

# Lluvia de Ideas

**Autor: Luis José Vinante**

[webmaster@correointeligente.com](mailto:webmaster@correointeligente.com)

**Bienvenido,**

La propiedad de este libro certifica que usted ya compró acciones en usted mismo, porque nació para triunfar.

Basta con que use los métodos que aquí se indican. Son los que yo he aplicado y continúo haciendo en todos mis negocios.

Insisto mucho en la comunicación porque en la era digital es el lenguaje el factor determinante.

Las palabras electrónicas tienen vida. Es lo primero que se ve. O agrada o no agrada. Crea confianza o desconfianza. Así se sencillo.

## Índice de contenidos

**¿Qué es lo primero que hay que saber?**

- Que cambios ha traído Internet?
- Internet: 3 usos básicos
- Motivos para estar en Internet – ventajas
- Decida el motivo por el cual estar en la red
- Por dónde se comienza?

**Modelo de Negocios**

- Metas a largo plazo y objetivos a corto plazo
- Modelos de negocios
- Qué productos o servicios vender en Internet
- Factor que da credibilidad a su negocio

**Aspectos que hacen al diseño web, al marketing y a la venta**

- Aspectos clave para diseñar su sitio web
- Elementos que encontramos en un sitio web
- Aplicaciones a usar para agradar al navegante
- Factores del diseño que ayudan al marketing
- Como llegar al navegante y que recorra su web
- Despierte curiosidad de inmediato y focalice
- Estrategias que producen resultados
- Que hacen las personas que triunfan
- Cuál es el factor por el cual los sitios web fallan?
- Descubra factores que hacen perder ventas
- Factores a destacar que generan ventas
- Qué atrae o impacta a su público objetivo?
- 15 errores de diseño web que hacen perder ventas

### **Vender, posicionar y consolidar una marca**

- Vender, posicionar y consolidar una marca
- Es posible desarrollar ventas sin sitio web?
- Razones que la gente fracase en sus proyectos
- Conceptos que ayudan a vender mas

### **Actúe como un profesional**

- Cómo lograr resultados con pocos recursos
- Cómo adaptarse a la era digital
- Usted no vende un producto, vende una idea
- Un nuevo concepto: marketing relacional

### **Saber comunicar es un arte**

- Tres formas de transmitir mensajes por Internet
- Saber comunicar es un arte que se puede aprender
- Factores para una buena comunicación
- No se meta con su público, sino entre en él
- Conductas que hacen fracasar los negocios

## ¿Qué es lo primero que hay que saber?

### Que cambios ha traído Internet?

Considero que es importante fijar conceptos a fin de que nos queden dudas sobre que Internet cambia todo. En la era digital vivimos una oportunidad de cambio evolutivo.

- Se necesita aprendizaje diferente
- No es válido actuar en base a formula que funcionó hasta ayer
- Se necesitan nuevas fórmulas ante cada nueva situación
- Internet eliminó fronteras y las distancias físicas
- Cambió para siempre el modo en que vivimos, aprendemos, trabajamos y nos divertimos
- Las oportunidades son infinitas
- Comercialmente el poder está en manos del consumidor
- Con un simple clic, se quedan o se van a otra parte
- El cambio e innovación es una exigencia
- Internet permite lanzar negocios velozmente, interactuar con los clientes, presentar ofertas atractivas que llegan a la pantalla de su base de datos en segundos y todo es posible de manera personalizada.

### He aquí un tema que solo puede resolver usted

En el desarrollo de negocios y en el arte de vivir usted tiene que convertirse en un experto en resolver problemas.

Quienes pueden resolver sus propios problemas y los de otros tienen su futur asegurado, llegan a ser mas ricos, mas rápidamente.

Si existe un problema, es prueba de que también existe la solución...

### Anote exactamente cual es el problema:

- Un problema bien planteado es un problema semi resuelto
- Obtenga todos los hechos, sin predisposición ni prejuicios

- Tenga suficiente información acerca del problema, no solo descripción, sino también una explicación.
- Explicación requiere entendimiento. Es el como y el por que.

### **Anote toda solución posible**

- Anótelas

### **Decida claramente que solución pondrá en efecto**

- Si hizo un buen trabajo en los pasos anteriores, la solución brotará rápidamente.
- Si no es así, considere que fueron pasadas por alto u omitidas algunas posibles soluciones, innovadoras y únicas

Resolver problemas es vital para su triunfo en los negocios y la vida. Practique en toda ocasión que pueda. Suerte!

## **Internet: 3 usos básicos**

### 1) medio de comunicación

- Compartir ideas a alta velocidad
- A bajo costo
- Hacia todo el mundo

### 2) fuente de información

- Para uso personal
- Para uso educativo
- Para uso comercial

### 3) medio de transacciones y servicios

- Movimiento de fondos
- Transferencias
- comercio electrónico

### **Un particular puede:**

- Conseguir información para una tesis – investigación

- Obtener novedades sobre diversos temas
- Descubrir oportunidades de negocios
- Escuchar radio y leer periódicos de cualquier país del mundo
- Ver los resultados de su deporte favorito
- Participar en grupos de discusión
- Opinar sobre algún tema de interés

**Un empresario puede:**

- Hacer marketing – demostrar productos
- Vender productos en tiempo real
- Publicar revistas informes y libros
- Captar nuevos clientes y fidelizar los actuales
- Conquistar nuevos mercados las 24 horas
- Exhibir catálogos de productos al mundo
- Conocer a su competencia – que hace y como lo hace
- Construir imagen de marca y productos

**A partir de lo expuesto, es ahora una buena idea preguntarse:**

- Que mas podré hacer por ser mas útil a...
- Que mas podré hacer por ayudar a mi comunidad...
- Que mas podré hacer para ayudar en...

La gente que se hace estas preguntas es bienvenida en todas partes, multiplica sus contactos personales y sus oportunidades de triunfo.

## **Motivos para estar en Internet – ventajas competitivas**

Internet ayuda a desarrollar estrategias de marketing, hacerse conocer y a vender algo.

**Fijemos rápidamente algunos motivos para crear un negocio online:**

1. Tener presencia local, nacional e internacional
2. Presentar su empresa con texto, imagen, sonido y video
3. Trabajar automáticamente las 24 horas
4. Ofrecer rápida información cambiante
5. Potenciar su nombre o su marca
6. Llegar a mercados especializados
7. Construir grupos de afinidad a su actividad

8. Permitir que compares sus productos
9. Conseguir nuevos clientes
10. Promocionar y enviar folletos electrónicos en minutos
11. Crea casi sin costo, bases de datos de su público objetivo
12. Hacer seguimiento personalizado, crear confianza y credibilidad
13. Vender productos y servicios
14. Vender a nuevos mercados
15. Permite tener un negocio que funcione a control remoto
16. Construir clientes a largo plazo humanizando las relaciones
17. Promocionar su negocio con anuncios gratis
18. Educar a sus clientes dando información automáticamente
19. Medir las respuestas y evaluar si su publicidad es efectiva.

**Las ventajas competitivas de estar en la red son:**

1. Menores costos fijos
2. Ofrecer productos sin tenerlos (p.ej. librerías virtuales)
3. Vender sin intermediarios
4. Vender con programas de afiliados
5. Vencer a competidores que no están online
6. Competir a nivel de las corporaciones
7. Presentar precios atractivos que buscan los consumidores
8. Descubrir que hace la competencia y como lo hace
9. Detectar nuevas áreas de negocios
10. Crear alianzas con empresas afines
11. Realizar encuestas
12. Conocer los requerimientos de los consumidores
13. Probar diferentes anuncios publicitarios, técnicas y estrategias.
14. Permite dar soporte al cliente las 24 horas
15. Permite satisfacer al cliente mas rápidamente

**Lo esencial:**

Usted triunfará en la medida en que ayude a los demás a obtener lo que ellos quieren.

Por lo único que le retribuirán es por proporcionar a la gente lo que ésta quiere. Ahora es tiempo de empezar.

**Decida el motivo por el cual estar en la red**

Dado que en este momento cuenta usted con información sobre los motivos de estar en la red y las ventajas competitivas que representan, ha llegado el momento que usted decida...

