

LIBRO DE EJERCICIOS

Sesión Ana Emilia

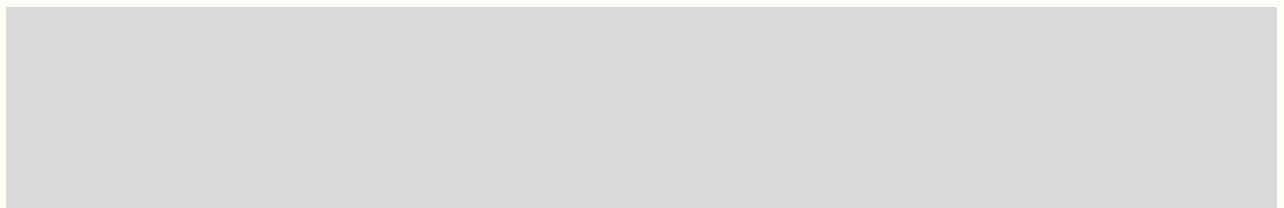
El Lead Magnet:

Recuerda que el Lead Magnet es la carta de presentación de tu Negocio.

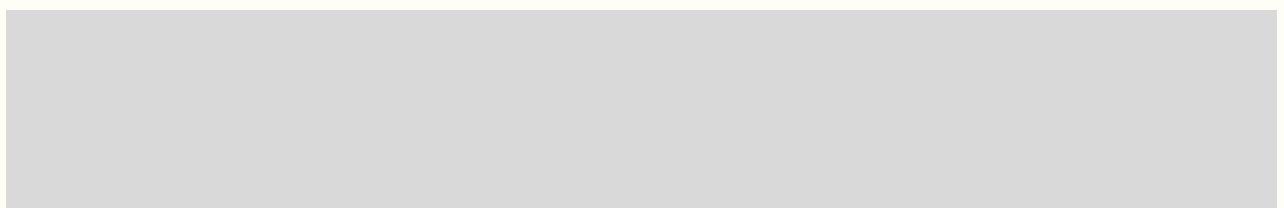
Hay que ser cuidadosos con este recurso, porque lo que queremos conseguir con el es generar la suficiente transformación para que tu potencial cliente se quede con ganas de más. Pero sin pasarse de la raya y que luego no le merezca la pena pagar por tu oferta.

Responde a las siguientes preguntas para crear tu Lead Magnet:

¿Qué transformación tendrá tu cliente con tu producto?

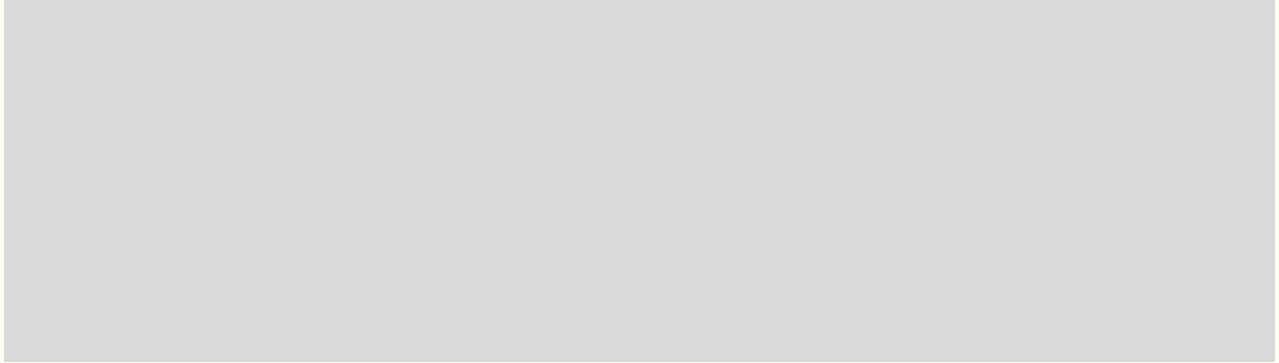
A solid gray rectangular box intended for the user to write their answer to the question about the transformation their client will experience with the product.

¿Cuál es el beneficio que conlleva adquirir tu producto?


A solid gray rectangular box intended for the user to write their answer to the question about the benefit of acquiring the product.

El Lead Magnet:

¿Qué necesita saber esta persona sobre su situación para que de el paso de comprar tu producto?

A large, empty rectangular box with a light gray background, intended for the user to write their answer to the question above.

De todo esto que has visto, ¿qué 3 problemas podrías solucionarle en tu lead magnet para abrir boca de tu producto?

A large, empty rectangular box with a light gray background, intended for the user to write their answer to the question above.

Estructura del Vídeo:

Para crear un webinar que convierte necesitas:



Gancho



Una gran idea



Deseo profundo

¿Cuál va a ser la gran idea que envuelva al contenido?

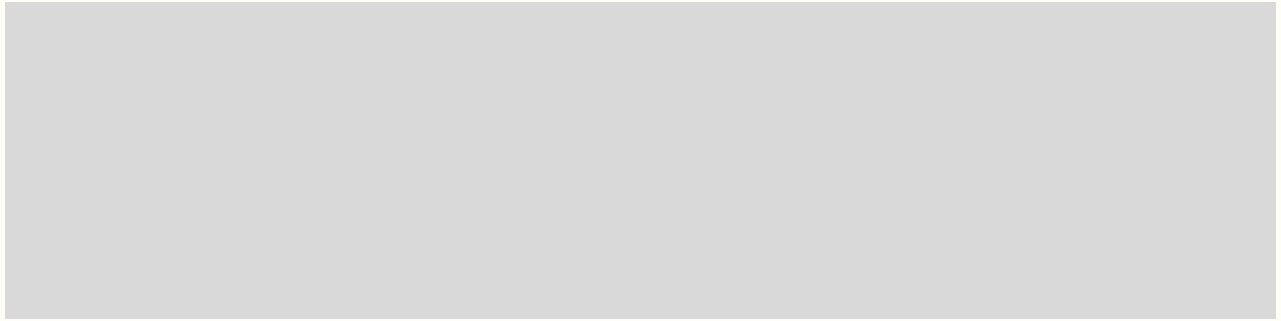
¿Cuál va a ser el gancho para atraer su atención?

¿Cuál va a ser el deseo profundo que satisface tu webinar?

