

---

***Resumen del Libro***

***La Gran Fórmula***

***(Titulo original***

***The Great Formula)***

***Escrito por Mark Joyner.***

*Resumen escrito por  
Ing. Gabriel Garzon*

[www.bogotacompra.com](http://www.bogotacompra.com)

*El Sitio Virtual en Bogotá  
Para Comprar y Vender de Forma Real*

## ***Introducción***

Mark Joyner revela, en su libro *La Gran Formula*, que usted puede aplicar esta fórmula inmediatamente en su negocio e incrementar instantáneamente su rentabilidad.

Mark Joyner es un famoso escritor norteamericano que ha publicado varios libros de mercadeo que han sido bestseller en USA.

Puede buscarlo en Amazon.com y encontrará decenas de buenos comentarios acerca de sus libros.

El libro es de 243 páginas y está en inglés.

La *Gran Formula* consiste en seguir estos tres pasos:

Paso 1: Cree una Oferta Irresistible.

Paso 2: Preséntela a una Multitud Sedienta.

Paso 3: Véndale un Segundo Vaso.

## *Segmentar*

El psicólogo de la Universidad de Princeton, George Miller, observó que la mente humana puede procesar entre cinco y nueve unidades de información a la vez.

Si la información tiene mas unidades se nos dificulta.

Parece ser una limitación de la forma como estamos "diseñados"

Pero si agrupamos todo ese cúmulo de información en unidades que estén comprendidas en este rango, la procesamos con facilidad.

¿Y que tiene que ver esto con los negocios?

Se asume que:

- Usted es humano
- Tiene cerebro
- Tiene un negocio o lo está formando.

Dado que nuestra capacidad de procesamiento está limitada, acostumbramos agrupar los datos en estructuras, reglas y fórmulas que los hagan más manejables.

¿Qué pasaría si tuviéramos un conjunto de reglas que nos permitiera agrupar cada consejo que hemos recibido sobre los negocios?

¿Qué pasaría si supiéramos si un consejo es útil o no?

¿Qué pasaría si supiéramos inmediatamente como categorizarlos en nuestra mente para una fácil referencia?

Esta herramienta ya existe y es llamada *La Gran Fórmula*.

Cualquier cosa que aprenda sobre marketing encaja dentro de estos tres pasos:

Paso 1: Cree una Oferta Irresistible.

Paso 2: Preséntela a una Multitud Sedienta.

Paso 3: Véndale un Segundo Vaso.

Si mira, en cualquier negocio grande que haya sido exitoso, encontrará que casi todos siguieron esta fórmula al pie de la letra.

Algunos siguen el paso uno en mayor o menor grado, pero todos, sin excepción, han realizado muy bien el paso 2 y 3.

## *¿Por qué funciona La Gran Fórmula?*

Solo hay tres formas de incrementar las ganancias en un negocio (no hay más):

1. Muestre su mensaje a más ojos.
2. Consiga más dinero por ojo.
3. Venda más productos a sus clientes existentes.

Veamos ejemplos que caen dentro de estas tres formas:

Cuando usted trabaja para *Mejorar la Calidad de los Anuncios*:  
Cae en la forma 1 arriba (Muestre su mensaje a más ojos).

Cuando usted trabaja para *Incrementar la Exposición de sus Anuncios*: cae de nuevo en la forma 1 (Muestre su mensaje a más ojos)

Cuando usted trabaja para *Reducir los Costos*: está trabajando en la forma 2 (Conseguir más dinero por Ojo)

*¿Si todo cae dentro de estas 3 formas, porque los propietarios de negocios se concentran el 95% del tiempo en hacer otras cosas?*

Sus funciones administrativas y logísticas deberían estar centradas en trabajar en *La Gran Fórmula*.

Con ese propósito el resto de esta información a presentar aquí, se concentra en entender los pasos de La Gran Fórmula

y entregarle algunas herramientas efectivas para que las aplique ahora en su negocio.

## ***LA GRAN FORMULA:***

### *Paso 1: Cree una Oferta Irresistible.*

Dado que este tema se tocó con profundidad en anterior libro, aquí solo se dará un resumen.

