

## Técnica de la reciprocidad en MKT

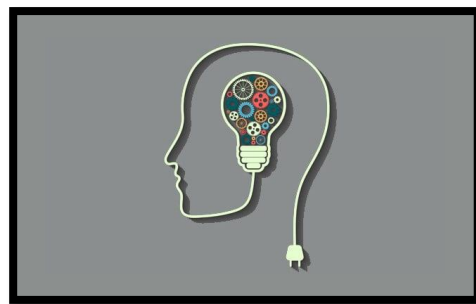
Esta técnica de marketing que se conoce como “Gatillo de reciprocidad”, consiste en un **condicionamiento psicológico de las personas a mostrarse agradecidos con aquel que le dio algo desinteresadamente**, a modo de ejemplo podemos tener aquella Navidad en donde te regalan algo sin siquiera conocer a la persona (o algún familiar que no recuerdes), la primera reacción es la de regresar la atención y querer regalar algo también, este sentimiento/sensación de querer dar algo a alguien más es la que se genera en tu cliente cuando ofreces algo de valor, y cuanto más valor des a tu cliente es mejor, por lo que es mucho más fácil realizar la venta, ya que el cliente se siente agradecido y comprometido.

Esta técnica está compuesta de tres elementos clave:

- a) **Identificar las oportunidades no habladas de servicio con todos tus clientes.** Que es no esperar a que tu cliente te diga que necesita algo, con pequeños gestos muestras interés. Por ejemplo, cuando vas por la calle y estornudas y además de un “salud” recibes un pañuelo, no tuviste que decir nada para que alguien detectara tu necesidad y actuara, en ese momento generas una emoción de retribuir a esa persona.



- b) **Servir a través de tu conocimiento.** Dar lo mejor que tenemos de manera gratuita, y esto es tan fácil como simplemente explicar detalladamente nuestro producto o servicio y así le damos claridad a nuestro cliente. Imagina que vas al médico y está aquel que te dice “tómese esas 2 pastillas cada 8 hrs y regrese en 15 días”, contra el médico que te explica con claridad el padecimiento, la función del medicamento que te está proporcionando, las reacciones de tu cuerpo al tomarte tu medicamento y la evolución de tu organismo durante el tratamiento ¿a quién preferirías tú?



c) **Dar una experiencia increíble de compra.**

Debes tener en cuenta que a la gente nos gusta comprar, pero no nos gusta que nos vendan, por lo que es recomendable sustituir el hostigamiento de la venta, como aquel vendedor de seguros que te quiere vender algo a la fuerza o las llamadas de los bancos para ofrecerte una tarjeta de crédito, y crear un vínculo emocional con tu cliente en el que vas enamorando a tu cliente a través de un escalamiento de valor y combinas con un excelente servicio que te llevará a una venta más fluida y natural.



## Razones por las que se beneficiará tu negocio con regalos promocionales

“Tal vez la gratitud no sea la virtud más importante, pero sí es la madre de todas las demás”. – Marco Tulio Cicerón

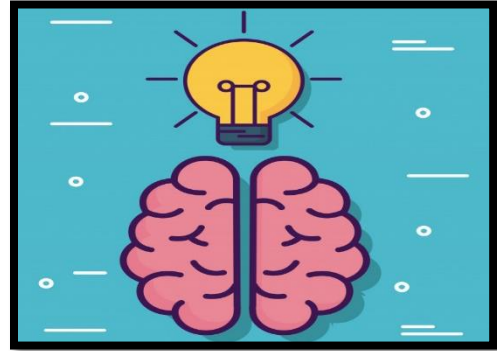


Como podemos leer en esta frase, el filósofo romano nos da una profunda reflexión sobre como de la gratitud se desprenden las demás virtudes, y más todavía debe ser el agradecimiento que como lo define la Real Academia de la Lengua Española es la acción de sentir gratitud, o mostrar gratitud o dar gracias, las consecuencias de realizar esta acción son increíbles ya que puede crear vínculos interpersonales y confianza entre los individuos involucrados. Imaginemos esta acción implementada en el área empresarial y los resultados serán una relación más estrecha con tus clientes y más importante la lealtad de ellos hacia tu marca.

Ya con lo anterior consideraremos las 3 razones por las que se beneficiará tu empresa de manera exponencial, con los artículos promocionales.

## 1. Incremento de ventas.

Todos sabemos que una empresa que no vende es una empresa que tiende a desaparecer, es por ello que el ser humano ha buscado diversas formas para que un cliente nos prefiera a nosotros en vez de algún otro proveedor. Desde el principio de los tiempos el comerciante siempre dio regalos a su cliente con el fin de retenerlo, no es diferente en el caso de los productos promocionales los cuales se centran en implantar en los clientes una idea en la que se asocie de manera positiva nuestra marca, así estrechamos el vínculo con el cliente, con lo que facilitamos la venta de nuestro producto o servicio, llevándonos incluso a estar en sus preferencias de marca.



Debemos tener en cuenta, que el tiempo en que vivimos es de alta competencia y ofrecer a nuestro cliente un regalo, puede ser el elemento decisivo de la compra y a su vez para aumentar las ventas de la empresa.

## 2. Reconocimiento y memoria de tu marca.

Es común que asociemos al hablar de publicidad, campañas costosas en medios televisivos, radiofónicos e impresos, por lo que rápidamente las descartamos de nuestro presupuesto, creyendo que la inversión será mayor a los beneficios que nos proporcionará, pero si meditamos detenidamente al respecto nos daremos cuenta que conservamos esa pluma impresa con el nombre del banco donde tienes tus ahorros, o el llavero con el logo de la marca del auto, incluso esa gorra del restaurante que estaba en la playa en esas últimas vacaciones, todos estos obsequios se han convertido en una imagen presente de la marca o la empresa que nos los dio, alargando el vínculo entre ellos y nosotros.



Al comparar nos daremos cuenta que estos regalos promocionales resultan más efectivos en publicidad que aquel anuncio en televisión o radio, ya que nos hacen recordar una y otra vez la marca, así que en términos de inversión una campaña publicitaria en artículos promocionales de regalo, será más barata que una a gran escala en medio de comunicación tradicionales y que los beneficios que generará serán mayores, ya que las estadísticas muestran

que 6 de cada 10 consumidores mantienen consigo productos promocionales por hasta dos años ¿Cuánto costaría pagar todo este tiempo en televisión?

### 3. Da lo mejor de ti sin esperar nada a cambio

Un hecho innegable es que a todos nos gusta recibir algún tipo de regalo, esta acción la tenemos tan arraigada en nosotros y en nuestra cultura que incluso tenemos refranes como “A caballo regalado, no se le ve el colmillo”, indicándonos que los obsequios se reciben sin queja alguna e incluso a conformarnos con la calidad de los mismos; es un poderoso mensaje el que podemos enviar a nuestros clientes con obsequios, muestra generosidad de nuestra parte y preocupación por ellos, y ese vínculo emocional se traduce en fidelidad de ellos con nuestra marca, siempre y cuando sean de calidad, si queremos que nos recuerden.



Un aspecto clave que tenemos que tomar en cuenta al momento de elegir nuestros regalos promocionales es la calidad de estos, como lo hemos comentado en párrafos anteriores, queremos que nos recuerde y que mejor que lo hagan de la mejor manera, un obsequio de calidad te hace recordar un producto o servicio de calidad.