

**50 PALABRAS**

**PODEROSAS**

**PARA AUMENTAR**

**TUS VENTAS**

Por Javier Diaz

[www.negociosyemprendimiento.org](http://www.negociosyemprendimiento.org)  
Copyright © Negocios y Emprendimiento 2020

Uno de los principales errores que cometen los emprendedores al intentar vender o negociar, es que **usan mensajes y discursos que no son muy persuasivos.**

Tienen buenos productos y un excelente servicio, pero **su comunicación es ineficiente**, por lo que terminan llenos de frustración al ver que sus clientes potenciales deciden irse con la competencia.

Los vendedores exitosos reconocen la importancia de la comunicación efectiva. Saben que usar las palabras correctas en el momento justo, es determinante para cerrar con éxito la venta. Si quieres construir mensajes y discursos de venta más efectivos, a continuación, te compartimos **50 palabras poderosas que funcionan muy bien para atraer y persuadir a los clientes.**

Pero, antes de ir con las palabras es importante aclarar el uso de estas debe ser coherente con [tu propuesta de valor](#). De nada sirve llenar de expectativa a tus clientes, si al final les vas a entregar un producto o servicio deficiente. Así solo conseguirás restarle prestigio y credibilidad a tu negocio.

Ahora sí, ¡empecemos!

# Palabras que te ayudarán a incrementar las ventas de tu negocio

1. **Tú:** Una de las claves del éxito en las [ventas](#), es generar confianza. La palabra “TÚ” ayuda a que el cliente sienta mucho más cercana la comunicación, por lo que funciona muy bien para estrechar la relación entre la marca o el vendedor y el cliente. Sin embargo, también es importante tener en cuenta que algunas personas pueden sentirse incómodas cuando el vendedor se torna muy confianzudo desde el inicio, así que lo mejor es darle espacio al cliente para que se sienta en confianza y la interacción fluya de manera positiva, hasta que podamos utilizar una comunicación mucho más amena y cercana con él. En medios escritos la palabra “TÚ” funciona muy bien, porque permite que el mensaje atrape más fácilmente al lector.
2. **El nombre del cliente:** Personalizar el mensaje que estamos comunicando, ayuda a maximizar el interés del receptor. Por ejemplo, si envías un email, existen muchas más probabilidades de que el cliente lo abra si ve su nombre en el asunto del mensaje; y personalizar emails es algo muy sencillo que se puede hacer con diversas herramientas de email marketing. También, puedes usar el nombre del cliente en medio de una conversación de ventas para conseguir que él centre su atención en ti.
3. **Gratis:** A todos nos gustan las cosas gratis, por tal razón esta palabra es tan poderosa. Sin embargo, es una palabra que debe usarse con mucha prudencia si no queremos terminar quemando dinero para solo atraer avalanchas de clientes que a largo plazo no nos dejan valor real al negocio. La palabra “GRATIS” es muy utilizada para lograr que el cliente ingrese a un [embudo de ventas](#) y nos permita iniciar una relación con él. También, funciona muy bien para cerrar una venta; por ejemplo, si ya has

capturado la atención del cliente y le ofreces un beneficio adicional gratis por tomar la decisión de comprarte en ese mismo momento, tus probabilidades de éxito con ese cliente serán muy altas.

