido que pienses X si asumes Y, pero en este contexto la realidad es Z, y por eso el movimiento es ____.”

REVISAMOS...

- ¿Se siente atendida (no invalidada)?
- ¿Reduce la fuerza de la objeción?
- ¿Lleva a la acción en lugar de justificar el parón?



El cliente compra cuando viaja por estas emociones — en este orden.



NÁUFRAGO

**Urgencia
funcional
+
reconocimiento
del coste**

El cerebro
registra que
quedarse igual
tiene un precio
real.

SALVAVIDAS

**Seguridad
inicial
+
permiso para
moverse**

El cuerpo solo
avanza cuando
percibe que
puede empezar
sin hundirse.

REFLEJO

**Pertenencia
emocional
+
identidad
válida**

El cerebro no
invierte energía
en un camino
que no siente
“para gente
como yo”.

TIBURONES

**Protección
cognitiva
+
alineada con la
acción**

No se discute la
objeción: se
reencuadra para
que se convierta
en motivo para
actuar ahora.

FASE 5 — FARO

Aquí vamos a aportar certeza de ruta sin necesidad de empujar.
La gente no abandona porque dude de la meta,
abandona porque duda del camino y de quién lo conduce.
El faro no empuja barcos — hace visible que hay una ruta segura.

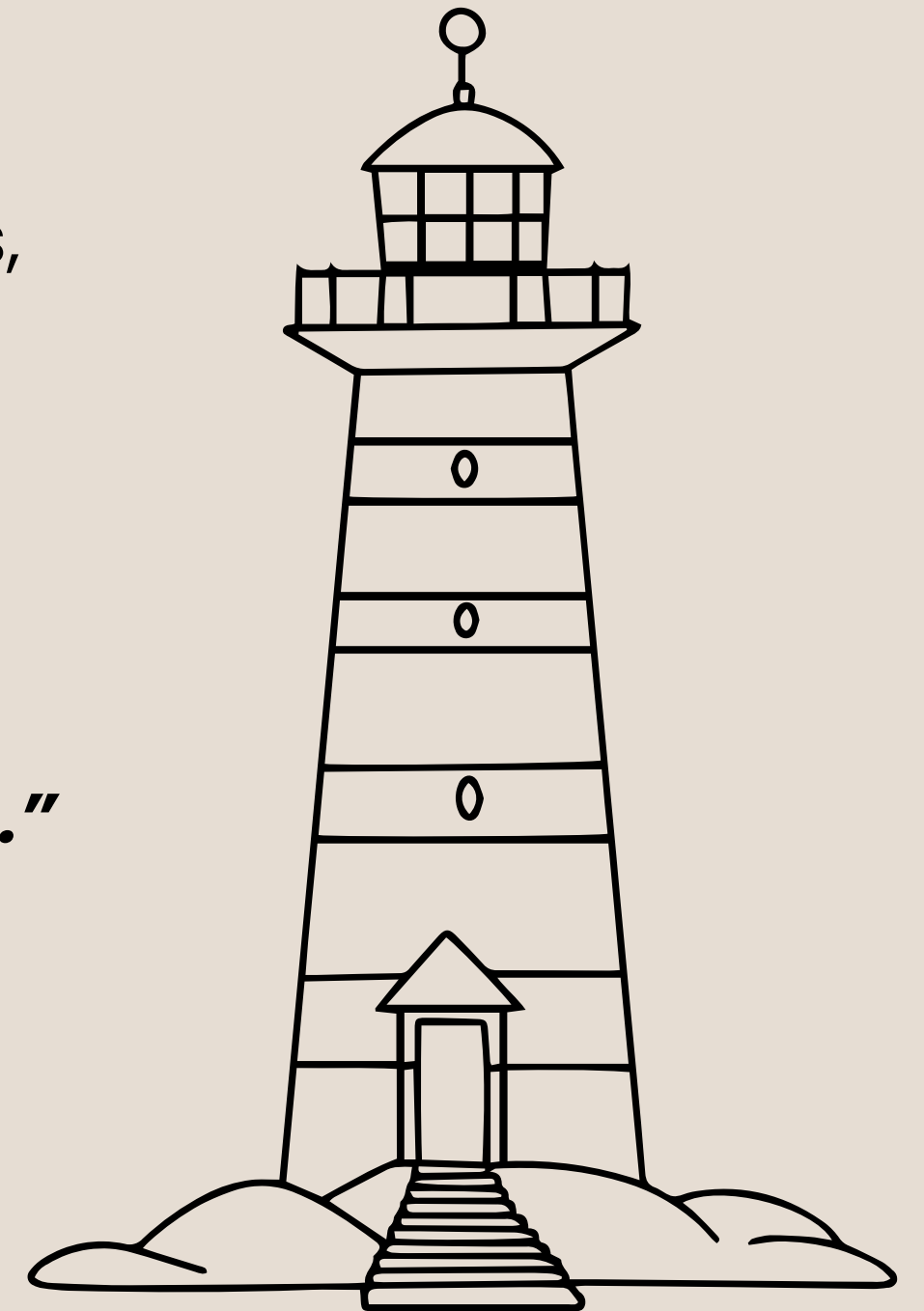
Mostramos evidencia de que este camino ya funcionó en manos reales,
y que no van a navegar a ciegas.