Veamos primero que NO es una Oferta Irresistible.

Una *Oferta Irresistible* No es crear una oferta irresistible como regalar bonos o descuentos.

No es tener una única proposición de venta.

No es la Misión y Visión, o un listado de beneficios de su producto.

Una oferta irresistible es:

*Una oferta que muestra la parte de Identidad Central de un Producto, Servicio o Compañía, en donde el Retorno de la Inversión es tan clara y eficientemente comunicado, que es inmediatamente visible y que, si usted es el prospecto, debe ser un tonto para no aceptarla.*

Cuando usted logra realizar una Oferta Irresistible, esta le permitirá:

- Permanecer en medio de todas las ráfagas de mercadeo que reciben los consumidores todo el día.

- Súper-cargar sus esfuerzos de “hacer correr la bola” para que sus clientes inconcientemente rieguen los mas importantes mensajes de mercadeo boca a boca, como un virus.
- Vender desde una posición de total integridad.
- Vender a sus clientes, En Menos de Tres Segundos, respondiendo las cuatro Grandes Preguntas:
  - Que me trata de vender
  - Cual es el precio
  - Por qué debería creerle a usted.
  - Que gano yo.

Una oferta irresistible tiene tres partes importantes:

1. Un alto retorno a la inversión
2. TouchStone (criterio)
3. Credibilidad

Inicie con un gran producto y el mercadeo se volverá muy fácil.

Si en los negocios se empleara más tiempo mejorando los productos y corrigiendo los errores, el éxito sería mucho más fácil.

Lograr un Oferta Irresistible no es sencillo y demanda tiempo.



Sin embargo, si usted trabaja en los pasos 2 y 3 de La Gran Fórmula encontrará muchas maneras de incrementar sus ganancias, las cuales se explicarán a continuación.

## ***LA GRAN FORMULA***

### ***Paso 2: Presentarlo a una Multitud Sedienta.***

Supongamos que inventa un Cepillo que cambia el color del cabello. Además lo hace más suave o grueso, con solo apretar un botón en el cepillo.

Para promocionarlo sabe que hay una convención a donde asistirán 100.000 personas, por lo que prepara miles de cepillos para vender.

Pero al llegar al Hotel se encuentra con un gran anuncio que dice:

*Quinta Gran Convención de Hombres Completamente Calvos*

Esto no se llamaría una Multitud Sedienta, particularmente de cepillos de cabello.

Si vende calculadoras no iría a la playa, iría a una convención de Matemáticas.

Si va al desierto, encuentra a personas sedientas y usted es el único que vende agua, no le quedará muy difícil venderla.

De hecho, así su agua no sea muy buena, no tendrá que hacer mucho esfuerzo para venderla.

Ahora, combine una Oferta Irresistible con una Multitud Sedienta. Ser millonario sería muy fácil.

## ***LA GRAN FORMULA***

### ***Paso 3: Venderle un segundo vaso.***

Regresemos al ejemplo del cepillo de cabello.

Supongamos que usted es el fabricante y contrata una compañía de mercadeo que se encarga de encontrar la multitud sedienta de su producto.

Esta compañía de mercadeo, además de buscar la multitud sedienta que usted quiere, le pregunta si quiere jubilarse mas joven. "*¡Por su puesto!*", usted responde.

La propuesta es el *Upsell*.

Es decir, cada vez que alguien compre un cepillo y esté por retirarse de su local, se le oferta un segundo cepillo con un descuento del 40% por uno adicional.

Será una oferta muy tentadora, difícil de resistir.

Se le podría decir algo como esto: "¿le gustaría comprar un cepillo adicional para su amiga o hermana, con un 40% de descuento?"

## ***Luego de que usted haya creado su Oferta Irresistible, veamos como buscar La Multitud Sedienta.***

### ***En Busca de la Multitud Sedienta***

Multitudes Sedientas hay en todo lado, si usted sabe como buscarlas.

La mayoría de la gente piensa que para alcanzar una gran audiencia es necesario pensar en los anunciantes tradicionales: televisión, radio, periódicos y revistas.