4. **Cómo:** El cerebro humano ama aprender, así que, si le propones aprender el “CÓMO” de algo, lograrás capturar su atención. Por ejemplo, mensajes del tipo: *“Cómo mejorar tus finanzas en 7 pasos”* o *“Cómo triplicar tus ventas en 45 días”*, funcionan muy bien para despertar el interés del cliente y motivarlo a que se ponga en acción.
5. **Mejor:** Si tu producto o servicio tiene una característica de calidad superior que es relevante para el cliente, puedes mencionarlo en tus mensajes comerciales. Por ejemplo, un mensaje como: *“la mejor vista de la ciudad”*, puede funcionar para un restaurante cuya ubicación permite disfrutar de una vista única, que ningún otro restaurante en la ciudad tiene.
6. **Más:** La palabra “MÁS” es utilizada para darle fuerza a propuestas de valor centradas en magnitudes específicas; por ejemplo: “más grande”, “más cerca”, “más barato”. Pero, también puede utilizarse en llamados a la acción haciendo referencia a que el cliente obtendrá resultados significativos; por ejemplo, *“Consigue más clientes para tu negocio con esta herramienta”*.
7. **Oferta/Promoción:** Si bien el mercado está saturado de empresas gritando ofertas y promociones, no dejan de ser palabras muy efectivas para capturar la atención de los clientes. Pero, si vas a hacer una oferta o promoción, estas funcionan mucho mejor como herramienta de fidelización, es decir, para ofrecerle a tus clientes más fieles beneficios exclusivos. O, si vas

a hacer una oferta como herramienta de atracción, procura que esta sea muy buena para que genere voz a voz y puedas vender productos complementarios a los clientes que se sientan atraídos por la oferta. Todo es cuestión de estrategia; las ofertas sin estrategia le salen muy caras a tu negocio.

8. **Fácil:** La facilidad de uso e implementación es un diferencial determinante en varias industrias. Los clientes no quieren complicarse la vida, así que crea soluciones simples y efectivas, y asegúrate de comunicar esa facilidad con un mensaje contundente. Por ejemplo, en sectores como el de productos para el hogar o productos tecnológicos para personas adultas, los clientes siempre van a optar por productos fáciles de utilizar.
9. **Descubre:** A los seres humanos nos encanta el misterio, y la palabra “DESCUBRE” es perfecta para abrir paso a mencionar esas características o beneficios de nuestro producto que pueden sorprender hasta al cliente más escéptico. Por ejemplo, *“descubre el auto más cómodo y seguro del mercado, con x característica que te permitirá disfrutar de viajes placenteros y sin preocupaciones, en compañía de quienes amas”*.
10. **Efectivo:** Los clientes quieren obtener el mejor resultado con el menor esfuerzo posible, es decir, quieren efectividad. Ofrecer propuestas de valor enfocadas en la efectividad es especialmente atractivo para clientes profesionales y empresariales, pues ellos constantemente están buscando la manera de optimizar su productividad.

11. **Seguro:** La seguridad es fundamental en sectores como el financiero, sin embargo, sea cual sea tu negocio, garantizar la seguridad del cliente es un elemento muy atractivo. Además, la seguridad se puede complementar muy bien con otros atributos como la eficiencia y la practicidad; por ejemplo, las plataformas de pagos online usan propuestas de valor tipo *“la forma más fácil, rápida y segura de enviar y recibir dinero por Internet”*.
  
12. **Experiencias:** Los clientes actuales quieren mucho más que un buen producto; ellos quieren vivir completas experiencias antes, durante y después del consumo de productos y servicios. Probablemente has visto que algunos restaurantes, hoteles y centros comerciales, han llevado sus servicios a un nuevo nivel implementando experiencias significativas a través de colores, olores, sabores y sensaciones que se quedan en la mente y en el corazón de los clientes. Si puedes crear una experiencia memorable y comunicarla de manera atractiva, ahí tienes un diferencial muy poderoso.
  
13. **Nuevo:** Solemos asociar la palabra “NUEVO” con conceptos como innovación y desarrollo. Nos encanta ver nuevos conceptos y nuevos productos. Esta palabra funciona especialmente bien en estrategias de rejuvenecimiento de la marca o para comunicar funcionalidades que se han añadido a nuestro producto para mejorar su rendimiento.
  
14. **Premium:** Los productos asociados con conceptos “PREMIUM” son percibidos como más valiosos y con calidad superior. Además, contar con líneas de productos Premium nos permite llegar a clientes de alto poder adquisitivo. Pero, evita usar esta palabra en productos con características muy básicas, porque así solo le quitarás fuerza al concepto y desgastas la posibilidad de construir productos de alto valor.

