

CAJA DE RECURSOS PARA EL MEDIADOR EFECTIVO

REALIZADA POR:

RAFA BONILLA Y JULIO AMENGUAL



ÍNDICE:

- Crear contenido persuasivo
 - 10 Títulos para atraer la atención de un cliente.
 - 10 Encabezados que atrapan a los clientes
 - 10 Balas persuasivas que venden.
 - 10 Adjetivos positivos que puedes utilizar.
 - 10 Adjetivos negativos que puedes utilizar.
 - 10 Frases de Apertura persuasivas.
 - 10 Formas de iniciar una conversación.
 - Email Marketing:
 - Email a puerta fría.
 - Email de bienvenida a tus suscriptores.
 - Email contra objeciones.
 - Email encuesta para entender mejor a tus clientes.
 - Email para empujar la venta.
 - Herramientas:
 - Anuncios antiguos.
-

10 TÍTULOS PARA ATRAER LA ATENCIÓN DE UN CLIENTE

Lo primero para que un cliente siga leyendo es, sin duda, captar su atención. Aquí te muestro 10 títulos para atraer su atención que puedes utilizar tanto de asunto de un email como de título de un anuncio o una publicación:

1.- Este es el truco para obtener (ALGO) (CUÁNDO?)

Ejemplo: Este es el truco para que tu seguro no te ponga pegos a la hora de dar un parte.

2.- La ciencia sostiene que (HECHO CIENTÍFICO).

Ejemplo: La ciencia lo dice: cada vez los coches son más seguros y contaminan menos.

3.- Nuevo (SOLUCIÓN) contra (PROBLEMA) (LO QUE HACE LA SOLUCIÓN)

Ejemplo: Nuevo seguro de autónomos contra los efectos que la pandemia puede tener sobre tu negocio.

4.- Confirman que (ALGO HACE ALGO)

Ejemplo: Confirman que hay aseguradoras que ponen miles de problemas a la hora de atenderte cuando das un parte.

5.- Saca el máximo provecho de (ALGO) con (ALGO).

Ejemplo: Saca el máximo provecho a tu póliza de salud yendo a todas las revisiones que no te has hecho hasta ahora.

6.- Los #(ALGO) más (CARACTERÍSTICAS O CUALIDAD) del (LUGAR).

Ejemplo: Las 10 ventajas más grandes de tu nueva póliza de seguro.

7.- (ALGO) utiliza (ALGO) para (HACER ALGO).

Ejemplo: Los seguros utilizan lo que se paga para seguir ofreciendo sus mejores servicios con los mejores profesionales.

8.- Declaran a (ALGO) como (ALGO) de (ALGO).

Ejemplo: Declaran a los profesionales médicos como los principales protagonistas de esta pandemia.

9.- (HAZ ALGO) a través de (ALGO/ALGUIEN).

Ejemplo: Hazte esta póliza a través de mis servicios y obtén más ventajas.

10.- En (LUGAR) puedes (HACER ALGO) si (HACES OTRA COSA).

Ejemplo: En España puedes morirte si solo tienes la Seguridad Social.

10 ENCABEZADOS QUE ATRAPAN A LOS CLIENTES.

Lo primero para que un cliente siga leyendo es, sin duda, captar su atención. Aquí te muestro 10 frases con balas que venden y persuaden.

- 1.- El error que aún los más experimentados _____ hacen.
 - 2.- Cómo un _____ "secreto" cambio en
 - 3.- Cómo forzar cualquier_____.
 - 4.- Por qué la forma "natural" de _____.
 - 5.- Por qué el verdadero significado de _____ te _____.
 - 6.- Cómo obtener mejores (y más rápidos) resultados que_____.
 - 7.- Cómo rápidamente cancelar_____
 - 8.- Cómo evitar el error más horrible que la mayoría de _____ hacen con _____.
 - 9.- La forma más rápida conocida de _____.
 10. Tácticas psicológicas sigilosas ocultas de_____.
-

10 ADJETIVOS POSITIVOS QUE PUEDES UTILIZAR

- 1.- Acertado.
 - 2.- Optimista.
 - 3.- Orgullosa.
 - 4.- Ágil.
 - 5.- Firme.
 - 6.- Positivo.
 - 7.- Honrado.
 - 8.- Hábil.
 - 9.- Capaz.
 - 10.- Prudente.
-

10 ADJETIVOS NEGATIVOS QUE PUEDES UTILIZAR

- 1.- Egoísta.
 - 2.- Mentiroso.
 - 3.- Resentido.
 - 4.- Caprichoso.
 - 5.- Vanidoso.
 - 6.- Horrible.
 - 7.- Intolerante.
 - 8.- Indiscreto.
 - 9.- Tacaño.
 - 10.- Insoportable.
-

10 BALAS PERSUASIVAS QUE VENDEN.

Lo primero para que un cliente siga leyendo es, sin duda, captar su atención. Aquí te muestro 10 encabezados para atraer su atención:

1.- ¿Te gustaría tener_____?