No existe límite para la clase de negocios que usted puede desarrollar y problemas de marketing que solucionan la red.

La única limitación es su imaginación, aunque también debe considerar el tiempo, dinero y esfuerzo.

El progreso es "hacer que ocurran cosas que, de otro modo, no habrían ocurrido" o de crear alternativas, allí donde no había nada.

### **El triunfo en la web es simple:**

Su primera acción del día debe ser siempre "venderse" a usted mismo el ser optimista y positivo. Si hoy la vida le parece confusa, no lo es. Usted puede haberse metido en una situación complicada, pero puede salir de ella.

### **Usted es su mejor cliente.**

Solo usted tiene la capacidad para actuar y proyectarse de forma constructiva hacia el futuro.

Inicie cada día su actividad de manera positiva y a hora temprana. No malgaste nunca el tiempo, utilícelo siempre con sentido.

Piense en su plan para triunfar como una enorme locomotora potenciada por las estrategias y fórmulas que aquí le doy. Sepa que, si permanece en la vía, llegará a su meta más rápidamente.

## **Por dónde se comienza?**

Para triunfar en Internet es fundamental usar bien su tiempo. Los primeros 6 puntos son los siguientes:

1. **La utilidad.** O se es útil o no tiene sentido estar en la red. Si usted quiere ganar dinero, tiene que ser útil. Cualquier persona es retribuida en función de su actividad.
2. **Fijar metas** a largo plazo **y objetivos** a corto plazo. El desperdicio más grande de nuestras vidas es el no tener metas claras.

3. **Definir un modelo de negocios** antes de salir tras de cualquier objetivo.
4. Luego necesitará **un producto** o servicio para vender
5. **Encontrar un nombre acertado** para su negocio e inscribir su dominio web.
6. **Crear una imagen** tal como quiere que lo visualicen
7. **Diseñar su sitio web** es conveniente para mostrarse.
8. Contratar servicio de **hospedaje** para su sitio.

Entramos en tema y es bueno que usted sepa lo que tiene que saber...

## Modelo de Negocios

### Metas a largo plazo y objetivos a corto plazo

Vamos a definir cual es su meta:

- Empecemos por el principio, por supuesto. Todo comienza con un pensamiento, por lo tanto, comience a pensar creativamente.
- Piense en algo por lo que valga la pena trabajar. No importa lo que eso sea en este momento.
- Es una meta, es el blanco al que está apuntando y usted desarrollará pensamientos que le ayudarán a lograr esa meta

Si al principio resulta difícil concentrarse en una sola meta, no se preocupe. Nada es fácil al comienzo. Aún así debe seguir manteniendo sus pensamientos en un solo propósito.

Lo importante es no engañarse creyendo que piensa creativamente. Debe pensar claramente acerca de lo que desea lograr.

Definir lo que usted quiere es ganar la mitad de la batalla.

Dada la importancia de establecer metas, cualquiera pensaría que las bibliotecas y aulas están llenas de libros sobre el modo de hacerlo.

Por desgracia, no es así y esa es una de las grandes deficiencias de nuestro sistema educativo.

Manejar su vida o su negocio sin metas es igual de efectivo que tratar de conducir el automóvil desde el asiento de atrás.

Regla: no abandonar nunca el escenario de una decisión sin haber emprendido antes una acción específica hacia su realización.

Conseguir nuestros objetivos puede ser una maldición, a menos que ya hayamos establecido una nueva serie de objetivos mas elevados antes de haber logrado obtener los primeros.

En cuanto se encuentre a punto d alcanzar un objetivo, necesita asegurarse el diseño inmediato de la siguiente serie de objetivos, ya que, de otro modo, experimentaría algo que todos necesitamos evitar: dejar atrás nuestro sueño.

### **Los hombres y mujeres capaces tienen muchos objetivos y esos objetivos cambian de vez en cuando:**

- No se encierre en la persecución de un objetivo, porque un año atrás decidió que eso era lo que usted querría.
- Si quiere cambiar el rumbo, hágalo
- Cambie... pero asegúrese que es usted quien se hace cargo de las responsabilidades

### **Las metas son una herramienta para concentrar nuestro enfoque y hacernos mover en una dirección determinada.**

Sin metas, sin un plan, el futuro que usted desea puede no materializarse jamás.

### **Determine sus metas:**

- Escriba que le gustaría hacer si tuviera tiempo, talento y dinero sin límites (sueños que pueden hacerse realidad)
- Indique que desea realizar en los próximos doce meses.
- Escriba las 5 cosas que considera mas importantes en cuestión de relaciones, conceptos y sentimientos.
- Haga una lista con los pasos que debe completar para alcanzar cada una de las metas que se ha fijado
- Registre por orden de importancia las tareas que debe realizar durante un mes. Las prioridades determinan lo que hay que hacer HOY.

## **Modelo de negocios: vender productos y servicios en línea.**

- Ganar dinero en la red con la venta de productos es lo más visible. E trata de encontrar el producto que pueda ser percibido como diferente, único, especial, que sean difíciles de encontrar en el mundo tradicional.
- Todo es posible en la red: desde intermediar hasta crear y vender sus propios productos.
- Tener su propio producto es ideal porque gana el 100%
- Si no tiene un producto propio, sería conveniente adquirir alguno con el 100% de los derechos de reventa incluidos, lo que le permitirá quedarse con la totalidad de sus ventas.
- Vender en Internet, si se automatiza el trabajo, puede ser llevado a su propio ritmo. Tiene poco costo para conseguir nuevos compradores
- Los productos están disponibles las 24 horas sin tener un local físico abierto.
- Y lo más importante: bajo riesgo económico. Se invierte muy poco dinero probando nuevas ideas que si funcionan, se pueden extrapolar a otros negocios y si no funcionan, no se ha perdido mucho.

### **Modelo de Negocio:**

**usar la web como imagen y para proporcionar información de un negocio offline.**

- Un ejemplo puede ser una empresa inmobiliaria, venta de campos, arrendamientos, etc.
- Permite a los usuarios conocer lo que se tiene, presentar a los integrantes de la empresa, interactuar con algún informe gratis y luego con la información de contacto, hablar personalmente para cerrar la operación
- En este caso, la web actúa como un generador de contenidos.

### **Modelo de Negocios:**

**Servicios de Capacitación**

- Consultores, oradores, instructores de venta y capacitadores de todos los ramos pueden escribir artículos e informes.
- Los autores se forman credibilidad y logran una exposición que les puede producir ingresos por vender sus servicios
- Estos artículos se pueden promocionar y transmitir por Internet para crear vínculos entre sitios complementarios.

### **Modelo de negocios:**

**Venta de publicidad en el sitio web**

Hay un trabajo previo para conseguir al máximo de visitantes posible. Para ello se ofrece información valiosa, juegos, software gratis, versiones shareware, e-books gratis, horóscopos, información para la mujer, etc. Una vez que el número de visitantes es grande, puede tener espacio para publicidad en forma de banners o sponsors.

## **Qué productos o servicios vender en Internet**

En la era digital, gracias a la velocidad de las comunicaciones, por Internet se puede vender casi todo.

Solo hay que definir si serán productos digitales (se entregan en segundos por la red misma) o productos físicos (requieren todo un tratamiento de producción, embalaje y transportación).

### **Métodos que puede usar para crear su propio producto.**

- Descubra algo que haya existido siempre pero cuya existencia no se haya conocido antes. Este es el método más fácil.
- Invente algo. Una invención es sencillamente un nuevo ordenamiento de cosas que ya se conocen, en algo que es nuevo y diferente. Mire a su alrededor y descubra que cada producto fue una invención. Pocos productos siguen en sus formas originales, sin cambios inventados.
- Modifique algo que ya existe. Y no necesita cambiarlo completamente, sino en un producto o método mejorado. Esto es algo que todo el mundo puede hacer.

### **Preguntas que puede hacerse:**

- Qué hacer para ser diferente?
- Como puedo posicionar identidad acorde con la era digital?
- Cómo convertir algo virtual en algo de carne y hueso?
- Cómo humanizo la relación?
- Qué creatividad puedo aplicar?
- El éxito de la campaña es el resultado de un mensaje adecuado. A quién llego con mi mensaje?
- Qué hacer para adaptarlo a las necesidades de los destinatarios?
- Qué imagen quiero dar de los productos y servicios?
- Esas estrategias se reflejarán en las ventas?