15. **Oportunidad:** Nadie quiere dejar pasar las oportunidades que se le presentan, por lo que usar esta palabra apela a la [sensación de escasez](#) y persuade al cliente para que tome una pronta decisión.
  
16. **Exclusivo:** Nos encanta sentirnos especiales y que nos ofrezcan servicios exclusivos. Esta palabra busca persuadir al cliente a través del ego, mostrándole que no es solo uno más, sino que es alguien valioso para nuestra empresa y, por tanto, merece un trato especial. Puedes utilizar el concepto de exclusividad para invitar a tus clientes a eventos relevantes y presentaciones de productos, o para ofrecerle descuentos y beneficios premiando su fidelidad. También, puede usarse para hacer referencia a líneas de productos especiales.
  
17. **Limitado:** Apelando también a la sensación de escasez, usar la palabra limitado hace que el cliente sienta que debe tomar rápidamente la decisión de compra. Puedes usarla en frases como: “por tiempo limitado” o “cantidades limitadas”.
  
18. **Sin riesgo:** Incluir en tu propuesta de valor garantías de satisfacción y políticas de devolución, hace que el cliente disipe esos temores que puedan impedirle comprarte. Cuanto menos riesgo sienta tu cliente a la hora de comprar, mayor será la posibilidad de concretar la venta.
  
19. **Ahora mismo:** En ocasiones hacemos una muy buena labor capturando la atención del cliente, [pero nos cuesta persuadirlo para que tome acción](#). Frases como “ahora mismo”, “ya mismo” o “en este momento”, funcionan muy bien para dar la puntada final y llevar al cliente a realizar acciones concretas como llamar, dar clic en un botón o realizar un pedido.

20. **Sin compromiso:** Algunos clientes suelen poner barreras ante el vendedor para evitar pasar por la pena de decirle luego que no. Una excelente manera de romper estas barreras es hacer énfasis en que puede hacer preguntas o probar el producto sin compromiso, así se mostrará más receptivo y le permitirá al vendedor exponer sus argumentos.
21. **Recomendado:** Solemos confiar más en los productos y servicios cuando estos son recomendados por personas de referencia. Por ejemplo, las marcas de crema dental usan mucho comerciales del tipo “*la crema más recomendada por odontólogos*”. También, esta palabra puede usarse en estrategias más personalizadas; por ejemplo, dando beneficios a los clientes si ellos nos recomiendan frente a sus amigos y conocidos, generando así un marketing de referenciación.
22. **Rápido:** La eficiencia es una de las características de servicio más apreciadas por los clientes. Queremos las cosas ya, de inmediato. No queremos esperar. Si puedes reducir significativamente el tiempo que le toma al cliente esperar para tener el producto en sus manos o para resolver su problema, ahí tienes una característica muy poderosa y atractiva.
23. **Resultados:** En esencia, todos adquirimos productos y servicios esperando obtener resultados concretos. Entiende cuál es ese resultado que busca tu cliente y enfoca tu estrategia de comunicación en él. Por ejemplo, algunas marcas de productos fitness usan frases como “*resultados desde la primera semana*”. Es una forma muy efectiva de comunicar tu propuesta de valor.
24. **Ganar:** Todos queremos ganar; es parte de la naturaleza humana. ¿Qué puedes ofrecer a tus clientes para que sientan que están ganando algo por comprarte a ti? Convierte los



beneficios de tu producto en una especie de trofeo; por ejemplo: *“gana más tiempo y libertad”* o *“gana más tranquilidad”*. También, la palabra puede usarse de manera más directa para que el cliente obtenga recompensas por sus compras; por ejemplo: *“gana x puntos por tus compras este mes”* o *“con tus compras durante este mes podrás ganar x premio”*.