Plantilla de salida

***“Ya guié a gente que estaba en (misma situación inicial)
y el primer cambio que vieron fue (marcador temprano de progreso).”***

Elige 1 caso real (propio o cercano).

Escribe: situación inicial → primer marcador de progreso visible.



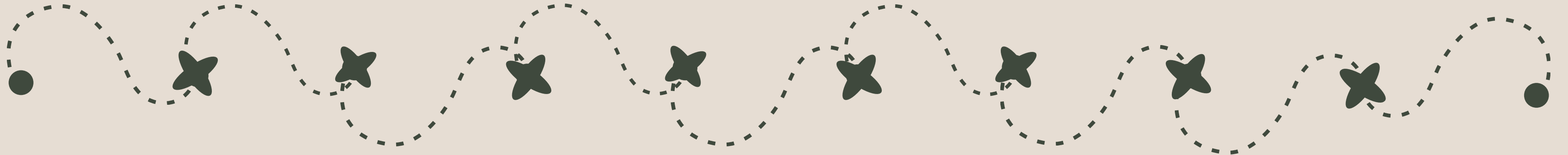
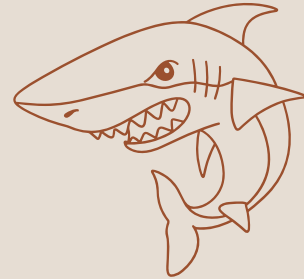
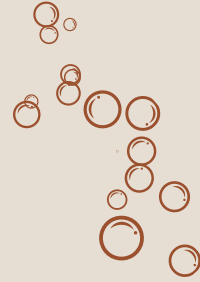
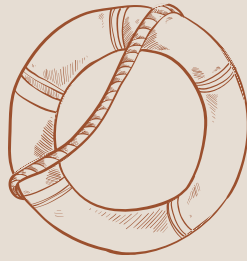
**“Ya guié a gente que estaba en (misma situación inicial)
y el primer cambio que vieron fue (marcador temprano de progreso).”**

REVISAMOS...

- ¿Da certeza? (se ve que “esto ya ha pasado”)
- ¿Es concreto y verificable?
- ¿Refuerza acción en vez de admiración?



El cliente compra cuando viaja por estas emociones — en este orden.



NÁUFRAGO

Urgencia funcional
+
reconocimiento del coste

El cerebro registra que quedarse igual tiene un precio real.

SALVAVIDAS

Seguridad inicial
+
permiso para moverse

El cuerpo solo avanza cuando percibe que puede empezar sin hundirse.

REFLEJO

Pertenencia emocional
+
identidad válida

El cerebro no invierte energía en un camino que no siente “para gente como yo”.

TIBURONES

Protección cognitiva
+
alineada con la acción

No se discute la objeción: se reencuadra para que se convierta en motivo para actuar ahora.

FARO

Confianza en guía
+
evidencia de éxito

La decisión no falla por dudar del destino, sino por no confiar en quien conduce el proceso.

FASE 6 — MAPA

Dar visión estructurada del camino para que el cerebro perciba “no voy a improvisar”.

El movimiento no depende de motivación, depende de seguridad en el trayecto.

Si la ruta no es visible, el cuerpo frena — aunque ya quiera llegar.

