

# 11ª CASILLA EXPANDE TU DON

**COMPROMISO**

**- Punta Blanca: COMPROMISO**

## Introducción

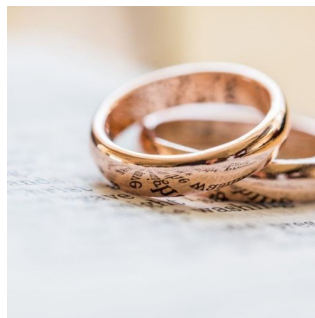
- ❖ El principal problema que tenemos es que nos comprometemos con todo y con todos menos con nuestro proyecto.
- ❖ Anteponeamos las necesidades de los demás antes que las nuestras.
- ❖ Vinimos a cumplir con nuestra misión , no a casarnos, tener hijos, ser ama de casa, atender a la familia a desvivirnos por los demás, etc.

**¿Estás casada o tienes pareja? ¿Divorciada? ¿Divorciada y después con pareja? ¿hijos?**

**¿Eres feliz con la vida que has construido?**

- **Estás aquí por una razón: NO HAS LOGRADO SER FELIZ O NO HAS CONSEGUIDO HASTA LO QUE QUERÍAS.**

Compaginar las relaciones personales, familiares o de pareja con vuestro propósito ha resultado más complicado de lo que os pensábais.



Y esto es debido a que anteriormente construiste tu casita sin una base sólida. No había buenos cimientos.

## ES PORQUE HAS ADQUIRIDO COMPROMISO EN EL LUGAR EQUIVOCADO

- **La palabra COMPROMISO**→ Proviene del latín “**compromissum**” y su significado es “Palabra dada” o “responsabilidad u obligación”. El “**compromissum** era un acuerdo para cumplir con la adjudicación de un árbitro. Con- Promissus Con- Promesa.

**Deducimos entonces que COMPROMISO es, un contrato de responsabilidad que conlleva una promesa.**

Si conoces mi historia sabrás que yo me comprometí en lugares equivocados. prometí ser fiel a mi marido y pasar el resto de mi vida con él, hasta que la muerte nos separe. Prometí a mi padre que tendría un buen puesto de trabajo por mis estudios o una carrera. Prometí cuidarme para no enfermarme y sostenerme en todo momento. **NADA DE ESO CUMPLÍ PORQUE EMPECÉ POR EL LUGAR EQUIVOCADO. CONSTRUÍ MI CASA POR EL TEJADO.**



## PRIORIDADES

**La importancia reside en hacer el llamado, tu misión, antes que comprometerte con lo/s demás...**

### CAMBIAR DE PRIORIDADES

- ★ Las mujeres empresarias de éxito lo hace:
  - 1- Conectan con su propósito y lo expanden
  - 2- Incluyen a todo el mundo a su vida; pareja, familia, etc.

**No importa que tu hayas creado algo antes, ahora vas a empezar a crear a partir de esa casita pero dando prioridad a tu proyecto, tu propósito de vida.**

### ¿CÓMO LO HACEMOS?

**Cambiando de prioridades→ adquiriendo COMPROMISO con tu PROYECTO.**

TU DON→ TE LLEVA A TU PROPÓSITO.

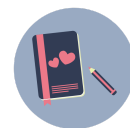
TODO LO QUE HAS IDO DESCUBRIENDO EN LAS DEMÁS CASILLAS (Acuerdos, pactos, alma, conocimiento, etc) TE AYUDARÁ A IR DESCUBRIENDO PASO A PASO.

### ESTO ES EL CAMINO DEL AUTOCONOCIMIENTO



### PARA, REFLEXIONA y ANOTA

**No avances si no tienes las respuestas a estas preguntas**



### ¿Con qué te comprometes?

Di con qué estás comprometida ahora. Observa en qué te comprometiste en el pasado y si te ha servido. ¿Lo cumpliste? ¿Te hizo feliz? Escribe qué es lo que te hace feliz ahora y te comprometerías hasta lograrlo.

## ¿Qué prioridades tienes ?

De todas las cosas importantes de tu vida di cuál es tu prioridad principal. Haz una lista de todas las cosas importantes para tu y ordénalas por orden de prioridad. ¿Está tu proyecto el primero de la lista?

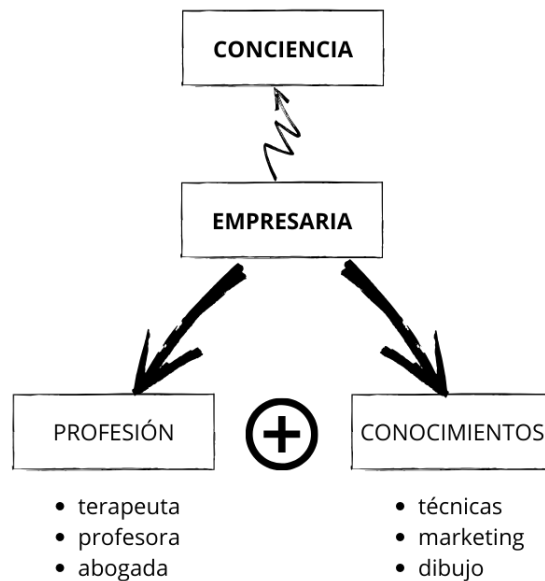
# NO ERES "TU PROFESIÓN", ERES...