### **Otras preguntas básicas pueden ser:**

- Qué motiva al comprador a elegir mi producto en forma virtual o tradicional?
- Se conoce mi producto?
- Qué tanto se conoce?
- Quiénes son mis competidores?
- Qué ofrecen y a qué precio?

El fracaso en la preparación es la preparación para el fracaso.

Considerar que la preparación es lo que mas tiempo lleva.

## **Factor que da credibilidad a su negocio**

### **Nombre de dominio**

Tener su propio nombre de dominio...

- Contribuye a dar credibilidad a su negocio
- Indica que su negocio no es transitorio
- Demuestra su intención de permanecer
- Es necesario para tener nombre y marca en Internet

Nombre de dominio:

- Es la dirección de su empresa en Internet
- Tiene que ser fácil de recordar y escribir
- Usted usuario ¿Qué haría si tuviera que buscar algo?
- El nombre acertado es aquel que transmite la idea, lo mas concretamente posible, de lo que trata su negocio
- Las personas llegan a su website previo a escribir su dominio
- Ellos lo encuentran, permita usted que lo encuentren
- El dominio es como el nombre de la tienda tradicional
- El local comercial se ubica en la web y tiene que competir con millones de otros nombres.
- Aquí tiene que ser creativo y dedicarle mucho tiempo a la elección

Conceptos a tener en cuenta:

- Cuando usted abre un negocio, en cierto sentido usted está causando un nuevo nacimiento. En el papel es otra persona

- Hay 2 elementos a considerar: credibilidad y posicionamiento
- Elija un nombre que las personas puedan recordar rápidamente para que cuando usted anuncie entre miles de competidores, su URL (dominio web) se destaque y se recuerde.
- Un nombre corto simple es lo ideal
- En posicionamiento, es aconsejable que el nombre de dominio refleje la naturaleza de su sitio, resultado o beneficio que ofrece
- Su dominio va a ser su tarjeta de presentación en Internet
- Si tienen un nombre pegadizo, fácil de escribir, tiene muchas posibilidades que sus visitantes la retengan en la memoria y le visiten una y otra vez.

## **Aspectos que hacen al diseño web, al marketing y a la venta**

### **Aspectos clave para diseñar su sitio web**

A la hora de diseñar su sitio web hay unos pocos fundamentos básicos:

- Atraer
- Dar información
- Hacer que pidan algo
- Hacer fácil el proceso de compra
- Vender algo
- Hacer que regresen una y otra vez

**Y para crear un sitio que además VENDA, los temas a considerar son:**

- El impacto de los primeros 30 segundos
- Qué herramientas y aplicaciones usar para agradar al navegante
- Factores del diseño que ayudan al marketing y permiten vender
- Como llegar a su público objetivo y hacer que compren
- Como interesar al navegante y hacer que recorra todo su sitio
- Despierte curiosidad de inmediato y ofrezca máximo 3 opciones
- Instrumente estrategias para que pidan mas información
- Como trabajar menos y ganar tiempo
- Como crear confianza y credibilidad
- Como evitar perder ventas
- Que factores debe destacar de su propio producto o servicio

- Contenido a ofrecer a su público (no productos)
- 14 principales errores que se deben evitar en el diseño web

**A continuación analizaremos al detalle cada uno de los puntos recién enunciados**

## **El impacto de los 30 segundos - Elementos que encontramos en un sitio web**

Los mensajes tienen que ser claros y ofrecer soluciones a los problemas que tiene el internauta, pero un factor determinante son los titulares. Estos tienen que capturar la atención y deseo de seguir.

Veamos a continuación 4 ingredientes básicos:

1. Atención
2. Interés
3. Deseo
4. Acción

Esto se aplica tanto al texto de su web como a los mensajes de venta y los anuncios publicitarios.

Si falta cualquiera de los 4 elementos esenciales es muy difícil conseguir resultados.

Es una cuestión de práctica...

- Usted primero debe conseguir la **ATENCIÓN** de sus oyentes o lectores.
- Luego debe despertar el **INTERÉS**...
- Hasta lograr que el receptor sienta tanto **DESEO**...
- Que lo lleve inevitablemente a tomar una **ACCIÓN** determinada. (la que usted decida)

Lo que suceda en los primeros 30 segundos de la visita, serán decisivos para la permanencia o la partida del visitante.

## **Aplicaciones a usar para agradar al navegante**

Si usted no tiene creatividad, si no piensa ideas de mejora, quienes visiten su web pensarán que usted es tan brillante como una lamparita quemada.

Las ideas rinden. Si usted ofrece ideas de interés de los demás, usted triunfará sin ninguna duda.

### **Hay ideas que son el camino hacia el éxito. Por ejemplo:**

- Estrategias
- Métodos para reducir costos
- Para ahorrar dinero
- Para aumentar las ventas
- Para aumentar la productividad
- Para aumentar beneficios
- Y hay miles de ideas urgentemente necesarias en todas las fases del quehacer comercial. Y toda idea de mejoramiento ofrece la oportunidad de recompensa.

### **Creo conveniente dedicar un espacio a aclarar algunos conceptos:**

#### **Qué es una página web?**

- Es un documento que puede ser visualizado en Internet
- Este documento está compuesto por un lenguaje HTML, es interactivo y puede ofrecer texto, imagen, sonido, video, etc
- Esta gran facilidad de programación permite mostrar en Internet, un sin fin de ideas y trabajos ue quizás, a través de un libro o documnto impreso, jamás se hubiera podido hacer

#### **Qué es un sitio web?**

- Un sitio Web es un conjunto de páginas web orientado a tener contenido para visualizar claramente los productos o servicios ofrecidos.

#### **Cómo crear una página web?**

Las páginas web se pueden crear mediante programas editores de web (por ejemplo, Frontpage de Microsoft)

Diseño propio tiene la ventaja de recolectar la información necesaria y poder hacer rápidas modificaciones cuando sea necesario

Personalmente, aconsejo a aprender a diseñar su propia web aunque al principio el diseño no sea tan perfecto.

## **Factores del diseño que ayudan al marketing**

El factor principal para que el diseño ayude al marketing es dirigirse a un público específico. Prepara los mensajes teniendo como principal receptor su público objetivo. Piense en ellos y escriba solo para ellos

### **Ello nos dice que la primer tarea es:**

- Defina con precisión a su público objetivo
- Visualice a ese público y escríbale a él
- Capture a los visitantes que visiten su web
- Resultado: visitantes calificados (potenciales clientes)

Hay que especializarse, enfocarse. Ni los mas grandes son buenos en todo.

- En qué es verdaderamente bueno usted?
- Defina producto, servicio, público objetivo
- Humanice sus mensajes, personalizándolos

### **Método para construir y ordenar un mensaje de venta**

- Defina con precisión la idea que desea desarrollar
  - Reúna datos, hechos, evidencias y argumentos
  - Deseche lo que debilita o en nada beneficia a la exposición
  - Realce las ideas, razones y evidencias que convencerán sobre lo ventajoso de lo propuesto
  - Haga una conclusión rápida, clara y sintética, que concrete el pensamiento central.
- 
- Conecte sus pensamientos a los intereses de su público
  - Aproxime sus ideas lo mas posible al espíritu, corazón, mente y sensaciones de ellos.
  - Destaque alguna ventaja directa
  - El éxito de lo que usted comunique depende en gran parte de la forma como lo diga.

Utilice el tacto

La mente humana se resiste a renovar sus ideas, pensamientos y creencias y se revela contra todo aquello que sugiere necesidad de abandonar lo que se ha aceptado como definitivo.

## **Como llegar al navegante y que recorra su web**

Internet es un mercado enorme...

Y uno de los errores mas comunes es no saber determinar cual es nuestro público y como podemos alcanzarlo.

- Lance su campaña de promoción a un público bien específico, unpúblico que tenga un verdadero interés en lo que usted ofrece.