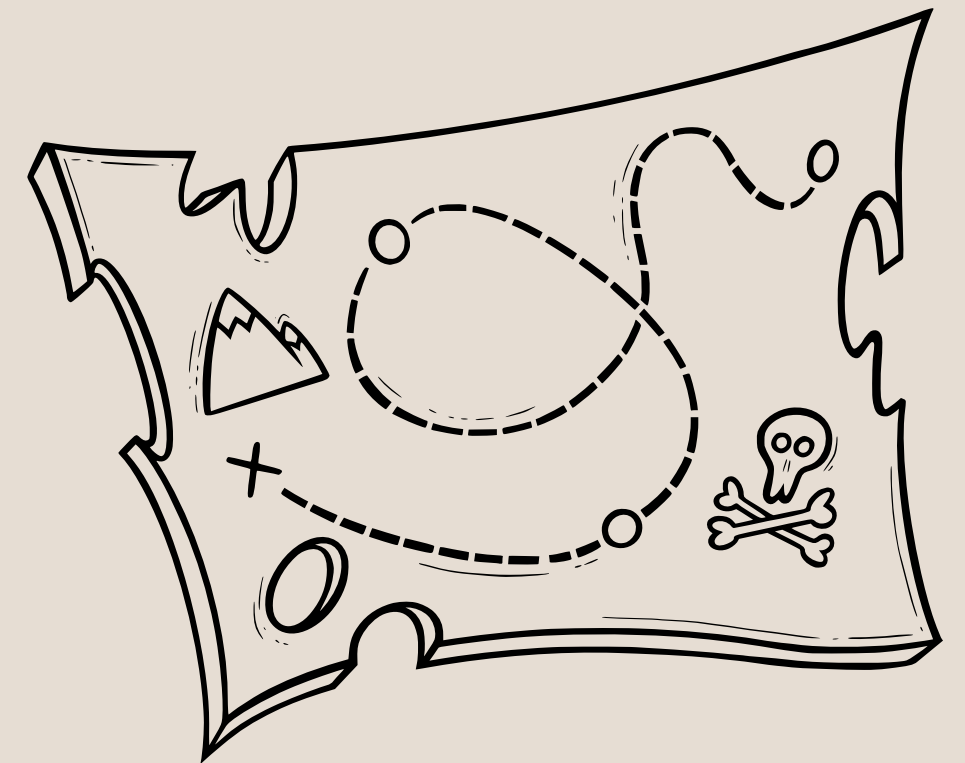
Mostramos la secuencia macro de pasos, no los detalles técnicos.

Plantilla de salida

***“Esto no va a ser a ciegas/ No vas a improvisar.
el recorrido está trazado: primero (paso 1), después (paso 2),
y luego (paso 3) — sin inventar sobre la marcha.”***

Escribe tu ruta en 3–5 pasos máximos:

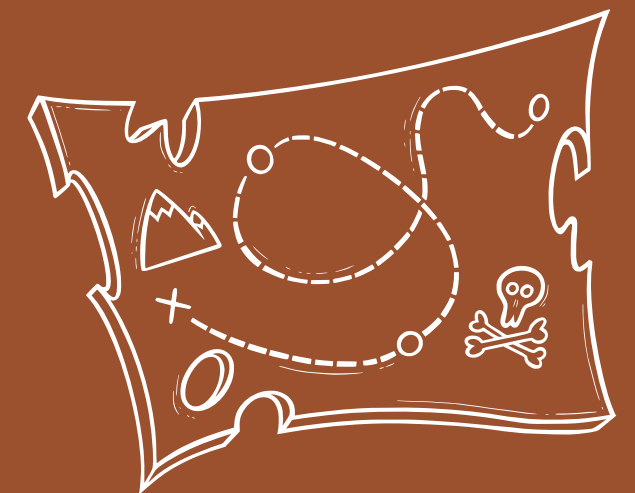
- 1.
- 2.
3. _____ (opcional 4 y 5)