Ejemplo: ¿Te gustaría tener un seguro que estuviese siempre a tu lado?

2.- ¿Quién más quiere _____ en _____?

Ejemplo: ¿Quién más quiere que le solucionen un problema en el hogar en menos de 10 minutos?

3.- Estamos buscando gente que quiera_____ con _____.

Ejemplo: Estamos buscando gente que quiera tener salud sin listas de espera.

4.- Se busca: _____

Ejemplo: Se busca personas que les importe su salud y quieran vivir muchos años.

5.- El Arte de_____

Ejemplo: El Arte de que tu coche te deje tirado en plena autovía y llegues a casa como los marqueses.

6.- _____ como un _____

Ejemplo: Vive como una persona con salud.

7.- Aprende por ti mismo _____ en _____.

Ejemplo: Aprende por ti mismo a gestionar tus citas médicas en nuestra aplicación.

8.- Cómo tener_____

Ejemplo: Cómo tener más tiempo libre para disfrutarlo con salud.

9.- Mejora tu_____ en tan solo _____.

Ejemplo: Mejora tu calidad de vida en tan solo unos minutos.

10.- Confesiones de un _____.

Ejemplo: Confesiones de un médico de la Seguridad Social hundido antes la situación.

10 FRASES DE APERTURA PERSUASIVA.

Lo primero para que un cliente siga leyendo es, sin duda, captar su atención. Aquí te muestro 10 frases que no dejan a nadie indiferente:

- 1.- Hace poco...
 - 2.- El año pasado mientras estaba en (lugar)...
 - 3.- Una de mis historias favoritas sobre (tu nicho)...
 - 4.- Déjame contarte acerca de...
 - 5.- No sé si sepas...
 - 6.- Ayer...
 - 7.- Llegó una pregunta:
 - 8.- Recuerdo...
 - 9.- Hablemos sobre (tema)
 - 10.- Érase una vez...
-

10 FORMAS DE INICIAR UNA CONVERSACIÓN.

Lo primero para que un cliente siga leyendo es, sin duda, captar su atención. Aquí te muestro 10 frases que no dejan a nadie indiferente:

- 1.- Si estuvieras en un circo, ¿qué personaje serías?
 - 2.- Si fueras un animal de granja, ¿cuál serías y por qué?
 - 3.- ¿Cuál es la peor primera cita que has tenido?
 - 4.- Si pudieras hacer algo ilegal sin ser atrapado, ¿qué harías?
 - 5.- ¿Has tenido alguna vez una cita a ciegas?
 - 6.- ¿Cuáles son las tres cosas por las que deseas que te recuerden?
 - 7.- ¿Qué te hace sentir mariposas en el estómago?
 - 8.- ¿Qué te motiva más en la vida?
 - 9.- ¿Qué puedo hacer para hacerte sonreír?
 - 10.- ¿Cuál es tu idea del día perfecto?
-

EJEMPLO DE EMAIL A PUERTA FRÍA

Funciona usando 9 puntos psicológicos para persuadir: dolor, problema, consecuencias, proceso, autoridad, prueba, objeciones, visión y acción. Así, llevamos a nuestros clientes desde el total desconocimiento de su problema hasta la solución.

Asunto: ¿Te sientes [dolor]?

Dime, ¿alguna vez te has sentido [dolor que están sintiendo]?

Y es muy posible que esto te esté generando [problema que les genera ese dolor].

El problema con esto es que si no se atiende, las cosas se ponen peor.

Vamos, estamos hablando de que esto ocasiona [consecuencias de no atender dicho problema y dolor].

Incluso hay casos en los que [consecuencias EXTREMAS que suceden al no atender dicho problema y dolor].

¿Pero cómo resuelves esto?

Mira, la forma más efectiva e inteligente es a través de [nombre de tu proceso].

Porque:

- * [Razón #1 por la que resuelve ese dolor y problema]
- * [Beneficios y ventajas que trae la solución]
- * Te ayuda a conseguir [deseo que tiene tu cliente ideal]

¿Pero por qué debes hacerme caso a mí?

- * [Razón #1: Aquí mencionas por la que tú eres un experto o puedes resolver este problema]
 - * [Razón #2: Aquí das una razón que apoye el hecho de que tú ayudas a gente como ellos]
 - * [Razón #3: Aquí pones una razón complementaria que apoye tu caso]
-

EJEMPLO DE EMAIL A PUERTA FRÍA (CONTINUACIÓN)

Por ejemplo, [nombre de una persona a la que hayas ayudado] dijo lo siguiente:

[Prueba/Testimonio de que tu solución funciona]

Y si piensas que [objeción #1] déjame decirte que [contra objeción #1].