Una vez que tenga definido su público, el paso siguiente es ir donde está su potencial cliente, tomando por la mano, interesarlo en su boletín informativo, en sus servicios, en su WEB.

Es un proceso que podría llamarse **MARKETING DIRECCIONAL**

Se trata de ir directamente al grupo de personas interesadas en su producto y ayudarlos a tomar la acción ya sea pulsando un botón o eslabón o inscribirse a su boletín.

Pero el marketing directo online es esencial.

- Su website en el ciberespacio nunca debe ser una cartelera silenciosa. Todo debe invitar al visitante a tomar acción, hay que orientar textos, botones y formularios a que el visitante desee recibir algo que usted ofrece.

### **Conclusión:**

1. Busque su público objetivo y ofrézcales los servicios que ellos necesiten
2. Usted tiene que ser útil para su potencial comprador
3. Mientras mas útil sea, mas resultados obtendrá
4. Construya una identidad atractiva para despertarles interés en vincularse con usted
5. Tráigalos donde está usted: a su WEB, a su BOLETIN, a su FORUM.
6. Llévelos a la acción!

## **Despierte curiosidad de inmediato y focalice**

Si usted suministra TODA la información en su web sin crear interés por pedir mas información pueda suceder que tenga miles de visitantes y no sepa quienes lo visitaron ni en que tema se interesaron.

### **Hay que informar claramente, pero no tanto.**

Hay que crear curiosidad en saber mas y a ese fin, se ofrece un informe gratis que se carga en un autoresponder secuencial y se entrega en varios capítulos, para tenerlo así atrapado e interesado.

En cada nuevo mensaje usted, con inteligencia, va introduciendo publicidad de lo que realmente le interesa que la persona compre.

### **Razones para comprar o aceptar una propuesta:**

Las personas compran cualquier cosa, incluso aceptan ideas, por una o mas de las siguientes razones:

- Seguridad
  - Protección
  - Productividad
  - Ejecución
  - Aspecto
  - Atractivo
  - Conveniencia
  - Comodidad
  - Economía
  - Duración
- 
- Compran o aceptan una idea porque satisface una necesidad y ofrece una ventaja
  - No compran o aceptan algo por sus características
  - Lo hacen por sus ventajas
  - Por lo tanto, para que acepten sus ideas o productos o servicios, debe mencionar las ventajas (además de las características)

Un factor importante para que le compren es que usted, su producto, su empresa sea percibido como algo diferente, sea conocido y lo visualicen como algo único, especial...

Eso no quiere decir que lo sea...

Lo que digo, es que así “sea percibido” en la mente de sus potenciales clientes. Ellos no quieren comprar a desconocidos ni un producto que no conocen.

## **Estrategias que producen resultados**

Si usted da montañas de información pero no le dice claramente al visitante que es lo que usted quiere que ellos hagan, no harán nada.

### **PALABRAS CLARAS – FRASES CORTAS**

- Las palabras simples y las frases cortas, tienen el mismo efecto que los espacios en blanco
- Hacen que su mensaje sea fácil de leer
- Y mientras más fácil sea leer su mensaje, más se venderá
- Relanzar esta verdad 1000 veces no sería demasiado
- Nada mata más a la venta que una página llena, sólida de texto, sin espacios, sin subtítulos
- Es difícil para leer y la mayoría de la gente no lo hará
- No torture a su cliente potencial
- Haga todo simple y directo
- Mantenga su mensaje animado con frases cortas
- Entendimiento rápido
- Lo he logrado hasta aquí? Esa es la pregunta que siempre me hago y por ello periódicamente modifico la forma de exponer los temas a la vista de las nuevas experiencias que voy recogiendo.

### **Enfoque al cliente**

- Sus mensajes deben enfocarse a eso que quieren sus clientes
- Ellos tienen su mente enfocada en sus propias necesidades y ansiedades. Esto es verdad, siempre es verdad
- Usted debe entender esto y adaptar sus mensajes
- Así, antes incluso de intentar cualquier comunicación, necesita gastar tiempo en conocer las necesidades del destinatario
- Cómo averigua usted eso?

- Muy simple: pregunte que quieren y vaya guardando esa información durante un determinado tiempo.
- Esta tarea nunca se termina porque es tonto creer que conocemos sus necesidades por las preguntas que formulamos el mes pasado. Necesita seguir preguntando a los destinatarios sobre sus necesidades... y basar sus prioridades en lo que usted oye y descubre.

## Que hacen las personas que triunfan

El factor determinante es una buena comunicación con los clientes actuales y futuros.

Puesto a definir una buena comunicación, los fundamentos básicos son:

- Atraer: conseguir nuevos visitantes al web
- Crear base de datos: capturar el nombre e e-mail de ellos
- Dar lo que buscan: hacer seguimiento hasta que compren

Previamente, conviene tener en cuenta algunos aspectos que marcan la diferencia entre las personas que consiguen resultados y quienes no lo consiguen tanto.

**CREATIVIDAD:** La creciente competitividad en todos los sectores del mercado, hacen necesarios soluciones y planteamientos creativos para alcanzar los objetivos fijados.

**MARKETING:** para vender con una estrategia adecuada de email es fundamental tener un plan de marketing. El marketing es la combinación de actividades dirigidas a satisfacer las necesidades del consumidor con un producto o servicio.

**CLIENTES:** son el objetivo principal del marketing...

- Hay que sorprender a los clientes
- Hacer cosas que no hacen los competidores
- Hacer seguimiento de clientes o de potenciales compradores

## **Otro punto importante es la redacción de los mensajes**

- Dedicarle tiempo, no se debe hacer a la ligera. Una vez preparados los mensajes, se pueden enviar miles y miles de veces.
- Por eso hay que ser cuidadoso
- De sus mensajes dependen los resultados que obtenga
- Usted tiene que ponerse en la posición del cliente, pensar como él, como un cliente potencial.
- Así entonces, usted programa su primer mensaje corto pensando siempre en su destinatario
- De entrada, usted les demuestra que está preparado y al mismo tiempo informa en forma resumida las ventajas de su oferta.

## **En sus mensajes**

- Exprese gratitud o aprecio en términos de admiración y cumplidos
- Exprese buena voluntad con una inconfundible actitud de “usted me gusta”
- Exprese buenos deseos

Esa es una fórmula ganadora: gratitud, buena voluntad y buenos deseos. No olvide usar una o más de esas expresiones.

## **Además:**

- De la bienvenida a todo email recibido como un feliz acontecimiento
- Jamás piense en ningún mail recibido como una interrupción molesta
- Todo mail no solicitado es una intrusión. Elimínelo sin leerlo y listo.
- Siempre asegúrese de incluir: gratitud, aprecio, buena voluntad, buenos deseos.
- Y recuerde: el tiempo de estar frente a la PC respondiendo e-mails es tiempo de diversión

## **Cuál es el factor por el cual los sitios web fallan?**

Desde mi punto de vista, el principal factor por el cual muchos buenos negocios fallan es porque no conocen como piensa su público objetivo. Hay que humanizar la relación.

Los internautas no compran en línea... ellos investigan, buscan información. Entonces ¿qué es lo que tiene que hacer usted?

- Ayude, no venda
- Usted tiene que construir credibilidad y relación
- Haga que su producto o servicio sea la solución a su problema

### **De qué se preocupa su cliente, su público objetivo?**

- Ellos NO se preocupan por la descripción o la misión de su web
- Ellos dicen "qué hay aquí para mi?"
- Proporcione usted un beneficio y logrará que se quede

### **Haga ver a sus clientes lo que usted vende:**

Si usted vende un producto intangible u ofrece un producto que nadie puede tocar o inspeccionar, es muy difícil de vender, porque muchos consumidores vacilan comprar online porque ellos quieren VER y TOCAR el producto antes de comprarlo.

### **Comprometa los sentidos del receptor de su mensaje**

El deseo de tocar, ver y oír es instintivamente humano. Investigadores han agrupado 3 categorías de personalidades:

- El visual
- Auditivos
- Y los que tienen necesidad de tocar las cosas

Sorprendentemente, los visuales predominan y constituyen mayoría!

Sabiendo esto, usted debe escribir, ofrecer fotografías, imágenes y sonidos que COMPROMETAN los sentidos del receptor de su mensaje.