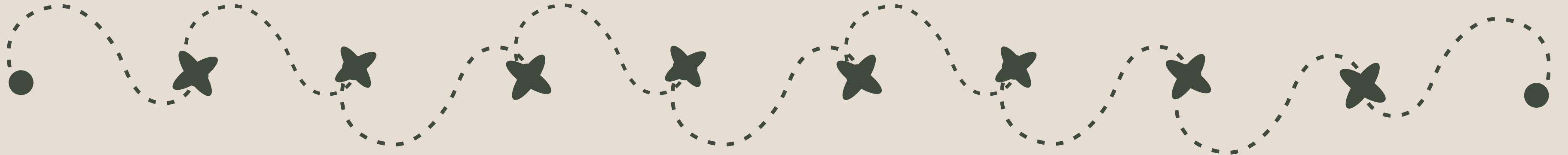
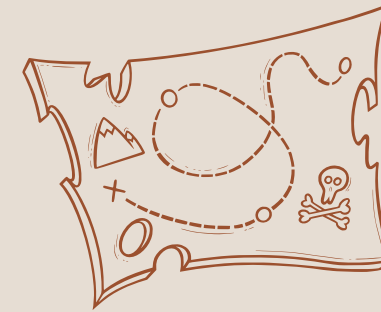
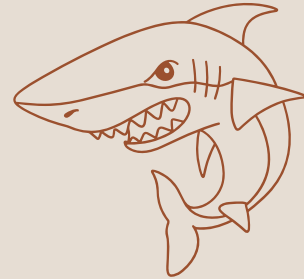
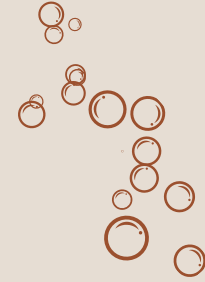
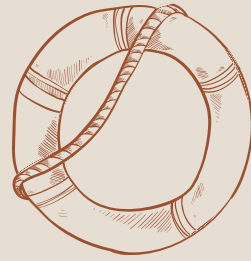
**“Esto no va a ser a ciegas/ No vas a improvisar:
el recorrido está trazado: primero (paso 1), después (paso 2),
y luego (paso 3) — sin inventar sobre la marcha.”**

REVISAMOS...

- ¿Una persona sin contexto podría repetir mi ruta en una frase?
- 2) ¿Es finito, ordenado y con final visible?
- 3) ¿Reduce miedo o lo aumenta?



El cliente compra cuando viaja por estas emociones — en este orden.



NÁUFRAGO

Urgencia funcional
+
reconocimiento del coste

El cerebro registra que quedarse igual tiene un precio real.

SALVAVIDAS

Seguridad inicial
+
permiso para moverse

El cuerpo solo avanza cuando percibe que puede empezar sin hundirse.

REFLEJO

Pertenencia emocional
+
identidad válida

El cerebro no invierte energía en un camino que no siente “para gente como yo”.

TIBURONES

Protección cognitiva
+
alineada con la acción

No se discute la objeción: se reencuadra para que se convierta en motivo para actuar ahora.

FARO

Confianza en guía
+
evidencia de éxito

La decisión no falla por dudar del destino, sino por no confiar en quien conduce el proceso.

MAPA

Ruta delimitada con claridad
+
navegación sin improvisar

El movimiento ocurre cuando el camino está trazado y no requiere inventar sobre la marcha.

FASE 6 — ISLA

Aactivar deseo mostrando el resultado final que hace que moverse valga la pena.

El cerebro no compra procesos — compra cómo se sentirá y qué tendrá cuando llegue a tierra firme. Si la isla no está clara, nadie rema.

Nombramos el “después” de manera observable y cercana en el tiempo, no idealizada.

Plantilla de salida

“Pasar de (estado actual breve) a (estado deseado concreto) en (plazo realista / marcador temporal).

Y eso te devuelve (paz / margen / autoestima / autoridad / dignidad / tiempo).”

Escribe un “de → a → en (tiempo)” para TU oferta.

Añade 1 consecuencia positiva (qué recupera: tiempo, paz, margen, dignidad).