Tú no eres tu profesión, no eres tus conocimientos...

...eres tu experiencia, eres tu consciencia, eres lo que tienes en tu yo interno.

Todo lo que vives y experimentas a través de los medios (profesión, conocimientos, etc) es tu CONCIENCIA, TU YO INTERIOR Y SUPERIOR A LA VEZ.

★ Una mujer empresaria de éxito trata de encontrar esta definición en su negocio y APLICARLO.

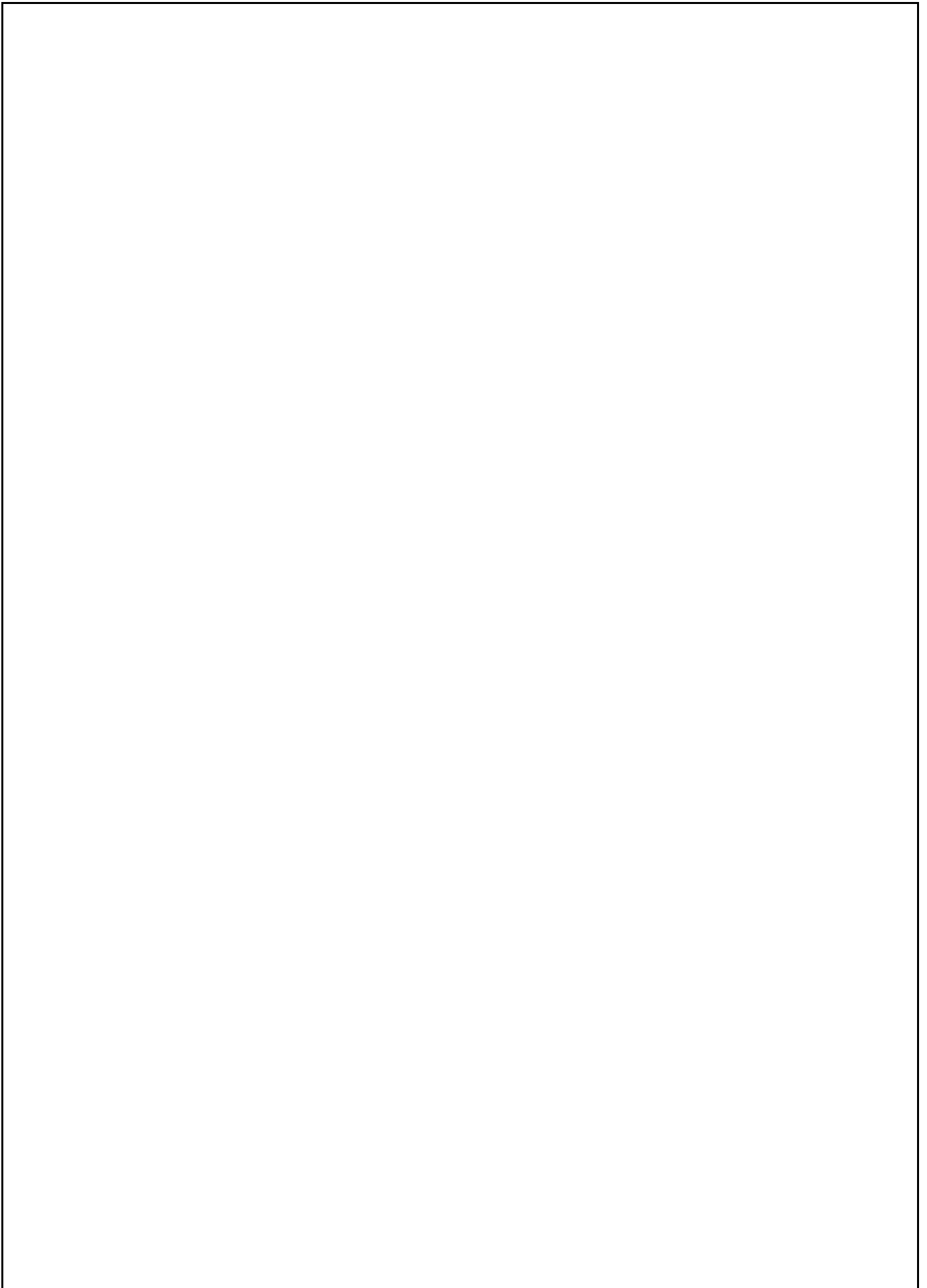


**PARA, REFLEXIONA y ANOTA**  
No avances si no tienes las respuestas a estas preguntas



## ¿Cuál es tu profesión?

Describe cuál es tu profesión con todo lujo de detalle. Si has tenido más de una descríbelas también. No te dejes nada. No tengas prisa, es importante para poder fusionarlo con tus conocimientos.