25. **Sin costo:** Diversos experimentos han evidenciado que una de las principales razones por las que los clientes abandonan una compra, es por la aparición de costos inesperados al momento de pagar; por ejemplo, cuando ya estás listo para realizar el pago y te das cuenta que debes asumir un costo adicional por el envío. Una buena estrategia es ofrecer el envío sin costo a partir de determinado volumen de compras, así aumentas el nivel de conversión de tu modelo de negocios y el promedio de ingresos por cliente. Otros beneficios que el cliente aprecia recibir sin costo, son la instalación del producto y soporte técnico postventa. Lo importante es tener bien claros tus costos para que esta estrategia no termine afectando la rentabilidad de tu negocio.

26. **Secreto:** La palabra “SECRETO” es un poderoso detonante de la curiosidad humana. Nos encanta indagar entre lo misterioso y descubrir secretos ocultos. Esta palabra funciona muy bien si construyes todo un concepto de misterio en torno a tu producto; por ejemplo, lanzar una línea de producto con un sabor secreto o con una sorpresa secreta.

27. **Increíble:** Nos seduce aquello que va más allá de nuestras expectativas. La palabra “INCREÍBLE” es ideal para comunicar características y beneficios excepcionales. Por ejemplo, puedes usar frases como: *“te resultará increíble, pero este producto es capaz de realizar x funcionalidad”*; o *“la forma en que este producto realiza x funcionalidad, es sencillamente increíble”*.

28. **Disfruta:** La palabra “DISFRUTA” es una invitación a que el cliente sueñe con el producto o servicio que le estamos ofreciendo. Esta palabra ayuda a que el cliente mentalmente cree un escenario imaginario en el que él está interactuando con el producto. Por ejemplo, sectores como el de los hoteles, viajes y restaurantes, usan esta palabra en frases como: *“disfruta de las vacaciones que te mereces”* o *“disfruta de deliciosos platos de comida internacional”*.
29. **Comprobado:** Los clientes no quieren improvisar; ellos quieren soluciones validadas. La palabra “COMPROBADO” apela a esa necesidad que tenemos de saber que estamos tomando la decisión correcta. Confiamos más en los productos que nos garantizan resultados comprobados. Por ejemplo, frases como *“método comprobado”* o *“estrategias comprobadas”*, son muy utilizadas en sectores como el de la salud o la educación. Sin embargo, no está de más resaltar que uses con prudencia este concepto, pues es muy delicado ofrecer resultados comprobados sin contar con la validación respectiva.
30. **Ahorra:** La palabra “AHORRO” es interpretada por la mente humana como el dejar de perder, y existen básicamente tres cosas que no nos gusta perder: tiempo, energía y dinero. Los productos y servicios enfocados en permitirle al cliente ahorrar tiempo, esfuerzo y dinero, logran altos niveles de ventas recurrentes, pues estos ayudan a que el cliente entre fácilmente en una zona de confort.
31. **Garantía:** La palabra “GARANTÍA” funciona como un atajo mental que conforta a nuestro cerebro, haciéndole sentir mayor seguridad y confianza a la hora de comprar. Este concepto se puede usar de dos formas: mencionando que los resultados del producto son garantizados o añadiendo políticas de garantía en

caso de que el cliente tenga problemas posteriores con el producto.

32. **Saludable/Sostenible:** Existen diversas tendencias que han impulsado el consumo de productos saludables, sostenibles y ecológicos, por lo que adaptar tu propuesta de valor a estas tendencias te va a ayudar a ganar la preferencia de los clientes que realizan las llamadas “compras conscientes”. Pero, no basta con simplemente poner la palabra “SALUDABLE” o “SOSTENIBLE” por todas partes; asegúrate de ofrecer productos que realmente estén alineados con dichos conceptos.
  
33. **EI/La/Los:** Los clientes generalmente no quieren más de un método o solución, ellos quieren “LA” solución o “EL” método. El uso de estos artículos permite darle fuerza a tu propuesta de valor y ayuda al cliente a tomar más fácilmente su decisión. Por ejemplo, no es lo mismo decir simplemente “*5 Pasos para lograr x objetivo*”, a decir “*Los 5 pasos para lograr x objetivo*”. En la segunda frase el mensaje es mucho más persuasivo.
  