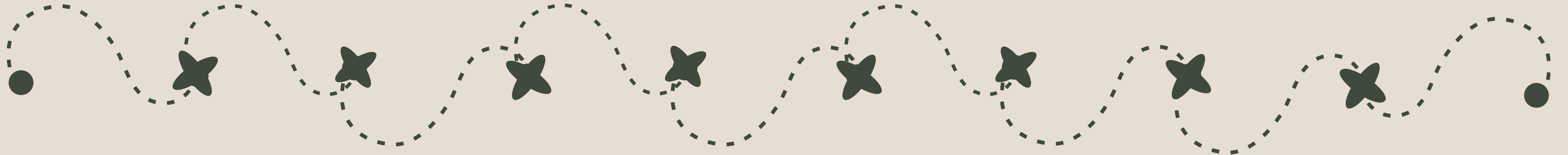
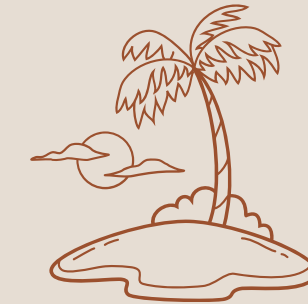
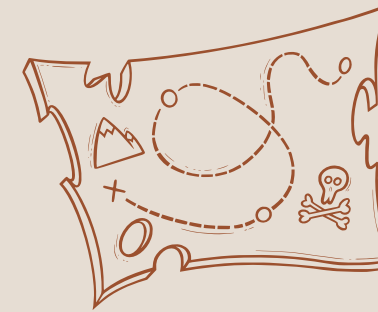
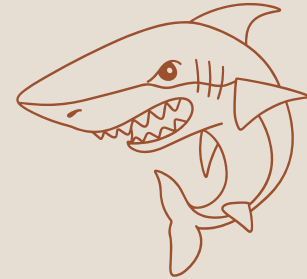
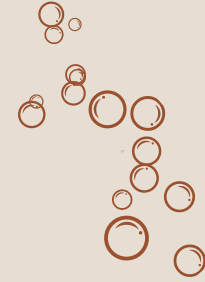
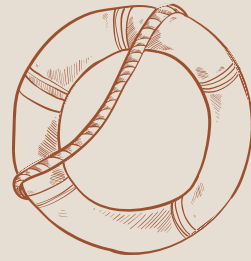
**“Pasar de (estado actual breve) a (estado deseado concreto)
en (plazo realista / marcador temporal).
Y eso te devuelve (paz / margen / autoestima / autoridad /
dignidad / tiempo).”**

REVISAMOS...

- ¿Veo el “después” como una escena, no como un deseo?
- ¿El plazo es creíble (no mágico ni infinito)?
- ¿Activa “lo quiero” y no solo “suena bien”?



El cliente compra cuando viaja por estas emociones — en este orden.



NÁUFRAGO

Urgencia funcional
+
reconocimiento del coste

El cerebro registra que quedarse igual tiene un precio real.

SALVAVIDAS

Seguridad inicial
+
permiso para moverse

El cuerpo solo avanza cuando percibe que puede empezar sin hundirse.

REFLEJO

Pertenencia emocional
+
identidad válida

El cerebro no invierte energía en un camino que no siente “para gente como yo”.

TIBURONES

Protección cognitiva
+
alineada con la acción

No se discute la objeción: se reencuadra para que se convierta en motivo para actuar ahora.

FARO

Confianza en guía
+
evidencia de éxito

La decisión no falla por dudar del destino, sino por no confiar en quien conduce el proceso.

MAPA

Ruta delimitada con claridad
+
navegación sin improvisar

El movimiento ocurre cuando el camino está trazado y no requiere inventar sobre la marcha.

ISLA

Deseo y destino tangible
+
justificación del esfuerzo

El cerebro no paga por “mejor”, sino por un después que compensa mover energía hoy.

FASE 7 — BARCO

Presentar la oferta como el siguiente paso lógico — no como presión.
Cuando dolor, seguridad, identidad, certeza y deseo ya están activados,
el “sí” no se fuerza — se formula.

El barco no es el tema; el barco es cómo llegas a la isla.

Nombramos la oferta como la continuación natural del viaje ya descrito.