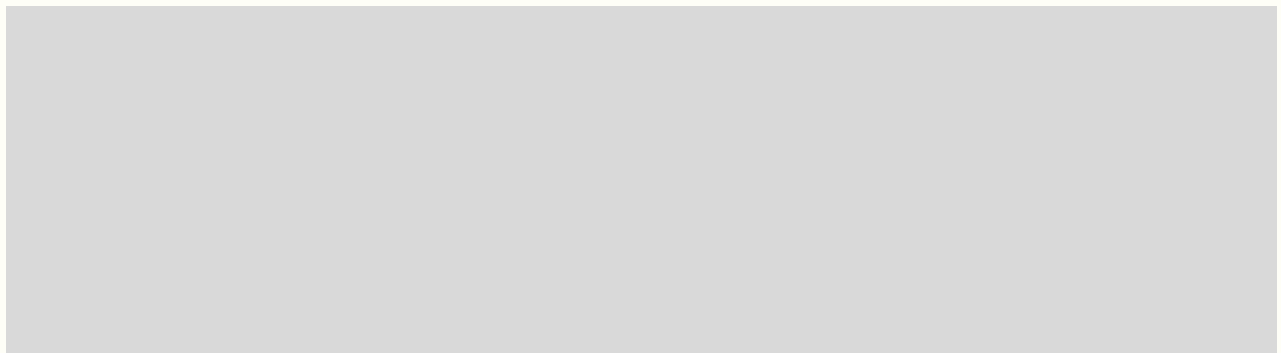
Estructura del Vídeo:

Ahora toca escribir el guion del webinar:

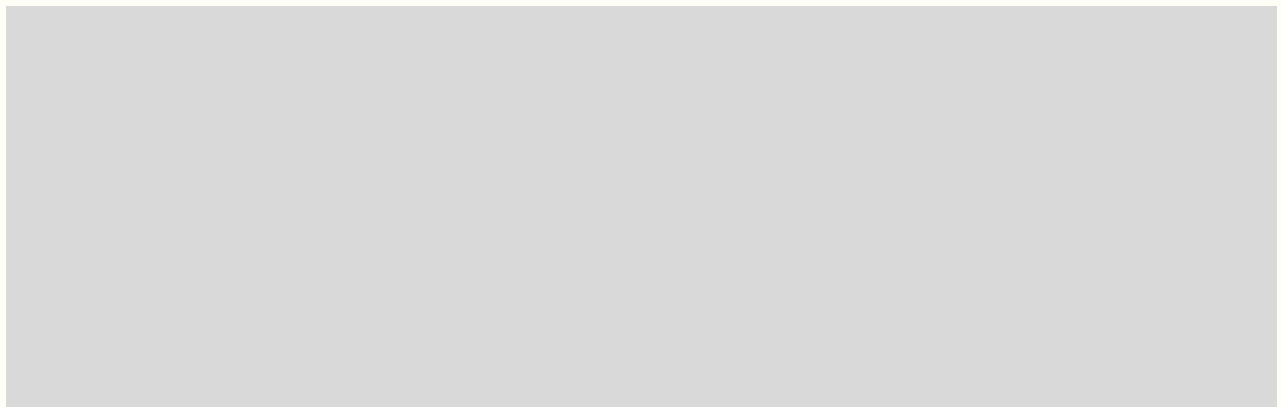
Escribe el gancho con el que vas a atraer su atención:

A large, empty rectangular box with a light gray background, intended for the user to write the hook of the webinar script.

Presenta la promesa de transformación que tendrán por asistir al webinar:

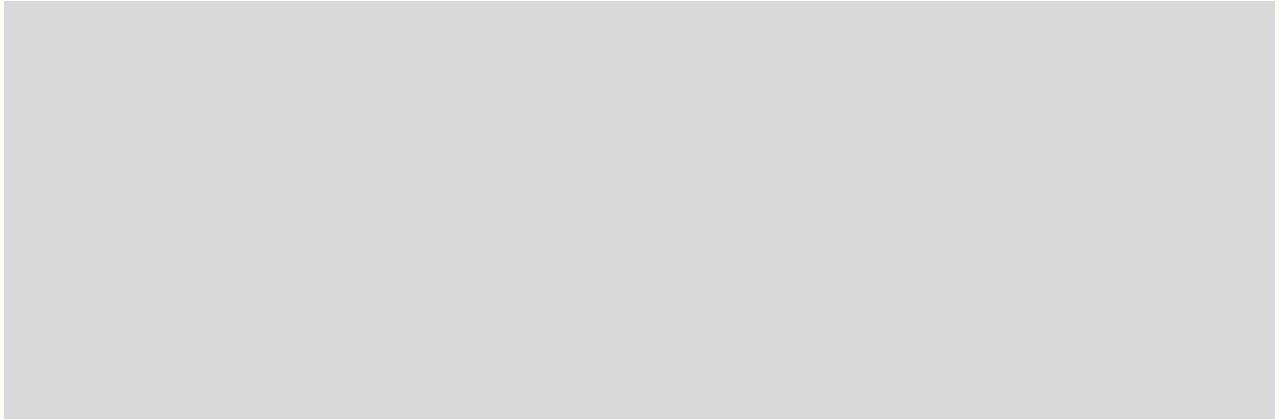
A large, empty rectangular box with a light gray background, intended for the user to write the transformation promise of the webinar script.

Háblales lo que van a aprender en tu webinar:

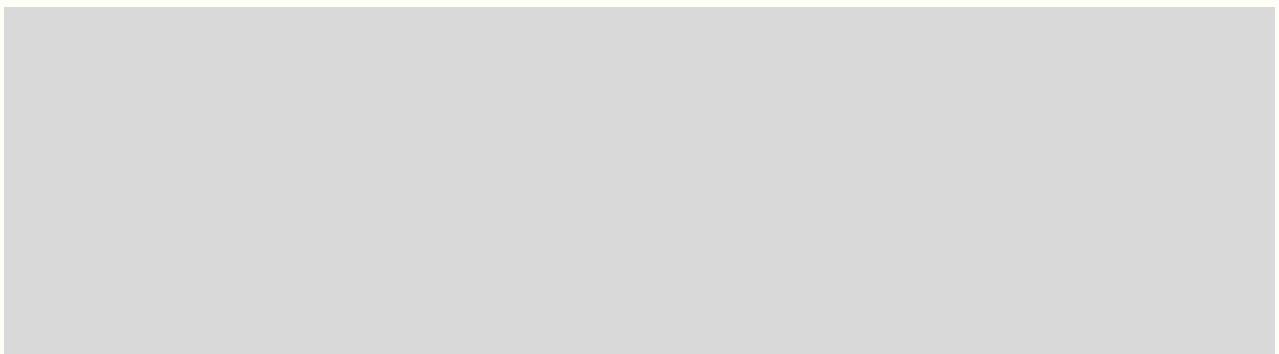
A large, empty rectangular box with a light gray background, intended for the user to write the learning content of the webinar script.

Estructura del Vídeo:

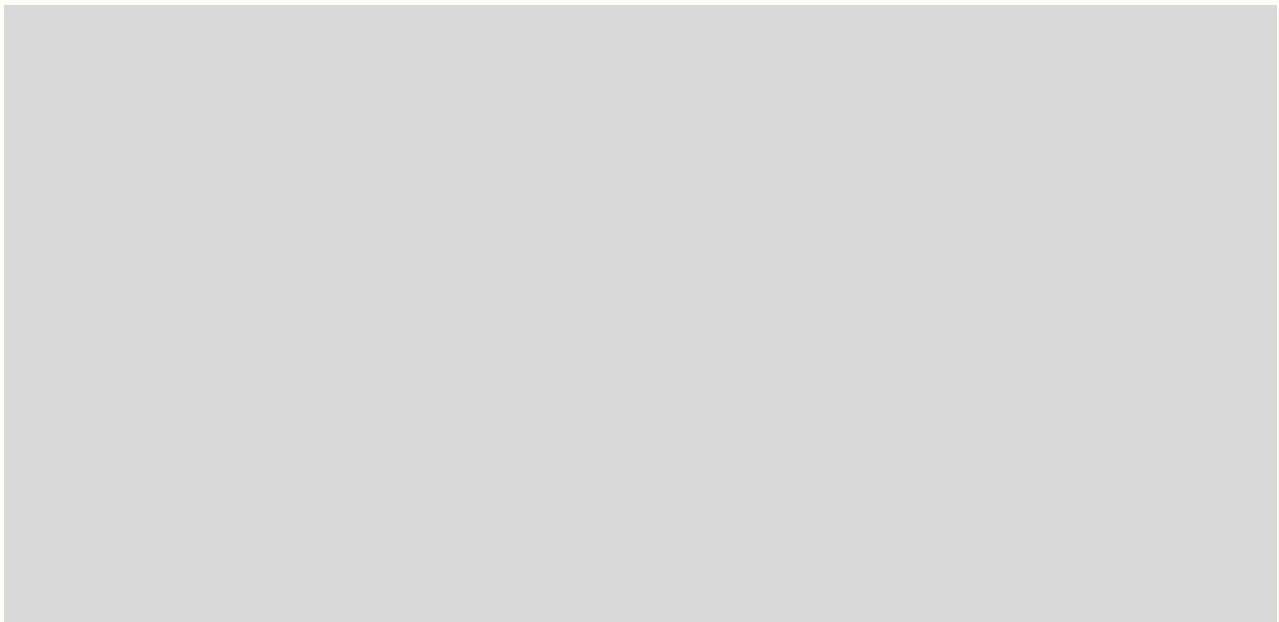
Tirar abajo la vieja oportunidad:



Hablar de la nueva oportunidad:

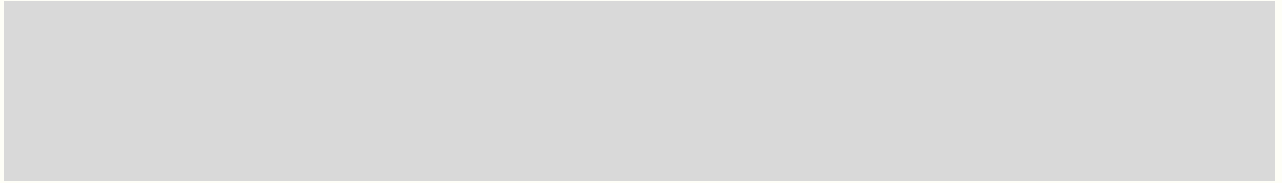


Preséntate con una historia relacionada con tu webinar (recuerda terminar con tu "Ajá moment"):

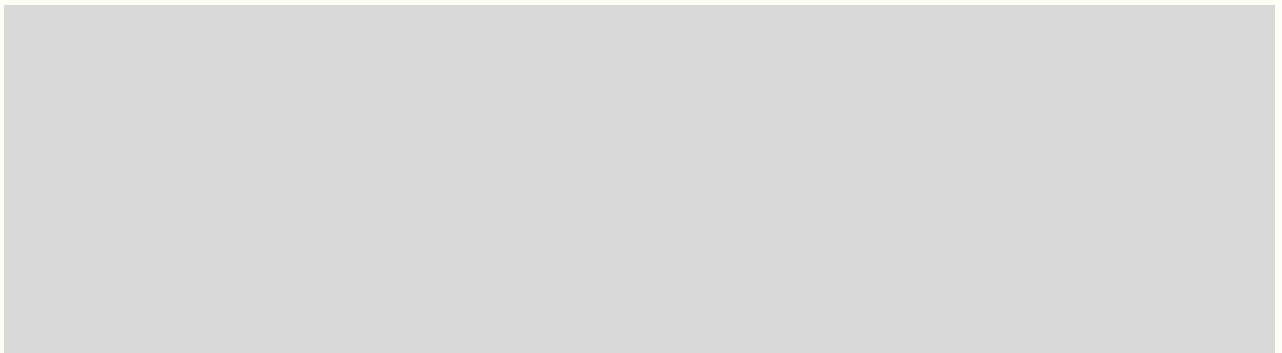


Estructura del Vídeo:

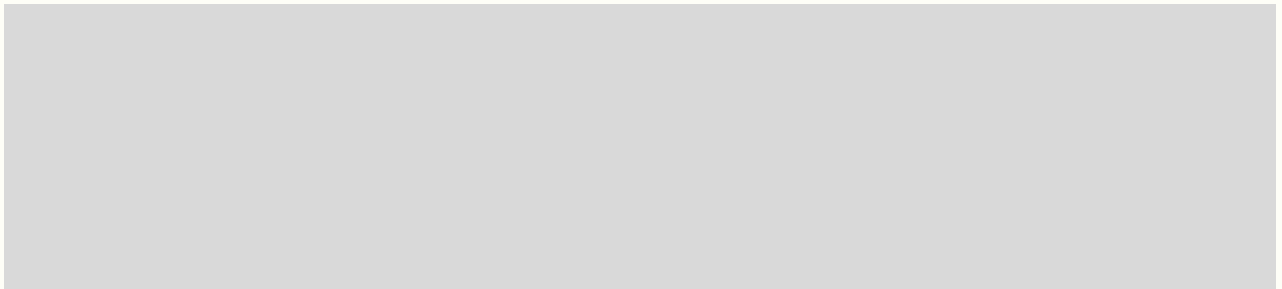
Transición al contenido:



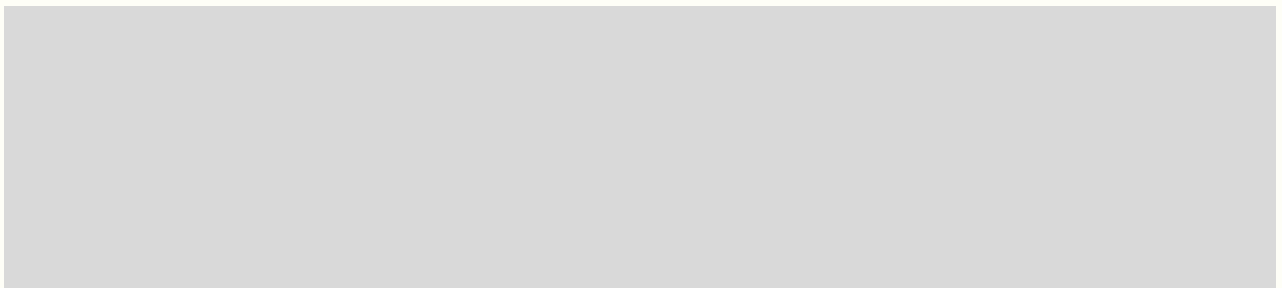
Habla de la clave 1:



Habla del mito que envuelve esa clave:

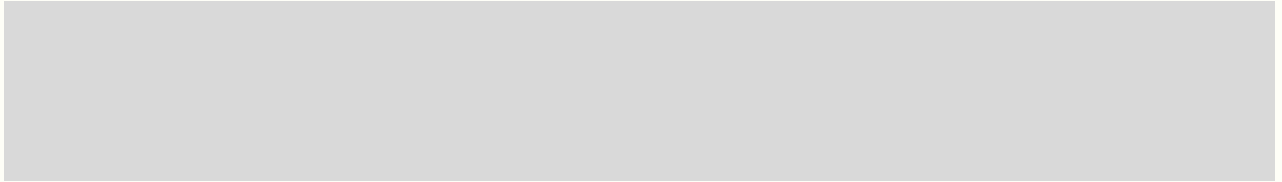


Habla sobre el contenido de la clave 1:

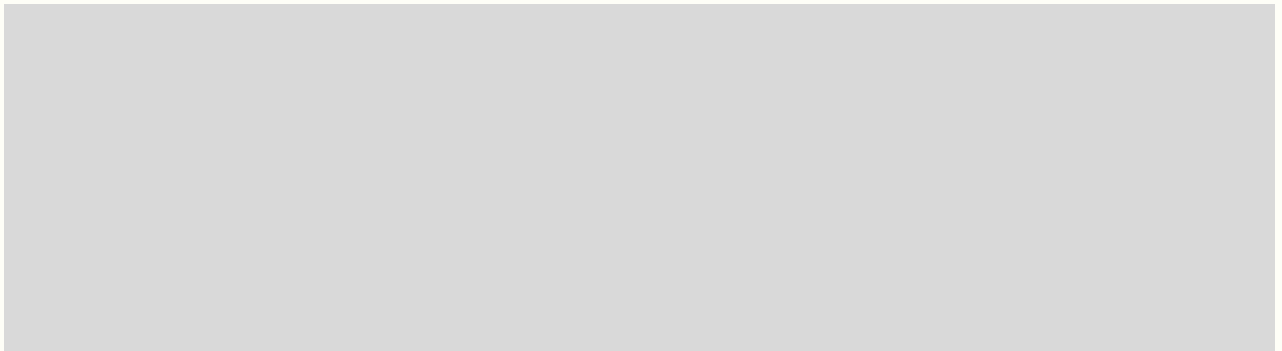


Estructura del Vídeo:

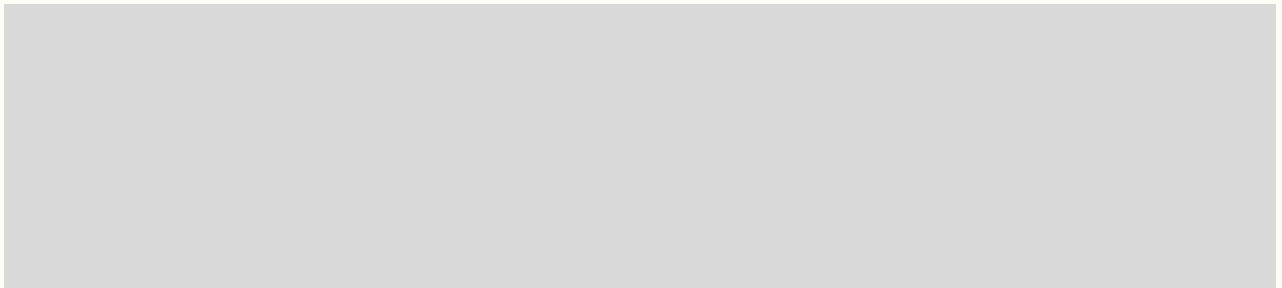
Testimonios/ Beneficios de clave 1:



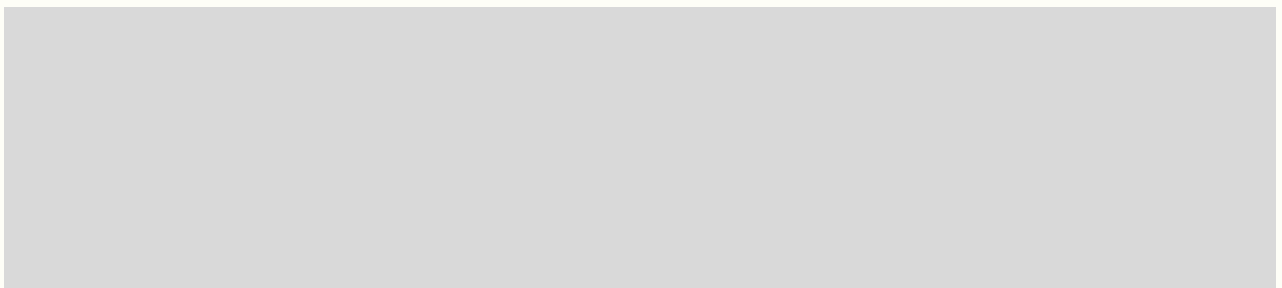
Habla de la clave 2:



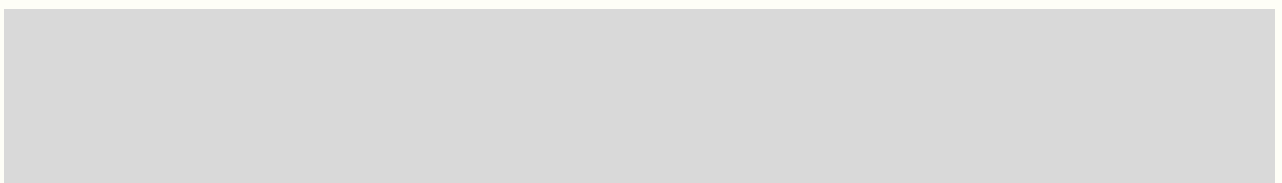
Habla del mito que envuelve esa clave:



Habla sobre el contenido de la clave 2:



Testimonios/ Beneficios de clave 2:

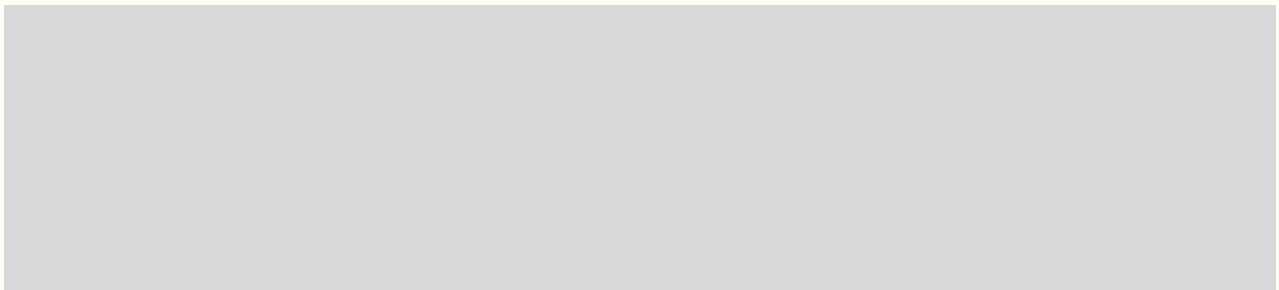


Estructura del Vídeo:

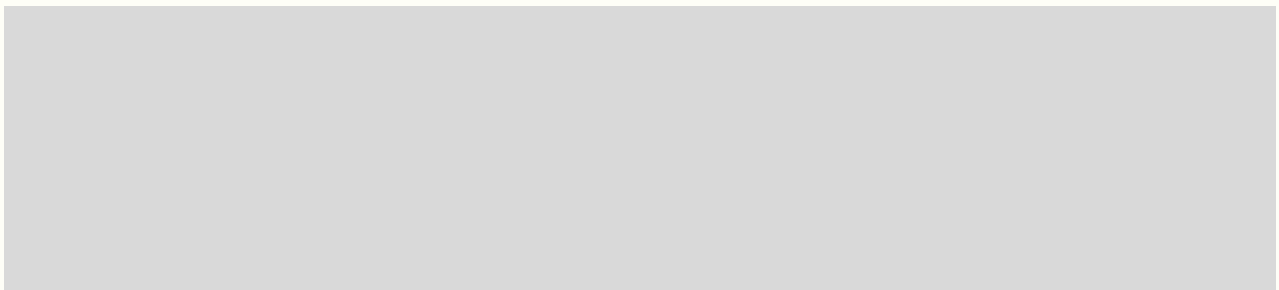
Habla de la clave 3:

A large, solid gray rectangular box intended for the speaker to write or record their response to the prompt 'Habla de la clave 3:'.

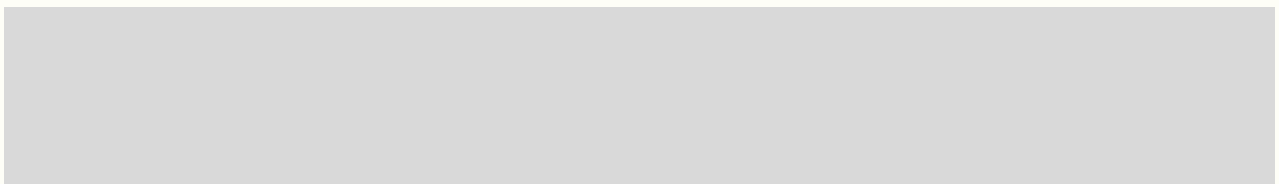
Habla del mito que envuelve esa clave:

A large, solid gray rectangular box intended for the speaker to write or record their response to the prompt 'Habla del mito que envuelve esa clave:'.

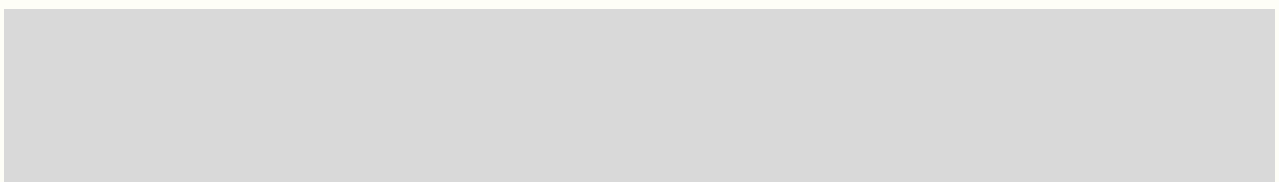
Habla sobre el contenido de la clave 3:

A large, solid gray rectangular box intended for the speaker to write or record their response to the prompt 'Habla sobre el contenido de la clave 3:'.

Testimonios/ Beneficios de clave 3:

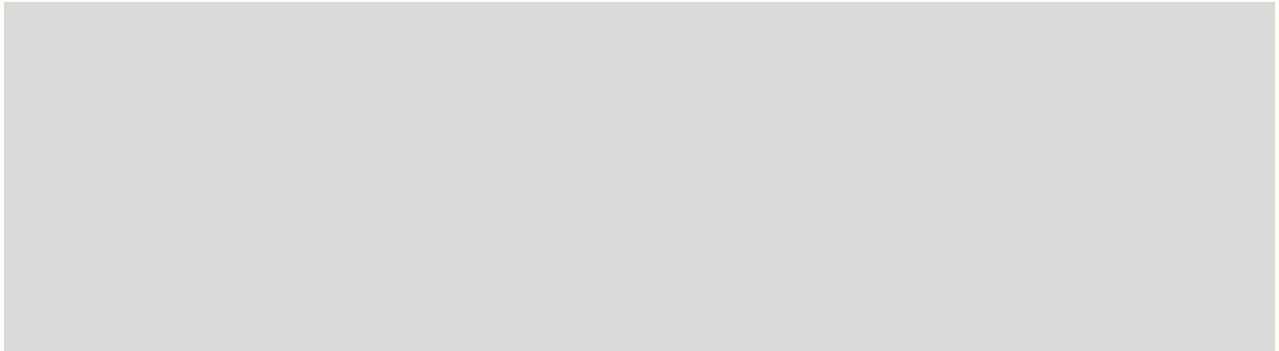
A large, solid gray rectangular box intended for the speaker to write or record their response to the prompt 'Testimonios/ Beneficios de clave 3:'.

Recopilación de lo visto hasta ahora:

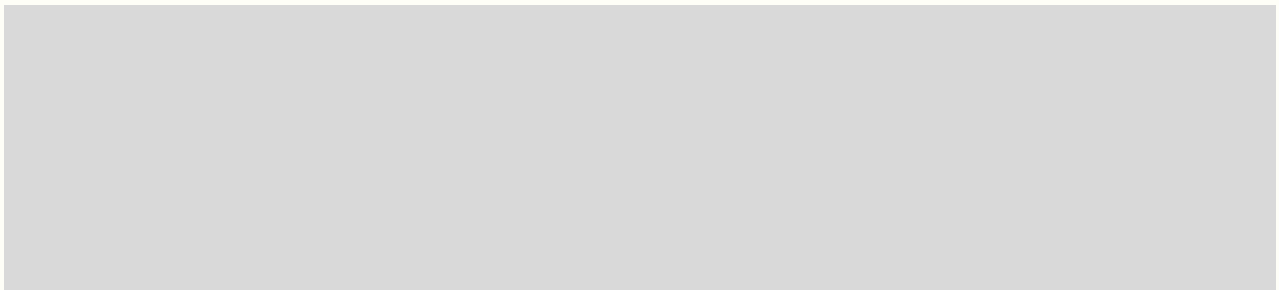
A large, solid gray rectangular box intended for the speaker to write or record their response to the prompt 'Recopilación de lo visto hasta ahora:'.

Estructura del Vídeo:

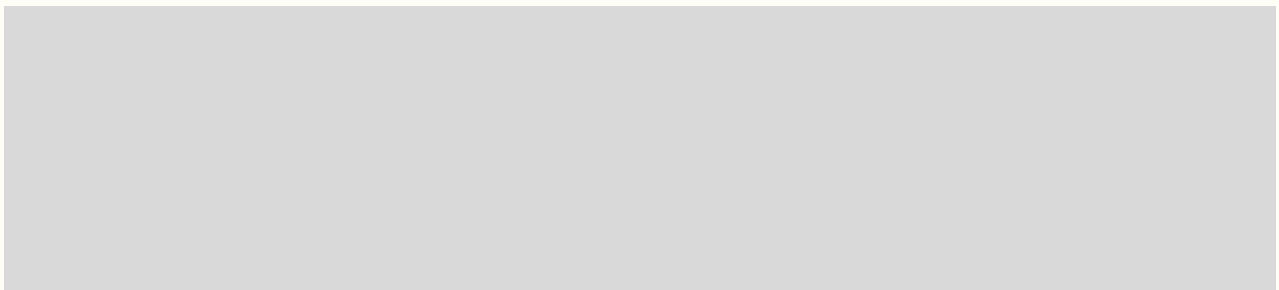
Reflexión sobre el contenido:

A large, empty gray rectangular box intended for a reflection on the video's content.