34. **Si:** La palabra “SI” puede usarse de varias formas en estrategias de comunicación. Por ejemplo, algunos vendedores usan la técnica de realizar varias preguntas del tipo “¿Le gustaría...?”, cuya respuesta generalmente es un “SI”, para que el cliente se muestre mucho más positivo y receptivo durante la comunicación. También, el “SI” puede ser utilizado para comunicar beneficios; por ejemplo, puedes utilizar frases como: “*Si quieres ahorrar tiempo y dinero, entonces necesitas este producto*”.

35. **Nunca:** Si bien se trata de una palabra negativa, esta tiene un poder tremendo para reafirmar una idea. Por ejemplo, *“Gracias a este producto, nunca más vas a tener que preocuparte por x cosa”*.
36. **Recuerda:** Esta palabra suele utilizarse bastante en los llamados a la acción; por ejemplo: *“recuerda descargar tu PDF gratis desde el botón de aquí abajo”*. Pero, también se usa para [cerrar ventas](#) generando sentido de urgencia; por ejemplo: *“recuerda que este beneficio solo estará disponible hasta mañana en la tarde”*.
37. **Imagina:** A través del discurso de ventas es importante llevar al cliente desde lo racional hasta lo emocional, y la palabra “IMAGINA” es muy efectiva para evocar emociones significativas. Por ejemplo, sectores como el de viajes hacen grandes esfuerzos para que los clientes imaginen que están disfrutando de ese lugar soñado con su pareja o su familia.
38. **Inmediatamente:** Esta es otra palabra que busca crear sentido de urgencia, por lo que suele utilizarse bastante en llamados a la acción y para cerrar ventas. Por ejemplo, en botones de formularios de captación de leads puedes usar frases como: *“Envíame mi PDF inmediatamente”*.
39. **Huela/Escuche/Toque/Vea/Pruebe/Sienta:** El marketing sensorial ha probado ser muy efectivo, entonces asegúrate de incluir en tu comunicación comercial la invitación a que el cliente interactúe con el producto.

40. **Por qué/Para qué:** Toda compra tiene detrás un por qué y un para qué. Si entiendes las motivaciones de tus clientes, puedes contextualizarlas a través de preguntas basadas en los beneficios que tu producto ofrece. Por ejemplo, suponiendo que vendes autos y tienes un cliente que busca un auto familiar, puedes usar preguntas como: *“¿Sabes por qué este auto familiar es el más vendido en este país?... porque incluye x beneficio que lo hace muy confortable y seguro”*.
41. **Tuyo:** El objetivo de esta palabra es conectar el producto con el cliente para que él sienta que ya es suyo, por tanto, es muy utilizada en el momento del cierre de la venta. Por ejemplo: *“Este auto puede ser tuyo hoy mismo, solamente debe llenar estos documentos y nosotros nos encargaremos del resto”*.
42. **Poderoso:** Es una palabra que genera percepción de fuerza, entonces puede utilizarse en propuestas de valor relacionadas con el esfuerzo. Por ejemplo, algunos detergentes usan frases del tipo: *“Nueva fórmula, más poderosa”*, buscando transmitir que el producto tiene características especiales para acabar fácilmente con la suciedad en nuestra ropa.
43. **Auténtico/Original:** Lo “ORIGINAL” es percibido como sinónimo de calidad, por lo que esta palabra funciona muy bien en productos de alto valor. También, pueden usarse estas palabras para productos con gran tradición; por ejemplo, son usadas en slogans como: *“la receta original”*.