Plantilla de salida

*“Si ya sabes que quedarte en (el agua actual) te cuesta (coste real),
y quieres llegar a (la isla) sin hundirte sola,
el siguiente paso coherente es (mi oferta) — es el vehículo para cruzar.”*

Opcional — garantía / seguro del barco (seguridad sin rebajar autoridad):

*“Si en las primeras (X semanas) no ves (marcador temprano verificable),
ajusto el plan contigo / te acompaño hasta que lo veas / te devuelvo — no te dejo a medio mar.”*

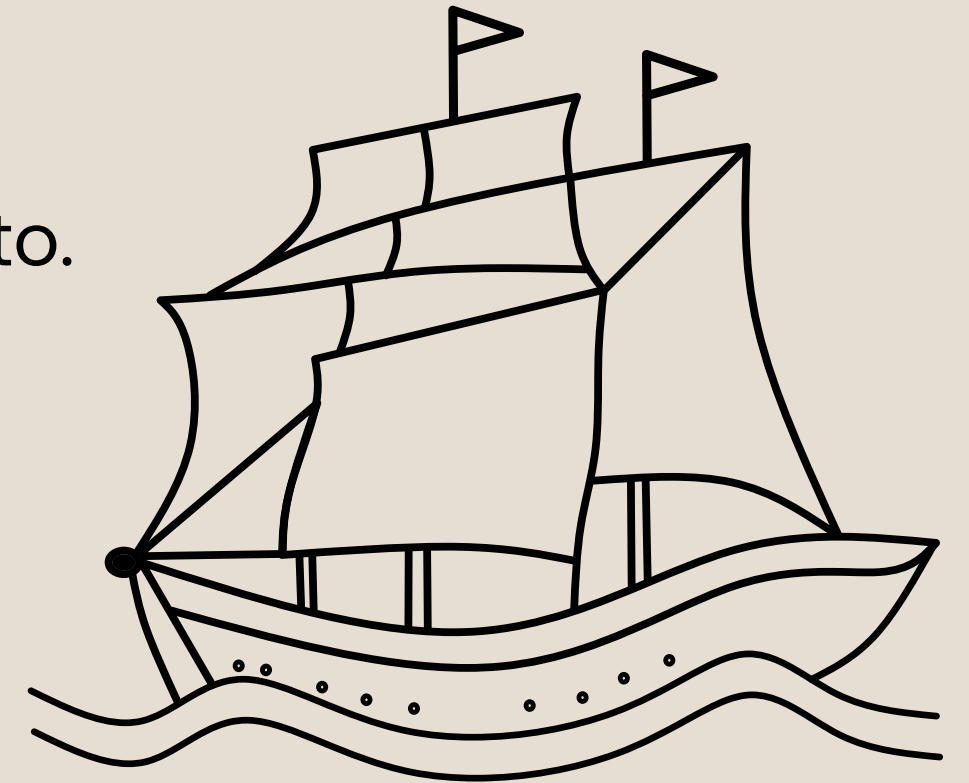
Opcional — micro-fricción cero (bajar el coste psicológico de decidir):

*“Hoy no te estoy pidiendo cruzar un océano— hoy solo decides subirte:
el primer paso es (acción mínima: reservar plaza / aplicar / dejar señal / firmar / responder mail).”*

Opcional — POR QUÉ AHORA (urgencia racional, no emocional):

*“Si no lo cierras ahora, mañana sigues en el mismo agua con las mismas condiciones —
lo único que cambia es el tiempo que pierdes en el medio.”*

Redacta tu cierre usando la plantilla (4 líneas máximo).



Plantilla de salida

**“Si ya sabes que quedarte en (el agua actual) te cuesta (coste real),
y quieres llegar a (la isla) sin hundirte sola,
el siguiente paso coherente es (mi oferta) — es el vehículo para cruzar.”**

Opcional — garantía / seguro del barco (seguridad sin rebajar autoridad):

**“Si en las primeras (X semanas) no ves (marcador temprano verificable),
ajusto el plan contigo / te acompaño hasta que lo veas / te devuelvo — no te dejo a medio
mar.”**

Opcional — micro-fricción cero (bajar el coste psicológico de decidir):

**“Hoy no te estoy pidiendo cruzar un océano— hoy solo decides subirte:
el primer paso es (acción mínima: reservar plaza / aplicar / dejar señal / firmar / responder
mail).”**

Opcional — POR QUÉ AHORA (urgencia racional, no emocional):