O que si [objeción #2] entonces [contra objeción #2]

E incluso si [objeción#3] puedo asegurarte que [contra objeción #3].

Porque sé que cuando obtengas [nombre de tu producto/servicio]:

- * [Aquí le muestras lo que conseguirá emocionalmente]
- * [Aquí le muestras cómo ahorrará tiempo y/o dinero]
- * [Aquí le muestras el segundo beneficio más importante]

Y hasta [aquí le muestras el mejor de los casos posibles].

Por eso, entra ahora mismo en: [Link]

[Explica los pasos que deben seguir una vez que entren en el enlace]

[Aquí da una razón para comprar hoy mismo]

[Despedida y firma]

EJEMPLO DE EMAIL DE BIENVENIDA A TUS SUSCRIPTORES

Este email es muy útil a la hora de introducir a tus nuevos lectores a tu mundo.

Me gusta usarlo para que sepan lo que obtendrán, generar conexión y quitar a aquellos que no son los prospectos ideales desde un inicio.

Asunto: Hola

Te quiero dar la bienvenida a [nombre de tu lista/negocio].

¿Qué obtendrás aquí?

- * Beneficio 1
- * Beneficio 2
- * Beneficio 3

¿Para quién es? [Escribe para quién es]

¿Para quién no es? [Escribe para quién NO es tu lista]

Y no olvides tu enlace para acceder a [nombre del lead magnet]:
[LINK]

Nos leemos pronto,
[Tu nombre]

EJEMPLO DE EMAIL CONTRA OBJECIONES

Cuando tu cliente tiene objeciones, es buena idea afrontarlas antes de que salgan a flote. Por lo que sé el primero en hablar de ellas. En este email usamos el formato de “preguntas & respuestas” para que no se sienta un pitch de venta descarado y genere curiosidad.

Funciona como una especie de FAQ (Frequent Asked Questions / Preguntas frecuentemente preguntadas).

Asunto: Tú tienes dudas, yo tengo respuestas

A veces, cuando hablo con mis clientes sobre [tu producto] surgen este tipo de preguntas:

PREGUNTA: [Objeción 1]

RESPUESTA: [Contra-objeción 1]

PREGUNTA: [Objeción 1]

RESPUESTA: [Contra-objeción 1]

PREGUNTA: [Objeción 1]

RESPUESTA: [Contra-objeción 1]

Si tienes más dudas, házmelo saber.

De lo contrario, esto puede ser útil para ti si tú:

[Visión de cómo se verá su vida después de usar/tener tu producto/servicio]

Obtenlo aquí hoy mismo: [Link al producto]

[Razón por la que debe obtenerlo ahora]

[Despedida y firma]

EJEMPLO DE EMAIL ENCUESTA PARA ENTENDER MEJOR A TUS CLIENTES

Un email muy útil para entender mejor a tu público y poder ajustar tu contenido a sus necesidades. También sirve para encontrar nuevos productos a desarrollar o a conectar con tu audiencia.

Asunto: Tengo algunas preguntas

Estoy trabajando en algunas cosas que pienso que te gustarán.

Mientras tanto, ¿te puedo pedir un favor?

Quiero saber cómo te puedo ayudar este [mes o año].

Estoy alistando una serie de temas y me gustaría saber lo que más te interesaría conocer.

Específicamente me gustaría saber:

1. ¿Cuál es tu más grande frustración en [nicho]?
2. ¿Qué temas te gustaría conocer/aprender?
3. ¿Hay algún producto específico que te gustaría que creara?
4. Finalmente, si quieres, háblame de ti. ¿A qué te dedicas? [Otras preguntas relacionadas a tu nicho o a lo que quieras saber de tu público]

Para participar en esta encuesta (extremadamente informal), sólo responde a este correo con tus respuestas.

Mantendré todo confidencial.

Y leeré cada una de las respuestas.

[Tu nombre]

EJEMPLO DE EMAIL PARA EMPUJAR LA VENTA

En este email compartes un truco y lo conectas con tu producto. Para que sea más efectivo, haz que el truco sea parte de lo que haces en el producto.

Asunto: Este es el truco para [conseguir algo] [rápidamente/al instante/en X días]

Quizá te ha pasado que [deseo].

Y quizá también te ha sucedido que [dolor/miedo/problema].

Pero hoy te compartiré uno de mis “trucos” para hacerte la vida más fácil.

El truco es muy sencillo.

[Truco]

[Conexión con tu producto]

Obtenlo ahora mismo aquí:

[Link para obtenerlo]

Para que no [problema] y sí [deseo profundo].

[Firma]