El nivel de confianza hacia usted GANA y AUMENTA GANANCIAS porque su público objetivo TOMA DECISIONES acertadas basadas en lo que usted dice y muestra.

## **Descubra factores que hacen perder ventas y como evitarlo**

Hay que invertir mucho tiempo y algo de dinero para conseguir que los potenciales clientes le presten atención. Si usted responde una vez, una sola vez es muy difícil vender veamos algunos motivos:

- Para vender, usted necesita hacer PRE-VENTA, lo que es igual a una campaña de educación al cliente
- Esa pre-venta tiene por finalidad ganar la confianza del potencial comprador
- Y hay que agradecer a esa persona que nos dedique tiempo en leer el material que le enviamos para evaluar y aprender las características y beneficios de nuestro producto o servicio.

Utilice mensajes de seguimiento para prolongar la relación con el cliente: Enseñar, motivar y alentar al desconocido para que se vuelva un amigo.

- El servicio al cliente siempre ha sido importante. Pero ahora que el poder se ha desplazado al consumidor, importa más.
- En esos mensajes de seguimiento usted tiene que construir la confianza a través de la frecuencia
- Cuente su historia pacientemente a cada consumidor que se manifiesta interesado en recibir su informe gratis
- Sea personal, sea específico

## **Factores a destacar que generan ventas**

Su trabajo es definir claramente:

- Que tipo de problemas soluciona su producto
- A que necesidades del cliente responde
- Que es lo innovador del producto
- Que lo distingue de otros productos
- Hasta que punto el producto es diferente

**Esta es la fórmula que funciona, veamos como:**

1. Primero, imagine que usted es su competidor mas agresivo
2. Piense que haría usted para adelantarse a usted mismo
3. Haga una lista por escrito d toda debilidad de su empresa que, si usted fuera competidor aprovecharía
4. Luego, usando su lista como guía, haga inmediatamente todas las cosas de su lista. Corrija toda debilidad, ponga en acción toda nueva idea, hágalo primero antes que su competidor y para su beneficio

**Esperanza, motivación, esfuerzo y realización**

Con estos elementos, trabaje para encontrar los beneficios que ofrecen sus productos al comprador.

## **15 errores de diseño web que hacen perder ventas**

1. Falta información de contacto (total o parcialmente)
2. Falta humanizar la comunicación
3. Falta crear confianza y credibilidad
4. Falta velocidad en aparecer la página (diseño “pesado”)
5. Falta diseño agradable (colores, tipografía, gráficos)
6. Falta actualizar las páginas

7. Falta de profesionalismo en el diseño
8. Falta verificación (chequeo de vínculos, gráficos)
9. Evite gráficos grandes
10. Evite poner enlaces hacia otros sitios en su página principal o al tope de las páginas
11. Excesivo ancho de página
12. Excesivo largo de páginas
13. Evitar páginas sin información (. Ej. Por no disponibilidad de productos)
14. Evitar forzar los ojos del visitante con colores oscuros bajo los textos
15. Evitar el envío de correo masivo no solicitado

## **Vender, posicionar y consolidar una marca**

La importancia del correo electrónico en el mundo del marketing es una realidad.

- El problema es como hacerlo, como llegar a miles y miles de personas sin recurrir al Spam (correo no solicitado)

**El éxito** para vender, para posicionar y consolidar una marca se basa en los siguientes factores:

- Utilizando un autoresponder secuencial
- Ofrecer un informe gratis de interés de su público objetivo

- Introducir ese informe de varias entregas consecutivas en el autoresponder
- Quienes lo solicitan, lo reciben en menos de 30 segundos
- Y usted, en el mismo tiempo recibe notificación de quien ha pedido el informe
- Se crea la BASE de datos simultáneamente y en forma automática
- El sistema trabaja mientras usted duerme. Si bien usted trabajó una vez y cargó todos los mensajes, el autoresponder trabaja automáticamente enviando los mensajes y aumentando la base de datos
- Mensajes especiales. Usted puede en cualquier momento, enviar un mensaje EXTRA, con alguna noticia especial de último momento a todos (o solo algunos) de los miembros de su grupo

### **En cuanto al contenido del informe...**

- Un texto atractivo acompañado de una fotografía o imagen de su producto o servicio
- Aumenta el interés de su lector al poder ver lo que se le ofrece
- Y como también puede enviar sonido, puede escuchar algo de su interés relacionado

### **Errores comunes al iniciar un negocio**

- No destinar tiempo a la búsqueda de nombre de dominio acertado
- Usar proveedor de hospedaje gratis. Si por solo \$5.- dólares tiene un hospedaje profesional, no hay motivos para perder prestigio en uno gratis.
- Sobrecargar su sitio web con gráficos y movimientos
- No usar un sistema eficiente para capturar el nombre y email de los visitantes a su web
- No usar un sistema automatizado para gestionar las comunicaciones eficientemente
- No crear un boletín electrónico para demostrar que usted es una persona idónea en su especialidad.
- Olvidarse que la comercialización es la clave del éxito y que los resultados se logran con el tiempo previo ganarse la confianza de su público objetivo
- Creer que ganará mucho dinero sin trabajar duro
- Creer que un negocio en Internet requiere menor esfuerzo que uno tradicional
- Creer que con solo poner un sitio en Internet tendrá miles de visitantes y que éstos le comprarán
- Creer que puede prosperar sin invertir. Tiene que invertir constantemente en capacitación, libros, cursos, software, etc
- Creer que la mejor y única estrategia es el spam
- Gastar tiempo en tareas repetitivas e improductivas

- Confundir el autoresponder secuencial automático con un autoresponder común (como los que ofrecen las empresas de hospedaje)

## **Es posible desarrollar ventas sin sitio web?**

Si, es posible aunque no tenga su website en la red

### **1° paso:**

- Cree su propio informe gratis o boletín electrónico, con un tema que usted domine, conozca
- A un informa, usted lo puede dividir en capítulos y entregarlo cada quince días en formato html para ir creando una imagen suya y de lo que usted pretende vender.
- Usted puede cargar ilimitada cantidad de mensajes en un autoresponder secuencial. Piense que programando solo 50 mensajes, y enviandolo cada 15 días, estaría en contacto automático con un potencial cliente durante 2 años!
- En cualquier momento podría crear su sitio web ... y como ya dispone de una base de datos, puede lograr visitantes rápidamente.

### **2° paso:**

- Ofrézcalo gratis en anuncios clasificados en toda la red y logre que su público objetivo solicite el boletín o informe gratuito

### **Qué es un boletín electrónico...**

- Se trata de un informe enviado periódicamente por email.
- También llamados ezines, newsletters, boletines de noticias, e-boletines, revistas electrónicas, etc
- Se envía a personas interesadas que voluntariamente se suscriben
- Actualmente, mas de 100.000 publicaciones electrónicas se distribuyen por email con todo tipo de contenido, así como cualquier tema que usted se pueda imaginar.

Antes de ir mas lejos, aclaremos dos cosas que usted puede hacer:

- Anunciar en otros boletines electrónicos

- Anunciar en su propio boletín

### **Por qué la gente se suscribe a Boletines electrónicos...**

- Personalmente me suscribo a todo Seine sobre marketing
- Toda esa lectura revuelve ideas en mi mente
- Genera ideas de mejora constante, palabras y conceptos
- Luego aplico algunas en mis negocios
- Aprendo y experimento día a día

### **Cuánto dinero gana publicando un boletín electrónico...**

- Generar ganancias por publicidad exige que usted tenga una importante caudal de lectores de calidad y que los destinatarios lean realmente el boletín
- Esto está dado por la calidad de los contenidos del boletín

### **Y si no gana dinero... cuál es el fin?**

- Es sencillo... promocionar su negocio, sus productos, servicios, su imagen, posicionarse en la mente de su público
- Los resultados en el mundo virtual se producen con el tiempo, al igual de lo que sucede en el mundo real.
- Nadie puede esperar resultados de un día para el otro... al igual que no se puede esperar que una planta crezca inmediatamente después de haber sembrado una semilla.