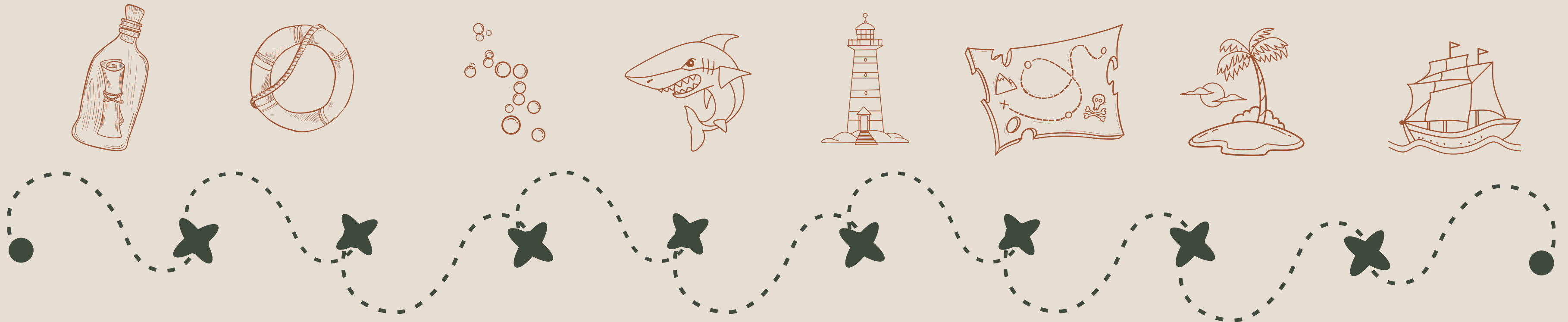
**“Si no lo cierras ahora, mañana sigues en el mismo agua con las mismas condiciones —
lo único que cambia es el tiempo que pierdes en el medio.”**

REVISAMOS...

- ¿Suena como continuidad lógica, no como empuje?
- ¿Se entiende el “por qué ahora”?
- ¿La acción final es clara y sin fricción?



El cliente compra cuando viaja por estas emociones — en este orden.



NÁUFRAGO

Urgencia funcional
+
reconocimiento del coste

El cerebro registra que quedarse igual tiene un precio real.

SALVAVIDAS

Seguridad inicial
+
permiso para moverse

El cuerpo solo avanza cuando percibe que puede empezar sin hundirse.

REFLEJO

Pertenencia emocional
+
identidad válida

El cerebro no invierte energía en un camino que no siente “para gente como yo”.

TIBURONES

Protección cognitiva
+
alineada con la acción

No se discute la objeción: se reencuadra para que se convierta en motivo para actuar ahora.

FARO

Confianza en guía
+
evidencia de éxito

La decisión no falla por dudar del destino, sino por no confiar en quien conduce el proceso.

MAPA

Ruta delimitada con claridad
+
navegación sin improvisar

El movimiento ocurre cuando el camino está trazado y no requiere inventar sobre la marcha.

ISLA

Deseo y destino tangible
+
justificación del esfuerzo

El cerebro no paga por “mejor”, sino por un después que compensa mover energía hoy.

BARCO

Oportunidad lógica
+
Movimiento inevitable

Cuando todo lo anterior está alineado, el sí no se fuerza — se vuelve coherente.

APLICANDO ESTE MÉTODO EL SÍ SE VUELVE LÓGICO

Un cierre sin fricción ocurre cuando ya pasó esto:

1. **Coste visible (náufrago)** — ya vio el precio real de quedarse igual.
2. **Seguridad mínima (salvavidas)** — ya sintió que puede empezar sin hundirse.
3. **Identidad alineada (reflejo)** — ya se vio a sí misma dentro del tipo de gente que cruza.
4. **Objeciones reencuadradas (tiburones)** — ya dejó de usar sus “peros” como freno.
5. **Confianza en el guía (faro)** — ya confió en quién conduce el proceso.
6. **Ruta delimitada (mapa)** — ya vio que no va a improvisar: hay pasos claros.
7. **Deseo con sentido (isla)** — ya quiere llegar porque el después compensa mover energía.
8. **Oferta coherente (barco)** — ya entiende que este vehículo es el paso lógico para cruzar.

Entonces el sí no es persuasión...es **coherencia**.

“Si hoy has visto que quedarte donde estás tiene un coste,
que puedes empezar sin hundirte, que esto es para gente como tú,
que tus peros dejan de frenar, que confías en quien guía,
que la ruta está trazada y que llegar a esa isla te compensa...
lo coherente ahora es subirte al barco: → (tu oferta).”