44. **Lograrás:** Todos compramos productos y servicios esperando resolver problemas concretos, así que funciona muy bien explicarle al cliente justamente cómo puedes ayudarlo a través de tu propuesta de valor. Por ejemplo: *“Con este curso lograrás x objetivo”*. Es importante que el logro planteado sea muy específico y atractivo.
45. **Ayudará:** Cumple una función similar a la palabra anterior. Suele utilizarse en estrategias de atracción de clientes. Puedes usarla también con variaciones como *“TE AYUDARÉ”*, buscando humanizar la propuesta de valor para hacerla más cercana al cliente y que este perciba mayor compromiso de tu parte. Por ejemplo, *“Con mi servicio, te ayudaré a lograr x objetivo”*.
46. **Regalo:** Nos encantan los regalos. Incluir elementos de valor en forma de regalo ayuda a atraer clientes o a cerrar ventas. Por ejemplo, *“lleva este producto hoy mismo y te regalo x beneficio”*.
47. **Solución:** La palabra por sí misma es muy dicente. Los clientes quieren soluciones, entonces comunica qué problema quieres resolver y cuál es esa solución que propones. Por ejemplo: *“Deja de sufrir con x problema, esta solución te permite lograr tu objetivo sin complicaciones”*.
48. **Entiendo:** La empatía es una de las características más importantes de todo vendedor, y esta palabra es perfecta para transmitir dicha empatía. *“ENTIENDO”* funciona muy bien para responder a las objeciones de los clientes; por ejemplo: *“Entiendo que pueda parecerte caro, pero puedo proponerte esta solución”*. También, puede usarse para crear escenarios imaginarios en los que el cliente se sienta identificado; por ejemplo: *“Entiendo que en ocasiones puedas salir cansado del trabajo, por eso quiero ofrecerte este producto”*.

49. **¿Sabías qué...?:** Esta frase ayuda a despertar la curiosidad del cliente. Al cerebro le encanta aprender, por lo que decirle: “¿Sabías qué...?”, hará que se torne más receptivo con lo que vas a decirle, entonces ahí puedes mencionar alguna característica destacada del producto que le estás ofreciendo; por ejemplo: *“¿Sabías qué este auto es el más eficiente del mercado, permitiéndote recorrer más kilómetros con menor consumo de combustible que ningún otro?”*.
50. **Déjame contarte una historia...:** Los seres humanos amamos las historias. Crecimos escuchando toda clase de historias, por lo que [una buena historia tiene el poder de inspirarnos, educarnos y persuadirnos](#). Cuando le dices al cliente: *“Déjame contarte una historia...”*, logras que toda su atención se centre en ti, entonces asegúrate de tener en tu repertorio muy buenas historias relacionadas con experiencias de clientes pasados o sobre cosas que te han ocurrido y que puedan influenciar la venta. Las historias también ayudan a empatizar y a fortalecer la confianza entre el vendedor y el comprador; por ejemplo, si ves que el cliente es padre y tú también lo eres, puedes comenzar la conversación con una historia relacionada con ese punto en común. Cuanto más identificado se sienta el cliente con la historia, mayor será su efectividad.

En conclusión, **las palabras que usas tienen un poder tremendo**. Comienza poco a poco a optimizar tus discursos y tus mensajes para lograr ser mucho más persuasivo.

También, te recomendamos [ver nuestro vídeo sobre “30 Trucos psicológicos para vender más en tu negocio”](#). En él encontrarás valiosa información para seguir mejorando tu efectividad a la hora de vender.

# ACERCA DEL AUTOR

¡Hola, soy **Javier Diaz!**

Soy administrador de empresas por profesión y emprendedor por vocación.

Desde el año 2008 escribo un blog llamado [Negocios y Emprendimiento](#); en él encontrarás cientos de ideas, herramientas y consejos para iniciar o desarrollar tu negocio.

En el año 2010 cree una Comunidad Virtual de Emprendedores llamada [Emprendices](#), a la cual estás invitado a formar parte para compartir tus conocimientos y experiencias acerca de temas relacionados con el mundo de los negocios.

Actualmente soy Gerente de [Net Masters](#), una empresa de desarrollo de proyectos web que inicié en el 2014 junto a un equipo de gente talentosa; blogger de negocios y speaker en temas emprendimiento y marketing online.

Apasionado por los negocios, la tecnología y la educación. Me encanta viajar, leer y conocer gente nueva cada día.

Puedes seguirme en Twitter como [@javierdiazr](#)

