



Comunicación Efectiva

La manera en que comunicas es una clave vital en el contenido o información de todos tus materiales de comunicación para que funcione tu marketing y atraigas a clientes o Leads ideales. Debes tener una idea de lo que será tu Lead Magnet y si ya empezaste a crearlo, espera tantito y empecemos con el fin en mente... ¡De nuevo!

En primer lugar tu Oferta

Enfócate en tu oferta pagada - o sea el Fin. ¿Qué es?

- Taller
- Curso
- Programa
- Series
- Clases o Sesiones

Vamos a llevar a la gente de la A a la B

Si empiezas a ofrecer contenido sin pensar en cómo ir de A a B, estarás desperdiciando tu tiempo y energía en contenido que NO CONVIERTE a clientes que pagan.

Empieza con el Fin en Mente

¿Cuál es el FIN, el RESULTADO o BENEFICIOS que obtendrán tus clientes? Debes de tener claridad del resultado a nivel interno y externo. Sé específica.

FIN, RESULTADO o BENEFICIO	
A Nivel Interno	A Nivel Externo
Satisfacción, éxito Seguridad, confianza Valoración propia Inspiración y tiempo libre	Clientes ideales Estructura, orden y sistemas en tu negocio Mayores ingresos

Llevar el Mensaje

Ahora debes pensar cuál es el MEDIO para hacer llegar tu mensaje para llegar a tu oferta. ¿Cuál es el medio para llegar a tu oferta?

Piensa en cómo hacer para llegar al RESULTADO o sea tu OFERTA.

Ojo - ¡esto NO es tu oferta! Es cómo llevar a la gente hacia ella!

A través de:

- Mini programa de 2 semanas para bajar de peso en YouTube
- Serie de 3 Podcasts para aprender a conectarte con tu intuición
- Guía en PDF de 5 pasos para hacer Facebook Lives efectivos

El Freebie es el Medio

A través de tu Freebie llevas a los Leads a tu Oferta!

Explica cómo ir de A a B!

A Medio ES LA MANERA B Resultado Nivel Interno-Externo DE/PARA B Resultado Interno-Externo

Ejemplo:

“Aprende a Meditar En 5 Pasos” **ES LA MANERA** sencilla y efectiva **PARA** establecer una conexión interior que te da respuestas correctas, sin tener que estar frente a un gurú!”

Este párrafo es una creencia que tú creas

Úsalo en tu contenido para generar Tráfico y atraer Leads.

Haz el Ejercicio

¿Cuál es el FIN, el RESULTADO o BENEFICIOS que obtendrán tus clientes?

FIN, RESULTADO o BENEFICIO	
A Nivel Interno	A Nivel Externo

(A) El Medio es la manera (B) Resultado Nivel Int-Ext de/para (B) Resultado Int-Ext

Estructura en un párrafo:

Ahora que ya sabes cómo llevar a la gente de A a B, vamos a ver cómo atraer Tráfico y convertirlo en Leads con una Comunicación Efectiva.

3 Piezas Importantes

Sin importar lo que tú ofreces o tus servicios, debes de conocer cómo estructurar tu comunicación para que sea efectiva. Estas 3 piezas se usan para crear Tráfico y Leads en tus publicaciones y en tu Opt In y Landing Page.

Tu Landing Page y Opt In es una página que explica lo que estás promoviendo con un botón de acción

Opt-In o Landing Page

Encabezado

Título

Nombre

Email

Botón

3 Piezas de la Comunicación

GANCHO	ENCABEZADO	TÍTULO
<p>El gancho es donde todo empieza, es lo primero que se ve y que llama la atención</p> <p>Es lo que hace que alguien</p>	<p>Encabezado Opt-In o Landing Page</p> <p>Debe informar lo que es</p>	<p>El título del Lead Magnet Muy específico y claro Evita ser creativo, palabras rebuscadas o metáforas Diferente y Único</p>