Pero esta es solo una forma de cuatro formas de hacerlo. Las hay mas baratas e inclusive gratis.

Las cuatro estrategias para capturar Multitudes Sedientas son:

1. ***Primera Estrategia***: Pague por acceder a ellas. (contratar anuncios en el periódico, revistas, TV, radio)
2. ***Segunda Estrategia***: Preguntar para acceder a ellas.

¿No quiere pagar para acceder a estas multitudes?

Entonces averigüe quien vende un producto similar y ofrézcaselo para que lo venda.

Veamos como funciona:

Supongamos que usted vende un champú enfocado a personas adineradas, las cuales quieren lucir bien sin importar el costo.

Encuentra una boutique de clientes de clase alta, se aproxima al dueño y le dice: "déjeme colocar mi champú en su boutique, cada vez que usted venda uno se quedará con el 40% de la venta"

Posteriormente, luego de vender algunas botellas de champú, se aproxima de nuevo al dueño y le dice.

"Que tal si me deja enviar a todos sus clientes un anuncio mencionando un descuento especial de mi producto? Yo pagaría toda la papelería y envío y le daría el 40% de todas las ventas que se hagan de esa promoción?"

Con un costo bajo y un riesgo mínimo usted estaría accediendo a una Gran Multitud Sedienta.

Si quiere disminuir aún mas los costos, espere a que ese Afiliado que consiguió quiera hacer su propia campaña, entonces pídale que adjunte su oferta.

3. *Tercera Estrategia*: Construya su propia lista de Multitud Sedienta. Cada vez que encuentre un potencial cliente que no compre, capture su información y pídale permiso para remitir sus ofertas en el futuro. Por su puesto que los más importantes miembros de esta lista son los

clientes actuales.

#### 4. *Cuarta Estrategia*: Encontrar multitudes perdidas.

Si va a clubes nocturnos, en cualquier ciudad del mundo, tanto entrando como saliendo se encontrará con decenas de promotores de otros clubes invitándolo a que vaya.

Este es un método que yo evitaría como si fuera una plaga, pero lo importante es que vea existe y abra su mente.

***Cuando tenga La Oferta Irresistible y haya encontrado La Multitud sedienta, siguen las Tácticas para un segundo vaso.***

*Veamos algunas tácticas de entrega de un segundo Vaso.*

Algunas de las tácticas principales para un segundo vaso son:

1. El Upsell
2. El Crosssell
3. El Follow up.
4. El Continuity

Estos son los detalles de cada una.

***El Upsell***: Si vende una versión pequeña, ellos podrían estar interesados en una versión grande.

Si están comprando una versión Light, podrían estar

interesados en una versión Deluxe.

Por ejemplo cuando se piden papas en Mcdonalds nos preguntan si queremos agrandar la porción.

*El Cross-sell:* Si vende carros, ellos podrían estar interesados en el equipo de sonido, o en la alarma.

Si es odontólogo y está realizando una limpieza, puede ofrecer un blanqueamiento.

O si vende televisores de pantalla plana, puede ofrecer los cables, el soporte, la instalación, el protector, etc.

Lo importante es que el cross-sell realmente ayude a su cliente para que este salga satisfecho y haga el mercadeo boca a boca.

*El Follow up:* Los dos métodos mencionados anteriormente pueden ser implementados inmediatamente, en el punto de venta, antes de que salga su comprador.

Solo asegúrese que hace el cross-sell y el upsell luego de la venta inicial ha sido consumada. Podría ocurrir que el usuario haga como el perro cuando tiene dos huesos, no elige ninguno.

A diferencia de las dos anteriores, en el follow up la oferta se hace días, meses o años posteriores a la primera venta.

*La continuidad:* Algunos productos, por si solos, constituyen el segundo vaso. Por ejemplo la suscripción a una revista, o una crema que “trae juventud a su piel”, los cuales son productos basados en la continuidad.

Son productos en los cuales tácitamente se está diciendo “usted invierte mensualmente una cifra y yo me comprometo a mantener la juventud de su piel”

En un próximo resumen le daré algunos ejemplos de compañías Exitosas que han seguido de una u otra manera, la Gran Fórmula.