



# LA FORMULA PERFECTA DE UN **LEAD MAGNET** GANADOR.

Construye una Audiencia, Vende  
más y Acelera el Crecimiento de  
tu Negocio





# BIENVENIDO

El Lead Magnet es un recurso con alto poder de atracción (como su nombre lo dice, es un imán que te permite obtener leads/prospectos).

Es el primer punto de contacto con tu potencial cliente, por eso debes asegurarte de comenzar con buen pie. Lo primero, es conocer las necesidades, problemas y deseos de tu audiencia.

Con esto en mente, podrás crear un Lead Magnet que contiene información útil y atractiva para tu prospecto, y que además es relevante a tu marca.


Esto se traduce en la creación de una audiencia que eventualmente comprará tu producto o servicio.

A continuación quiero enseñarte los 4 principios de la Formula Perfecta para crear tu Lead Magnet.

# Un Lead Magnet exitoso debe ser COFE

**C**orto: No debe tomar más de 5 minutos consumir el material. Puede ser en formato video o escrito, lo importante es que el prospecto pueda consumir la información rápidamente. Normalmente presentamos el contenido a través de un PDF descargable (como el que estas consumiendo) o en un video que podemos tener en nuestra página web.

**O**rientado a cumplir un objetivo: Al consumir el contenido debemos estar en la capacidad de lograr una tarea, cumplir un objetivo. La información debe dar indicaciones claras (por ejemplo, un paso a paso) para mejorar algún aspecto en la vida del prospecto. Por ejemplo, si el lead magnet es: “Receta de galletas caseras y saludables para tu mascota”, el prospecto estará en la capacidad de prepararlas, luego de consumir el lead magnet.



**F**ácil de consumir: Debes evitar poner barreras para que sea consumido el contenido. El Lead Magnet debe ser de acceso inmediato y desde cualquier dispositivo, como un documento descargable o un video corto. A diferencia de un Webinar o una llamada, en donde estamos pidiendo mucho a cambio (tiempo o por ejemplo descargar un software).

**E**jecutable: Esta relacionado con cumplir un objetivo. El lead magnet debe tener indicaciones que tu prospecto pueda poner en práctica. Debes ser específico y directo en el contenido. Evita usar un lead magnet que sea puramente conceptual, en cambio da herramientas concretas y aplicables. Tendrán mayor valor y utilidad para tu lector.

# Elegir el tema

El tema que eliges para crear tu lead magnet es importante. Este debe ser interesante para tu audiencia, específico en un tópico y relacionado a tu negocio. Capaz de resolver un problema que tiene tu prospecto.

El lead magnet es el comienzo de la relación con tu potencial cliente. Lo primero que lean de ti, dará tu primera impresión. Entonces enfócate en ser útil, específico y relevante. No tengas miedo en compartir información de valor. Esta demostrado que mientras más generoso seas, más resultados tendrás. Tu audiencia lo valorará y cuando llegue el momento de la venta, estarán listos para comprar.

Si tu lead magnet es sobre “Receta de galletas caseras y saludables para tu mascota”, entonces todo tu contenido (emails, videos, blog posts) deberían hablar de la alimentación, nutrición de la mascota y tu producto principal estará relacionado con comida para mascotas, por ejemplo.




# Que debemos evitar

Debes evitar confundirte con formatos de contenido que no corresponden con un lead magnet.

Un webinar no es un lead magnet porque tu prospecto debe asistir una hora específica, descargar un software en algunos casos y permanecer por 40 minutos para consumir todo el contenido. Es más bien un Tripwire (De esto hablaremos en otra ocasión).

Un Ebook no es un lead magnet porque tiene mucho contenido, puede tomar horas consumirlo. La buena noticia, es que si tienes un Ebook puedes extraer varios lead magnets de él.



Una llamada de consulta, un seminario presencial, free trial o una asesoría tampoco lo son. El hecho de que sean gratis no quiere decir que sean lead magnets.

### En conclusión:

- Cumple con el principio COFE de la formula perfecta del lead magnet.
- Escoge un tema relevante, para tu prospecto y tu negocio.
- Desarrolla contenido útil y práctico para tu prospecto.

Si sigues esta fórmula vas a poder crear y monetizar una audiencia fiel a tu marca.