<p>pare y lea tu información</p> <p>Lo que se ve en una publicación en Facebook o Instagram o en un Live</p> <p>Crea TRÁFICO</p>	<p>Habla de - resultado Incluye: Así que / Para que</p> <p>Habla de - problemas u objeciones Incluye: Sin / Aunque</p> <p>Crea LEADS</p>	<p>Habla de - resultado Incluye: Así que / Para que</p> <p>Habla de - problemas u objeciones Incluye: Sin / Aunque</p> <p>Crea LEADS</p>
--	--	--

GANCHO

Encabezado del Gancho

“Crear tu Lead Magnet primero, es lo peor que puedes hacer para crecer tu negocio”

El Gancho Explica el Problema

Si tú eres un coach o maestro debes saber que crecer tu negocio online quiere decir crecer tu base de leads. Desafortunadamente, la mayoría de los emprendedores caen en el costoso error de enfocarse en crecer el número de seguidores en redes sociales primero, sin antes conocer su Oferta y el Mensaje Correcto, por lo que acaban perdiendo meses y meses de tiempo creando contenido gratis que no les genera ingresos!

ENCABEZADO

Habla del Beneficio y del Problema

Usa - “así que, o para que” antes del Beneficio y “sin o aunque” antes del Problema.

Incluye números y tiempo si es posible para hacerlo más original y único.

Ejemplos:

1. Descubre cómo reinventar lo que haces actualmente (lo que vas a ENSEÑAR) para que puedas empezar tu negocio propio alineado con tu propósito de vida en 12 semanas (BENEFICIO) SIN tener que pasar por un proceso largo y costoso (OBJECCIÓN O PROBLEMA)

2. Finalmente, una manera comprobada que de hecho te enseña a no solo meditar, sino también a conectarte y recibir mensajes de tus guías espirituales (BENEFICIO) SIN tener que estar frente a un maestro o gurú (OBJECIÓN O PROBLEMA)

3. Una historia muy específica con un resultado muy específico.
Cómo una mamá que empezó a hacer un negocio de Home Schooling pudo generar \$30,000 al mes SIN tener que invertir más de \$10,000

Haz el ejercicio

- Descubre cómo _____ (lo que vas a ENSEÑAR) para que puedas _____ (BENEFICIO) SIN _____ (OBJECIÓN O PROBLEMA)

- Finalmente, una manera comprobada que de hecho _____ (BENEFICIO) SIN _____ (OBJECIÓN O PROBLEMA)

- Una historia muy específica con un resultado muy específico.
 Cómo una _____ pudo _____ SIN _____

TÍTULO

Habla de la Solución

Es **POR ESO** que diseñé este mini curso "Aprende a Meditar en 5 Pasos" **PARA** aprender a meditar y conectarte con tus guías espirituales **SIN** tener que estar frente a un gurú.

3 cosas que te ayudarán

Paso 1

Recuerda que para llegar al punto B que es la solución, debe de haber un error en el punto A. Algo está mal en el A porque no pueden pasar al B. No han tomado las acciones correctas para llegar a B y tener los resultados correctos.

Paso 2

Escribe las CONSECUENCIAS que se sufren por cometer esos errores
Muestra el precio que se paga. No solo en dinero, en salud, energía, tiempo, estrés, problemas, dificultades, etc.

Paso 3

¿Cuál es la CREENCIA que les causa que cometan los errores y trae consecuencias?

Aquí te doy algunos ejemplos:

CREENCIA	ERRORES	CONSECUENCIA
"Yo puedo sola"	Probar muchas maneras o productos que no funcionan. No pedir ayuda.	Pierdes meses en tiempo, energía, dinero y esfuerzo
"Necesito trabajar más para generar más dinero"	Mantenerte ocupada haciendo cosas que te sacan de emergencias, sin poner atención a lo importante.	No encuentras respuestas correctas Agotada y dudando de ti misma, exhausta y sin energía
"No tengo tiempo"	No poner atención en lo que en realidad importa, no invertir en tiempo de calidad	Estar peor que antes Sentir que no vales
"No me merezco"	Ayudar a otros antes que ayudarte a ti	Estresada, exhausta, sin energía Dejas de servir a la gente