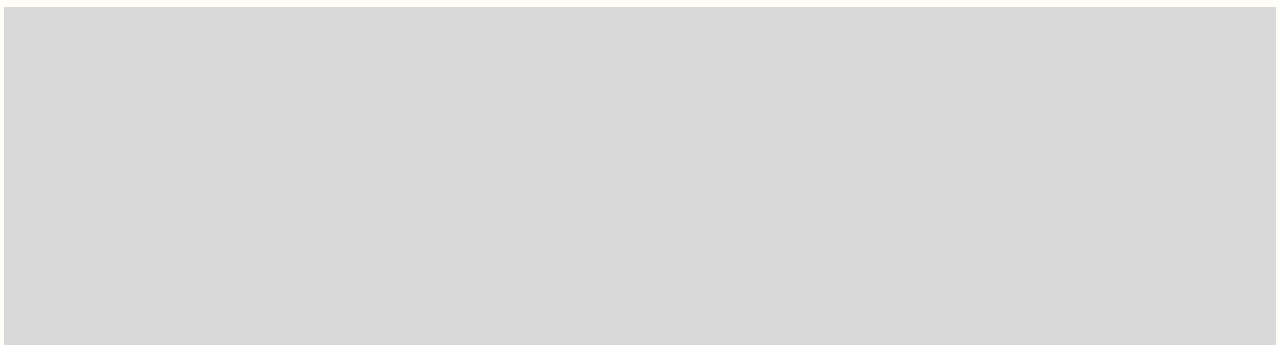
Transición con proyección (quiero que consigas...):

A large, empty gray rectangular box intended for a transition with projection, such as 'I want you to achieve...'. It is positioned below the 'Reflexión sobre el contenido' section.

Presentación del programa:

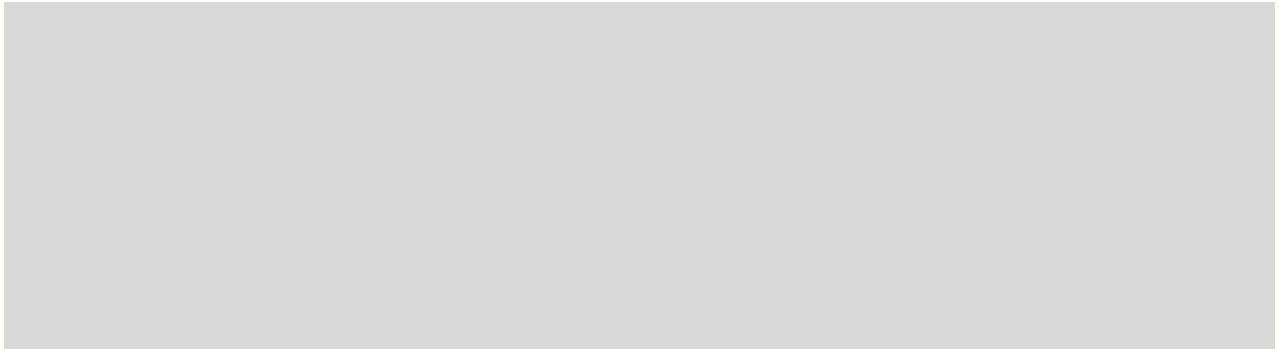
A large, empty gray rectangular box intended for the presentation of the program. It is positioned below the 'Transición con proyección' section.

Para quién es y para quién no es:

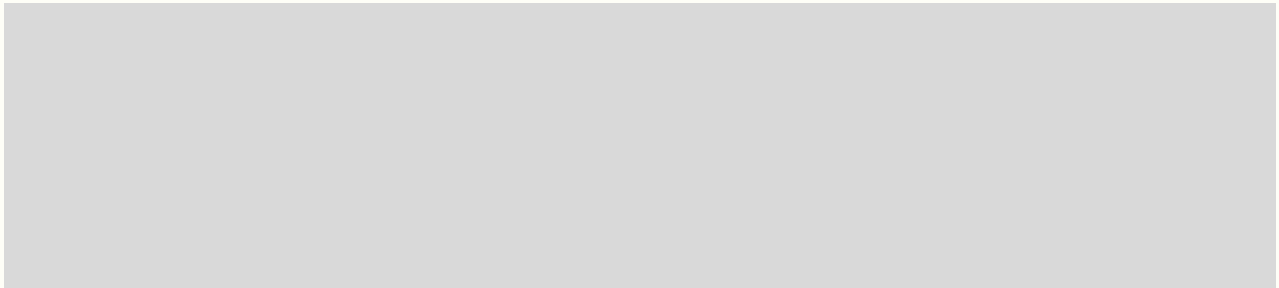
A large, empty gray rectangular box intended for specifying the target audience, such as 'For whom it is and for whom it is not'. It is positioned below the 'Presentación del programa' section.

Estructura del Vídeo:

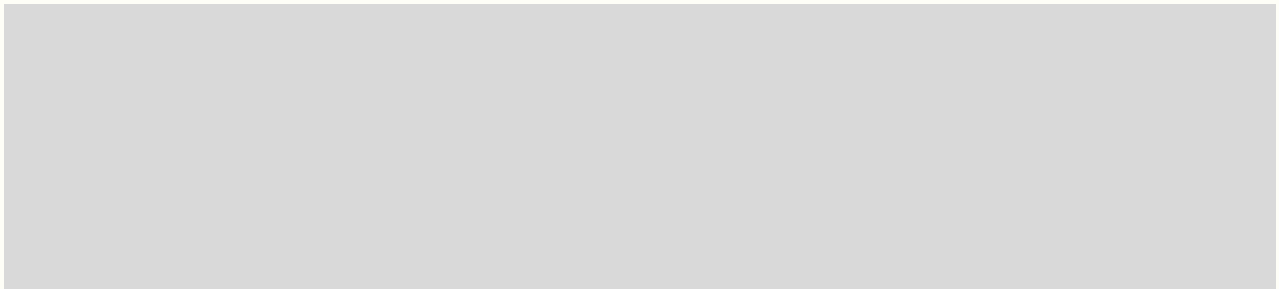
Transformación de tu curso:



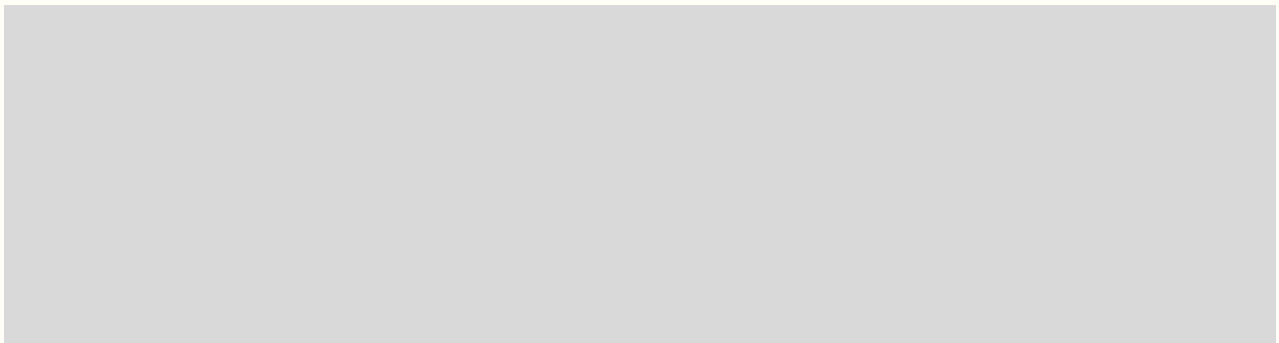
Testimonios:



Justificación del precio + precio:

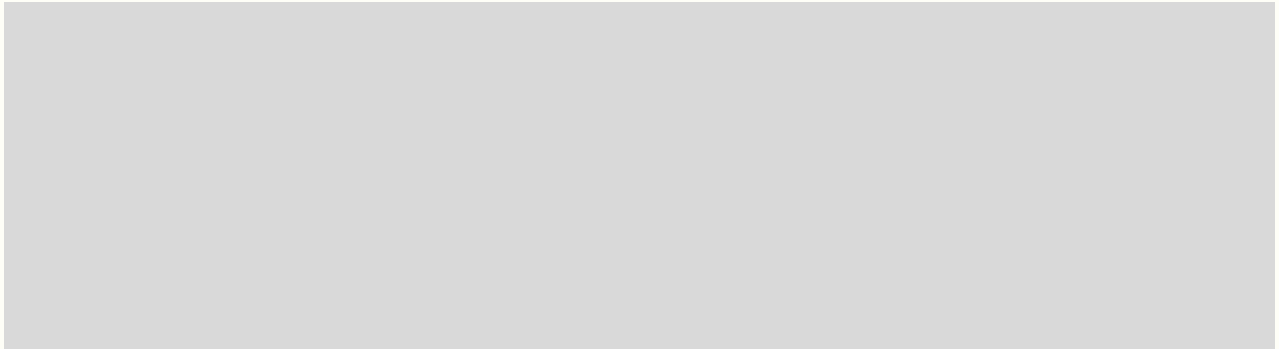


Bonus:

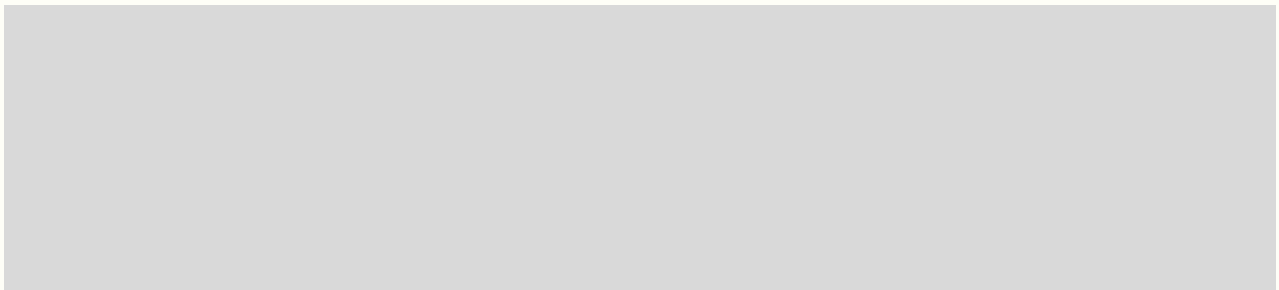


Estructura del Vídeo:

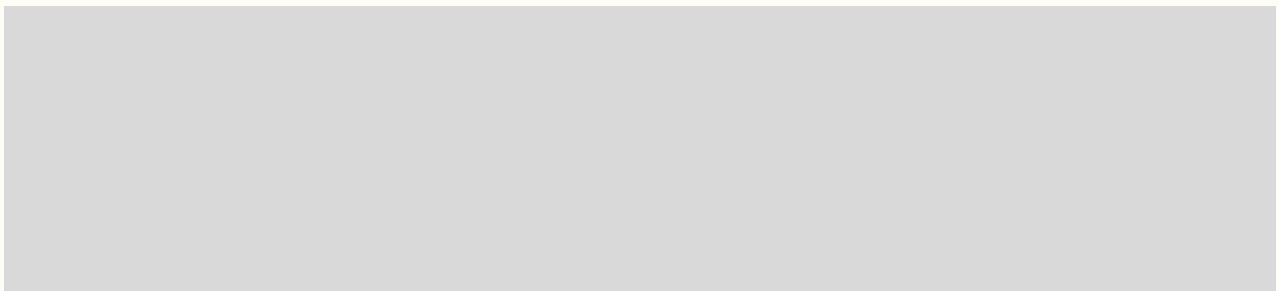
Escasez/urgencia + cta:



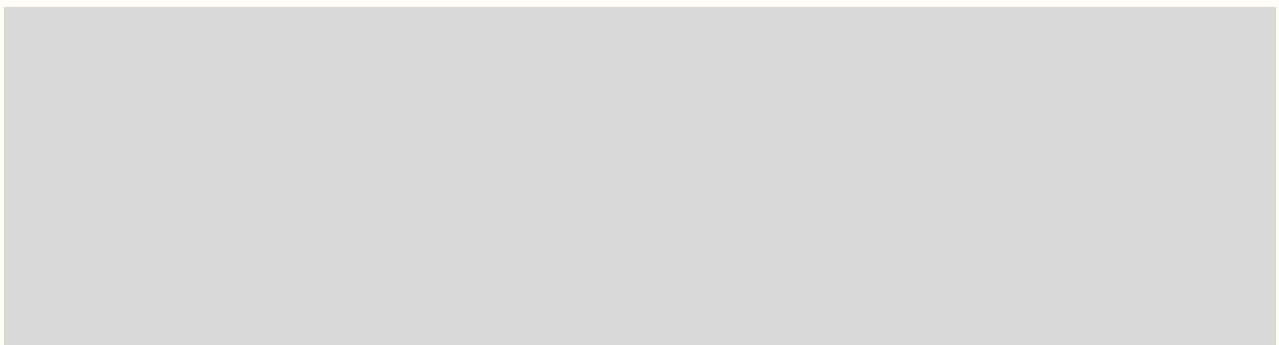
Resumen:



Preguntas y respuestas:

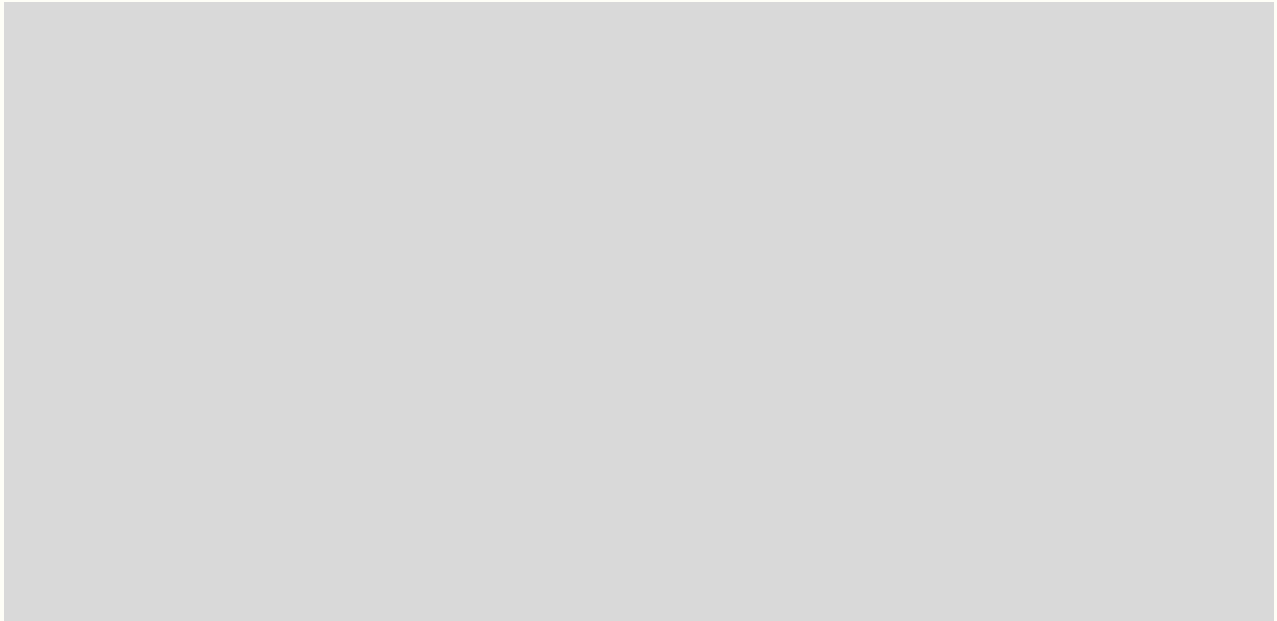


Testimonio:



Estructura del Vídeo:

Broche de cierre + cta:



Con toda esta información puedes crear un título que haga frenar en seco a tu potencial cliente:

Descubre las 3 [claves/mitos/secretos]

para_____

aunque/sin_____

Diseña tu página de registro:

Vayamos paso a paso a través de la estructura:

Titular + Promesa

CTA

Utiliza las plantillas para crear un título atractivo en tu página:

[Lo que quiere conseguir] + [Periodo de tiempo] + [Objeción principal]

Consigue/Alcanza/mejora..... + en X días/semanas + sin/a pesar de

Crea tu propio sistema automatizado de ventas en 3 semanas sin necesidad de ser un experto en marketing.

Recupera tu peso ideal en 12 semanas sin dietas ni rutinas de ejercicio imposibles.

Es tu turno, practica hasta conseguir uno que te guste:

¿Cómo saber si mi título es bueno?

Aquí tienes una cheklist que te vendrá genial:

Diseña tu página de registro:

- ☐ Mi título es específico.
- ☐ Genera curiosidad.
- ☐ Responde a la pregunta de ¿Qué hay aquí para mí?
- ☐ Llama la atención.
- ☐ Empieza con un verbo.

Ahora que ya tienes el título debes trabajar la promesa. En realidad aquí debes hablar al usuario del principal beneficio de adquirir tu lead magnet. Para ayudarte con esta tarea, puedes empezar respondiendo estas preguntas:

- ¿Qué conseguirá con mi lead magnet?

_ ¿Cuál será su transformación?

- ¿Cómo se va a sentir después?

Ahora llega el momento de escribir un breve párrafo (de no más de 3 líneas) y explicar tu promesa:

Diseña tu página de registro:

Beneficios

Le has contado cuál es el beneficio principal, ahora toca explicarle lo que aprenderá. Pero, ¡Ojo!, no caigas en el error que suele caer el 99.9%:

Hablar de las características en vez de los beneficios.

Y para que no suene repetitiva, empieza respondiendo estas 3 preguntas:

- ¿Qué 3 claves o aprendizajes se va a llevar la persona con tu lead magnet?

- ¿Qué conseguirá con cada aprendizaje?

- ¿En qué mejorará su vida?

¡Listo! ya lo tienes, ahora solo te falta hablar sobre ti....

Diseña tu página de registro:



Autoridad

Llega el momento de hablar sobre ti. Preséntate y cuéntale al usuario porqué has creado este lead magnet.

También puedes añadir tu experiencia y porqué te dedicas a esto.

Prueba Social



CTA

Este no es un paso obligatorio, pero si tienes testimonios de personas es el momento de incluir un par de ellos. Algunas frases estaría genial.

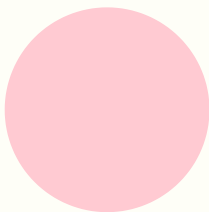
Rellena esta plantilla para asegurarme de que no te pasas de texto:

Título

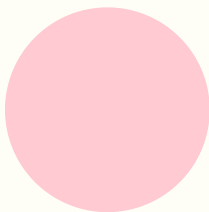
Promesa

CTA

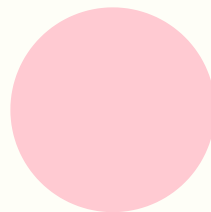
Clave 1



Clave 2



Clave 3



Presentación



Foto

Testimonio

Testimonio

CTA

Diseña tu página de ventas:

Al igual que en la página de registro, la parte más importante es la cabecera. Tienes que dejarle claro a tu cliente (en menos de 5 segundos) qué es lo que hay en esta página para él o ella:

Título:

Promesa:

Una vez hayas atrapado su atención, seguirá leyendo. Ahora, llega el momento de hablarle de su problema: ¿Cuál es el problema que tiene tu cliente? Y sobre todo, ¿por qué es importante que lo solucione?

Diseña tu página de ventas:

A continuación, vas a empatizar con la persona que está leyendo la página. Cuéntale porqué entiendes su situación. ¿Tienes alguna historia personal relacionada con tu producto? Haz un breve resumen:

Llega el momento de hablar de la oferta. Para ello, sigue esta estructura:

Resume en una frase qué es tu producto:

¿Qué es lo que va a aprender?

¿Qué va a encontrar? Módulos, lecciones, etc....

Diseña tu página de ventas:

¿Tiene bonus tu oferta?

Llega el momento de hablar sobre el precio:

Transformación del producto:

¿Por qué debería comprar tu cliente tu producto y no otro?

Para terminar el cierre de la página, comparte una reflexión que le ayude a ver que ésto es lo que necesita para solucionar su problema:

Título

Promesa

Cta

**Problema y porqué es importante que
solucione el problema**

Breve historia + presentación

Oferta

Explicación de la oferta en una frase

¿Qué vas a aprender?

¿Cómo lo vas a aprender?

Bonus

Precio

CTA

Testimonio

Transformación de tu producto

**¿Por qué debería comprar tu producto
y no otro?**

Testimonio

Es para ti si...

Preguntas frecuentes

Cierre + cta