## **Razones que la gente fracase en sus proyectos**

La primera razón de que la gente fracasa es no saber lo que quiere

- Vagar sin objetivo por la vida, buscando algo...
- Pero no sabe qué
- Gira desesperadamente en círculos, solo para volver al sitio de donde partió
- Se lanza desesperadamente en la dirección equivocada
- Piensa que sube, cuando en realidad se hunde
- Sabe que quiere algo, pero no sabe que es
- El fracaso es la negativa a tener un plan

Lo que provoca el fracaso de la gente son todas las pequeñas decisiones que se toman a lo largo del camino

Estoy convencido de que la mayoría de la gente fracasa en la vida, sencillamente, porque pone mucho interés en cosas menores

En los negocios, se necesita dominar la testarudez y volver a rehacer el camino por los senderos adecuados

Nadie está libre de desengaños y el fracaso que fatalmente se presenta. No existe empresario que no haya sabido atravesar estas pruebas, endurecerse, blindarse, luchar y poner buena cara.

### **Póngase en marcha ahora.**

- Establezca una meta
- Piense en el plan con el cual va a proceder
- Tome una decisión hoy y comience a hacer las cosas
- Cualquier comienzo es mejor que no hacer nada
- Planee para el futuro pero no malgaste el presente

## **Conceptos que ayudan a vender mas, mucho mas.**

### **Ventajas y beneficios**

- Seleccione el mejor beneficio que ofrece su producto
- Beneficio que sobresale por encima de todo lo demás
- Que ofrece su producto que lo hace mejor o especial comparado con el de la competencia?
- Que lo hace confiable?
- Que solución ofrece al comprador?

### **Capture la atención del lector**

- Un buen encabezado es la parte mas difícil e importante
- La sobreabundancia de información exige ser claro y concreto
- Si el encabezado del anuncio no logra capturar la atención, todo lo demás estará de más.
- Clave: conseguir que el encabezado o título de tu anuncio que incluya por lo menos un beneficio

## **Características: convertirlas en beneficios**

- Listar características de tu producto y buscar palabras para convertirlas en beneficios
- Las personas No compran características, compran soluciones, beneficios, ventajas.
- Adelántese a las objeciones, a las preguntas que hacen los compradores.
- Su texto tiene que responder a todas las preguntas

## **Programe una rutina para poner avisos clasificados**

- En la red hay mas de 400 sitios que aceptan anuncios clasificados
- Que su rutina le obligue a introducir 8 anuncios clasificados por día
- El mismo anuncio en diferentes sitios y así recorre todos los sitios durante 30 días
- Al finalizar, empiece nuevamente con el primer sitio d anuncios clasificados de la lista pero con otro anuncio o publicidad.
- Eso le permitirá comprobar resultados de sus anuncios mes a mes
- Cuando compruebe que n anuncio ha dado resultados extraordinarios regrese a el y trabaje mucho tiempo con el hasta que vea que los resultados disminuyen.

# **Actúe como un profesional**

## **Cómo lograr resultados con pocos recursos**

### **Definamos a que tipo de resultados me refiero...**

- Aumentar ventas
- Capturar el nombre y email de su público objetivo
- Agregar valor a los productos o servicios que usted vende

**El libro digital es una de las herramientas que a su vez produce un increíble marketing viral.**

- Si el contenido del libro digital (texto, color, imagen y sonido) es de utilidad para su público, estos se encargarán de hacerlo llegar a mas y mas conocidos suyos produciendo así que se difunda como un virus, lo que usted ofrece
- Usando ebook puede compilar su sitio web. Es una forma que le conozcan sin estar conectado.
- Un catálogo de productos en un ebook es instalar su catálogo en la computadora de su público y ellos pueden acceder a él sin problemas en cualquier momento
- La difusión gratis de material de utilidad, desarrolla una relación necesaria para crear confianza, credibilidad, que l conozcan
- Mientras le brinda información de utilidad, le muestra datos sobre las ventajas y beneficios de su producto
- Ello le ayudará a decidir comprarle a usted
- L libro digital es uno de los productos mas impactantes en la Internet hoy y, además de hacer posible aumentar ventas, le permite agregar valor a los productos y servicios que usted vende
- Hay muchos compradores que requieren detalles técnicos de los componentes del producto y usted puede ofrecer esta información en diferentes capítulos dentro del libro con una difusión de fotografías, gráficos, texto, color y sonido.
- Con su inmensa variedad de utilidades, un ebook de calidad y bien distribuido puede convertirse en una herramienta de promoción que trabajará para usted las 24 horas del día, 7 días de la semana.
- Su ebook, literalmente puede ser visto por miles de personas, simplemente ofreciéndolo gratuitamente.

**Capturar el nombre y el correo electrónico de quien solicite su libro digital es un tema pero mas importante es automatizar**

- Crear una base de datos preparada para hacer seguimiento es fundamental
- Tanto en la web como en anuncios clasificados, hay que invitar a suscribirse gratuitamente, y a cambio, se les entrega el libro digital, también gratuito
- En solo 30 segundos, quien envió el email o completó el formulario de solicitud, recibirá la bienvenida al grupo, al boletín electrónico y recibirá el ebook.

**Conclusión:**

Hoy en día, para vender se debe dar satisfacciones al cliente, porque solo un cliente satisfecho vuelve a comprar

Debe dar servicio, porque el cliente exige calidad y servicio post-venta

Debe convencer. Su cliente debe sentir que él es quien ha comprado

Vender es persuadir sobre unas ventajas determinadas de su producto

Con estas dos poderosas herramientas usted puede producir esos resultados. Lo difícil se hace fácil.

## **Cómo adaptarse a la era digital**

### **El mundo cambia... Adáptese!**

Nada es permanente. Todo cambia.

- Lo único seguro es que todo cambiará. Las personas tienen ahora más poder e influencia que en toda la historia
- Las oportunidades son infinitas. Internet ha acabado con el tiempo y la distancia ha cambiado, ya para siempre
- La pregunta a la que usted tiene que responder: ¿está preparado?
- Y no valen excusas. No podemos perder tiempo en preguntarnos si los agentes económicos están preparados.

Usted tiene que:

#### **ENTENDER:**

- Percibir la realidad (la realidad es la misma para todos pero la percepción que hace cada uno, si es diferente)
- Visualizar alternativas válidas para usted
- Elegir la que más se adapte a usted y sus posibilidades

#### **PONGA EN MARCHA SUS IDEAS**

- Independiente a los factores externos, a lo que hagan los demás, usted puede poner en marcha sus ideas.
- Si no lo puede hacer en el mundo real por los costos de alquiler, personal, publicidad, etc., diseñe su idea y póngala a funcionar en el mundo virtual
- Si tiene un negocio en el mundo real, es hora de iniciar su presencia en el mundo virtual. Es fácil
- Usted tiene el poder y posibilidad de elegir
- Saber no es suficiente. Usted tiene que hacer algo.

#### **ACCION:**

- Convierta su pensamiento en acción
- Haga hoy algo diferente que configure su futuro mañana
- El futuro es una pizarra en blanco que espera que usted la rellene

- Y eso lo puede hacer solo usted

### **Sobresalga en servicio al cliente:**

- Solucione las situaciones inmediatamente
- Este disponible, sea creativo y vaya mas allá del servicio normal que se brinda al cliente
- Pregúntese a si mismo: ¿percibe mi público que ha conseguido mas que el valor del dinero pagado?
- Si no es así, usted y su producto perderán reputación
- No habrá nueva compra
- No ignore a la competencia ya que su público la conoce

### **Capacítese continuamente:**

- Puede que haya llegado lo mas lejos posible con el conocimiento que ahora cuenta
- Asimile nueva información para ir mas lejos de donde se encuentra. Invierta al menos un 5% de sus ingresos en libros, revistas, material educativo, etc
- Lea por lo menos una hora diaria. Esto implica leer un libro cada dos semanas
- Es conveniente crear un grupo afín y reunirse periódicamente y hacer intercambio de experiencias,.

### **Conclusión.**

- Suceda lo que suceda, usted tiene que crear una poderosa VISION de lo que quiere lograr.
- Planifique y comience con hacer la primera acción hacia el logro de su objetivo
- Miles de acciones, miles de piedritas pueden crear una muralla
- Haciendo una acción cada día, avanzará
- No permita que nadie le quite sus sueños, sus deseos de llegar a alguna parte
- Trabaje, cree su negocio virtual
- Esté ocupado, aprendiendo, practicando, preparándose para crear su propio futuro.