"Estoy muy vieja o muy joven"	Quedarte en la zona de confort	que te necesita. Te sientes vacía.
-------------------------------	--------------------------------	------------------------------------

Ahora tu turno:

1. Escribe primero 5 Errores
2. Después escribe la Creencia o Pensamiento que causa este error, comportamiento, acción. Cuál es el pensamiento detrás del error.
3. Identifica la Consecuencia que hace que sigan cayendo en este error.

CREENCIA	ERRORES	CONSECUENCIA

Cómo mejorarlo

¿Cuál es la NUEVA CREENCIA, la MEJOR MANERA y el BENEFICIO si lo haces de esta mejor manera?

NUEVA CREENCIA	MEJOR MANERA	BENEFICIO
<p>Pido ayuda a los expertos</p> <p>Más tiempo no quiere decir más dinero Uso mi tiempo sabiamente Soy proactiva Hago el tiempo para las cosas importantes</p> <p>Me merezco lo mejor Soy y tengo lo suficiente Valgo más</p> <p>Estoy en el momento perfecto</p>	<p>Seguir un plan comprobado y una estrategia</p> <p>Dejar de correr y usar el tiempo sabiamente Poner orden y hacer un plan Tener un enfoque</p> <p>Pensar en ti primero y trabajar en ti primero</p> <p>Salir de la zona de confort Tomar acción</p>	<p>Crecimiento constante en tu TLC y tu negocio Aumento de ingresos</p> <p>Estar emocionada por los avances Más tiempo para disfrutar Tener inspiración y creatividad</p> <p>Auto estima elevada Con energía y entusiasmo Contenta Sentir que vales y que valen tus servicios</p> <p>Clientes ideales Satisfacción Emocionada Con aspiración a crecer</p>

Cada una de estas [Nuevas Maneras](#) puede ser un Lead Magnet

Ahora tú:

NUEVA CREENCIA	MEJOR MANERA	BENEFICIO

Haz la Prueba

Ya que llegaste hasta aquí, te voy a decir que dejes de hacer tu Lead Magnet y todo lo demás.

Antes de continuar, debes probar si vas por el camino correcto.

Entonces, hay que hacer una prueba. Necesitas preguntarle a todos tus conocidos, clientes, audiencia, a toda la gente posible. En email, Facebook, Instagram. Mándame un DM, o escribe un comentario, o haz click en el botón de abajo... Llamada de Acción (Call To Action).

Espero que algunas personas te contesten para poder probar que lo que estás haciendo es correcto. Si no contestan, siguen confundidos.

¡Hay que revisar lo que has hecho de nuevo!

Muchas _____ me han preguntado acerca de _____

Y he visto a muchos cayendo en el error de hacer _____

Eso está totalmente mal entendido o al revés. Entonces, estoy pensando

en crear un _____ gratis para poder

ayudar a personas como tú a _____.

¿Estarías interesado?
Por favor contesta

Sí No

Comunicación Efectiva en 9 Pasos

1. Identifica tu Oferta
2. Lleva de la A a la B
3. Empieza con el Fin en Mente
4. Lleva el Mensaje con el Medio Correcto - Tu Freebie
5. Describe qué es tu Freebie o Lead Magnet claramente
6. Escoge tu Gancho, Encabezado y Título
7. Investiga las Creencias, Errores y Consecuencias
8. Ve cómo se puede mejorar con una Nueva Creencia, Mejor Manera y Beneficio
9. Haz la prueba!!

Se requiere de concentración, enfoque y algo de tiempo para estructurar tu comunicación efectiva, pero cuando la tienes, es clave para atraer TRÁFICO, LEADS Y CONVERTIR CLIENTES!!

Vale la pena!!

Buena Suerte!

Lety Martínez

Intuitive Soul & Business Mentor