## **Usted no vende un producto, vende una idea**

**Todos somos vendedores: un hecho a entender y aceptar**

- La habilidad de convencer es uno de los factores mas importantes del éxito en todo trabajo y profesión
- Por ello no es sorprendente que a los mejores vendedores les vaya bien en la vida
- Aquellos que tienen éxito es porqu primero adquieren los conocimientos y luego los aplican

### **Usted no vende un producto, vende una idea**

- Todo vendedor debe comprender este principio y actuar conforme a él. El producto o servicio no es mas que un medio para un fin.
- Usted no vende un crucero, sino el placer de abordar un barco, el confort, comodidad, sociabilidad y/o privacidad, vacaciones, disfrutar de unos hermosos días, comidas de nivel internacional, muy abundante, no se repite nunca.

### **La tarea del vendedor es estimular o crear el deseo del cliente**

De alcanzar un objetivo específico, con la ayuda del producto que se está vendiendo. Esto quiere decir que el vendedor nunca debería tratar de vender el producto en sí al cliente.

Por cada producto o servicio que trate de vender hay muchas ideas que puede vender.

### **Encontrar la emoción que activa e impulsa a tomar acción**

El vendedor tiene que aprender a descubrir que motiva a su comprador y utilizar el atractivo correcto en cada caso.

### **A esto se llama Marketing al cliente.**

- Se trata de desarrollar la capacidad de crear soluciones concentrándose en las necesidades individuales de los clientes y en su satisfacción
- Actualmente y mucho mas en el futuro, cada vez mayor cantidad de compradores usará la computadora para adquirir información de productos, comparar ofertas y comprar productos
- A esto se llama marketing electrónico. Es lo mismo que decir que una empresa puede conducir su negocio basándose en canales electrónicos.

## **Oportunidad para vendedores (emprendedores)**

- Utilizando marketing electrónico usted puede empezar su negocio con una pequeña inversión ya que no hay costos de alquiler de un local comercial, bajísimos costos de publicidad y bajo costo de stock de productos
- También puede vender al mercado global y no solo al mercado local. Rápidamente, y casi sin costo, pueden recibir y contestar sugerencias, inquietudes y quejas de manera inmediata

## **Uno a uno**

La comunicación en Internet ya sea por email o en el momento que alguien visita un sitio web, es una comunicación “uno a uno”. Visualícese usted frente a la PC esta usted y el sitio web. El sitio web no se acerca, es usted quien se acerca y si lo que ve en los primeros segundos no le agrada se marcha a un solo golpe de ratón. Esto significa que HOY, el control lo tiene el cliente.

## **Un nuevo concepto: marketing relacional**

El mercado eficaz es un inmenso campo.

- Usted decide métodos para dar a conocer lo que hace y solo está limitado por su imaginación y sus recursos.

Sin embargo, si en su anuncio falta cualquiera de los 4 ingredientes esenciales tanto su carta de venta como su anuncio no conseguirá resultados, es decir que posiblemente, no conseguirá las ventas posibles aunque su producto o servicio sea extraordinario

Nuevos conceptos a implementar en la era digital

Lo mas importante es el concepto de comunidad, muy mencionado pero poco comprendido.

- Las relaciones, tanto entre empresas como entre a empresa y el consumidor, son clave cuando las empresas aprendan a coevolucionar en las comunidades de negocios online
- Se trata de comunidades de negocios electrónicos, una nueva forma de organización comercial que surge con la tecnología digital

- Se trata de crear primero una relación, ganarse la confianza de su potencial comprador.

Se trata de desarrollar un **MARKETING RELACIONAL**

En la red, mas importante que lo que usted está vendiendo, es como usted está intentando venderlo

- Si usted hace su presentación a bastantes personas, usted encontrará n comprador
- Este es un concepto real y de ahí surge el spam
- Pero es lo correcto
- Se trata de hacer su presentación a bastantes personas interesadas en lo que usted vende.
- Usted tiene que comenzar por estudiar, aplicar lo que aprende y aprendr de la experiencia

**NO ESPERE RESULTADOS SI SE LIMITA A PONER UNA PÁGINA EN INTERNET Y A ESPERAR QUE LO ENCUENTREN Y LE COMPREN... NO... ASI NO FUNCIONA.**

### **Primer concepto básico**

- Sus anuncios clasificados no venden producto o servicio. Es perder tiempo intentándolo
- Lo que un anuncio tiene que lograr es despertar el interés. Y hacer que el lector entre en acción solicitando mas información

**En su contestación, puede aprovechar para:**

- Promocionar su web (aumentando su tráfico)
- Promocionar su boletín (conseguir mas suscriptores)
- Promocionar su producto o servicio (destacando beneficios)

### **Anticípese...**

- Tenga que tener claro lo que usted está haciendo y asegurarse que su comunicación está de acuerdo con el objetivo que quiere alcanzar
- Evite extraviarse
- Comercializar es: mas allá de todo lo demás, el arte de fabricar comunicaciones que incite al público a tomar acción y comprar su producto

# Saber comunicar es un arte

## Tres formas de transmitir mensajes por Internet

En la era digital podemos visualizar tres formas de transmisión de mensajes:

1. Texto: utilizando email se envían mensajes escritos
2. Voz: mediante programas de transmisión de voz, por Chat, verbal o por teléfono
3. Voz, imagen y texto. Pocos la utilizan, porque piensan que este es un medio relacionado únicamente con video conferencias cuando en realidad, el uso de autoresponders secuenciales permite que los mensajes envíen voz, imagen y texto.

## Saber comunicar es un arte que se puede aprender

El lenguaje es un componente importante en la comunicación interpersonal.

- Todos pueden comunicar, pero no todos saben hacerse entender
- Las palabras tienen el poder de provocar en el otro emociones y estados de ánimo diferentes.
- Un buen mensaje crea una buena disposición, el receptor se abre a saber más
- Lo contrario es que el receptor sospeche y se cierre eliminando su mensaje sin pensarlo dos veces
- Saber comunicar es un arte que SE PUEDE APRENDER

Al escribir un mensaje, su objetivo es vender algo

- Un producto, una idea, confianza, credibilidad, imagen
- Siempre se trata de vender algo

**Es conveniente considerar lo siguiente:**

1. Sea directo y honesto en lo que quiere decir
2. Comunique con sencillez, sinceridad y claridad
3. Piense en el destinatario y en lo que a éste le agrada
4. Automatice su trabajo con un autoresponder secuencial
5. Humanice el mensaje, hágalo adecuado al receptor
6. Construya una relación a través de la comprensión creando confianza y credibilidad
7. Comprenda mejor a los demás. Es el primer paso para comunicar
8. Encuentre el mensaje correcto.
9. use medios de comunicación correctos
10. Diríjase al mercado objetivo
11. Mantenga separados los asuntos, no confunda al receptor
12. Utilice lenguaje positivo
13. Asuma su responsabilidad ante los fracasos y los éxitos
14. Evite las excusas
15. La persona satisfecha de si misma provoca en general buenos resultados y eso constituye la base para conductas futuras aun mas eficaces!
16. En su trabajo de comunicación, la estrategia debe ser tal que le coloque en todo momento en la cima de las preferencias de sus potenciales clientes
17. Impacte a las personas, hagan que perciban u usted es el mejor, para que la sola mención de su empresa, producto o servicio les recuerde que la solución de su problema se encuentra en su sitio web

## **Factores determinantes para establecer una buena comunicación**

3 factores determinantes para establecer una buena comunicación:

### ***AMBIENTE:***

Crear un ambiente favorable, hacer percibir al receptor que el mensaje que recibirá será beneficioso. De esa manera estará esperando cada nueva información que usted le remita.

### ***ACTITUD:***

Usted, emisor, redactor del mensaje debe escribir con actitud constructiva, alegre y pensando en llevar mejora continua al receptor. Usted no puede saber como es la actitud del receptor así que tiene que percibir que su mensaje dice algo como: “prepárese para algo extraordinario, aquí aprenderá, aquí descubrirá lo que nadie le ha dicho. Solo se requiere su paciencia, perseverancia y estar dispuesto a desaprender lo que ya no es de utilidad para aprender nuevos conceptos”

### **ACCION:**

Tiene que invitar al receptor a hacer algo. Usted puede enviar la mas extraordinaria de las informaciones y el receptor tiene la actitud correcta de aprender. Pero eso no sirve de nada si el receptor se queda con esa información y no hace nada. Tomar acción es fundamental

### **9 cosas que usted debe hacer al escribir sus comunicaciones:**

#### 1- Sea amable

- Evite ser brusco o vulgar, tanto si la información sea gratis o paga
- Póngase en el lugar de los receptores

#### 2- lea su mensaje antes de enviarlo

- Y si tiene dudas, espere el tiempo que sea conveniente
- Esto es aconsejable si está enfadado
- Usted debe reconsiderar en algunas ocasiones

#### 3- visualice a su receptor

- Piense como transmitir la información
- Qué decir para que tomen acción, que haga lo que usted pretende que haga

#### 4- produzca valor agregado

- En la comunicación escrita no hay voz, y, por lo tanto...
- Usted tiene que pintar con palabras lo que quiere decir
- Hacer cálido el mensaje y ofrecer algo que sea de interés del otro y que le sea difícil conseguir

#### 5- no recurra jamás al anonimato

- Comunique abiertamente, use frases directas, sea sincero y diga quien es usted y donde pueden conocerle mejor
- El medio mas fácil es el sitio web

#### 6- haga seguimiento

- No pierda el rastro de las personas que manifestaron interés en lo que usted vende
- Normalmente se requieren 5 a 7 mensajes antes de cerrar una venta
- Esto significa que si usted no hace seguimiento al potencial comprador (al menos 5 contactos) usted estará perdiendo mucho dinero en ventas

#### 7- tenga claros los objetivos que desea conseguir

- Es la única manera que usted puede comunicar con claridad

#### 8- sea rápido en responder los correos que reciba

- Lo ideal es contestar en el acto de recibirlo y si tiene que contestar la solución de un problema o aclarar una situación, tómese su tiempo para contestar pero que el mismo no exceda las 24 horas.

#### 9- Evite enviar spam

- Se trata del envío no solicitado de mensajes publicitarios, productos o servicios dudosos, listas de noticias no deseadas.
- Lo mejor es invitarlos a suscribirse y ganarse su confianza desde el principio.

#### **Conclusión.**

- Prepárese de acuerdo a su objetivo
- Personalice sus mensajes
- Evite responder “en caliente”
- Actitud y ambiente de trabajo adecuados
- Evite utilizar palabras hirientes
- Transmita la idea lo mas concretamente posible
- No confunda
- Utilice formas de cortesía simples y familiares
- Nunca, nunca, deje de escribir el “asunto”

### **No se meta con su público, sino entre en él**

**He aquí 9 conceptos a tener en cuenta al escribir textos de venta:**

## 1- persuasión no es coerción

Un correcto mensaje de venta no intenta forzar a sus lectores a que acepten algo que no creen o en hacer algo que no desean hacer.

El mensaje de venta intenta ofrecer información que necesitan saber a fin que deseen hacer lo que usted les pide que hagan.

## 2- Tacto

Otro aspecto a considerar es que la mente humana se resiste a renovar sus ideas, pensamientos y creencias y se revela contra todo aquello que sugiere necesidad de abandonar lo que se ha aceptado como definitivo.

Tacto es. Elección inteligente de los medios para atraer y adopción de la táctica que conviene según cada caso, cuidando evitar reacciones adversas.

## 3- lo común como base de coincidencia

Tiene que presentar el pensamiento principal con sentimiento y entusiasmo contagioso.

Para transmitir mensajes entusiastas por la red, usted tiene que conocer muy bien su producto, usarlo y comprobar por sí mismo los beneficios que ofrece su uso.

## 4- desarrolle el tema armónicamente

La claridad en la exposición es importante. El problema no se resuelve con poseer una gran cultura, sino con la destreza en establecer y simplificar lo que se dice.

Utilice hechos, imágenes o lógica básica para mostrar que su propuesta es correcta.

## 5- La repetición y la afirmación

A fuerza de oír la repetición de una cosa, la aceptamos y creemos. Piense... ¿por qué compra el público determinados medicamentos de venta libre? Es por la constante propaganda por la radio, televisión, diarios, etc. Que propalan su eficacia para curar determinadas dolencias.

## 6- El poder de la percepción

Si decimos a una persona que lea el aviso "Geniol quita el dolor de cabeza" lo creerá sin exigir prueba adicional, si no surge en su cerebro otra idea contradictoria.

Sugestión es conseguir que la mente acepte una idea sin dejarse dominar por otra que la contradiga.

Así entonces, hay que enfocarse en la percepción de su público.

## 7- Los valores

Es importante también considerar los valores de su público, esas cosas que ellos piensan son buenas o deseables.

Ejemplo: imagine organiza una colecta de dinero para realizar una campaña “evitar que se conduzca bebido y lograr detener a esos conductores”

#### 8- Orientación inteligente en la finalidad que persigue

Usted tiene que mostrar, hacer ver que sabe de lo que usted está hablando, que usted es digno de confianza, que usted cuida a sus clientes, y que usted cree en lo que está haciendo.

A propósito... si éstos NO son verdades para usted, quizás necesite, probablemente evaluar nuevamente lo que está haciendo.

#### 9- perseverar en el logro de lo que se propone

Una vez termine su mensaje, el trabajo recién comienza. Hay que hacerlo llegar a la mayor cantidad de personas posibles y si los resultados no son los esperados, hacer cambios en el mensaje hasta que funcione.

## **Conductas que hacen fracasar los negocios**

### **1- Trato a los clientes**

La única forma que usted puede construir un negocio exitoso es a través de hacer sentir importante a sus clientes.

Son comportamientos incorrectos:

- No responder llamadas telefónicas
- No responder el correo electrónico
- No contestar cartas
- No entregar las cosas que ha prometido
- No mirar al cliente cuando está hablando con él
- No atender rápidamente al cliente que espera

### **2- preparación adecuada al organizar una campaña**

Suele sucederle a muchos emprendedores que por falta de preparación, el caos llega a su empresa cuando organiza una campaña promocional. Eso le hace descuidar uno de los aspectos mas importantes: responder en el día a las personas que quieren oír mas sobre los productos o servicios que vende.

La mayoría de los comerciantes dedican grandes porciones de tiempo a la impresión de volantes, folletos y su distribución... y solo un fragmento de tiempo a planificar cada detalle del proceso.

Cuando decide ejecutar cualquier táctica de marketing, usted necesita considerar cada uno de los pasos del proceso y prever qué contestar a las respuestas que tenga y quien lo hará y como lo hará. Debe tener el presente el proceso entero.

### **3- beneficios del producto**

¿Usted todavía no sabe la diferencia entre CARACTERISTICAS y BENEFICIOS y continúa intentando vender características?

Es primordial que se entienda que un negocio, para cada uno de sus productos y servicios, necesita concentrarse en los beneficios que son de interés a los compradores –y no en sus características.

La mención de los beneficios es la que motiva a comprar ahora!

### **4- proporcione poderosas razones para que tomen acción**

Un error común es no proporcionar razones para que sus visitantes tomen acción inmediata.

Otro error común es decir “venga a nuestro negocio, somos los mejores y los mas grandes!”

Eso es motivador?

No lo creo!

### **5- compromiso y responsabilidad para actuar**

¿Cuántas veces ha intentado pedir mas información y le atiende un contestador automático?

El cliente quizás solo necesita algo básico. ¿por que debe dejar entonces el mensaje?

En las campañas de venta por Internet suele suceder algo parecido.

Muchas veces la respuesta no es inmediata y, cuando la reciben, no recuerdan por qué la enviaron.

Otro aspecto es que el interesado necesita que le pinten un cuadro de beneficios del producto.

Bien, entonces tiene que asumir el 100% de la responsabilidad del éxito o el fracaso al organizar una campaña comercial.