## ¿Qué conocimientos tienes?

Describe todos los conocimientos fuera de tu profesión, que has obtenido durante toda tu vida. escribe también todas las habilidades que has ido adquiriendo: técnicas, marketing, etc..

## EL MENSAJE

**¿Qué es lo que quiero transmitir?**

**¿Cómo? ¿desde dónde?**

**¿Por qué? ¿Para quién?**

Son preguntas que te ayudan a desvelar "tu mensaje" y entregarlo al mundo.

**¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué? ¿Para Quién?**

- Recupera las respuestas del MAPA DEL TESORO en la casilla 3 y te ayudará a expandir el mensaje.
- Recupera Tu Bio (tu historia)
- Recupera Tu segmento y cliente ideal
- Recupera anteriores casillas que creas que te han desvelado algo importante.

**Y lo más importante ¿desde dónde?**

**Para entregar bien TU MENSAJE debes entregarlo desde dentro hacia afuera.** Es decir, céntrate en lo que has venido a entregar y no en lo que esperas recibir o conseguir (ventas, aprobación, caer bien, que estén contentos, etc)



**¿Para quién es el mensaje?**

- Dirígete a tu cliente. Elegiste un segmento, a alguien en concreto; sexo, edad, etc...

**¿Qué les interesa?**

- Observa de la lista de problemas, el dolor principal. De la lista de deseos identifica lo que están buscando y que solución quieren.

**¿Dónde está?**

- Estudia a tu cliente; dónde suele buscar la solución. Offline, Online, etc. Busca con exactitud.

**¿Cuándo tendrá el beneficio?**

- Organiza y planifica cuando puedes darle la solución, tu lanzamiento. Fecha de cuando podrás atenderle, de cuando estará disponible tu solución.

**¿Por qué debería comprarte a ti?**

- Haz una lista de por qué debería comprarte a ti o pedir tus servicios y no a otra persona. ¿Qué te diferencia de los demás?

**¿Cómo tiene que hacerlo?**

- Dile cómo tiene que comprar o adquirir tus servicios. ¿Cómo debe usar tu producto o servicio?

**Habla en el mismo idioma, palabras clave, atrayentes según tu segmento.**

**¿Para quién es el mensaje?**

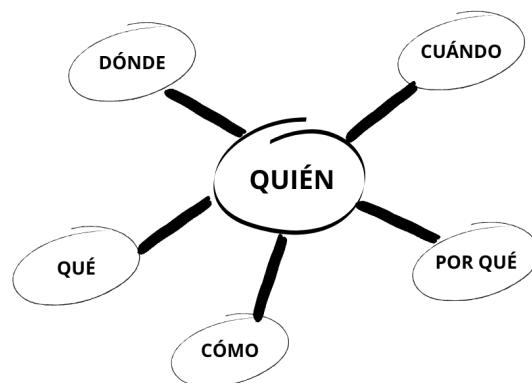
¿Qué les interesa?

¿Dónde está?

¿Cuándo tendrá el beneficio?

¿Por qué debería comprarte a ti?

¿Cómo tiene que hacerlo?



**Título** → Llamada a la Atención  
"TITULARES"

**Atención** → **Interés** → **Deseo** → **Acción**

↓  
Es la  
**PROTAGONISTA  
ESTELAR**

Si consigues que se paren y pasen tiempo en ti y presten **atención** les genera **interés** y del interés al **deseo** y después toman **acción**



## EJEMPLOS

- Los 10 trucos de ..... que harán tu vida más fácil
- La gran verdad sobre.....
- Deja de ser un ..... (video de lo que necesita ver)

Textos adaptados:

- Cómo tener (lo que le ofreces) incluso (condiciones del clientes por la que cree que es imposible obtener eso)
- Claves (beneficio) para (lista de problemas, describe a tu cliente).

**NO ABUSES DE ADJETIVOS, COMBÍNALOS CON VERBOS.** Siempre que puedas sustituye los adjetivos por verbos.

Revisa tus textos. Puedes observar los textos más importantes de la historia como ejemplo:

- ★ Discurso de Lincoln en Gettysburg
- ★ La Declaración de la Independencia de Jefferson

Escribe unos cuantos ejemplos que se te ocurran más que pudieras incluir en tu proyecto.

## Más maneras de transmitir tu mensaje:

- ❑ **Simbología (colores, objetos, etc)**
- ❑ **Himno (canción)**
- ❑ **Dar al público lo que necesitan (emociones)**
- ❑ **Trabajo muy duro (darlo todo)**

## EJEMPLO:

Serie TV "La Casa de Papel":

- **Simbología:** Careta de Dalí, color rojo.
- **Himno:** "Bella Ciao"
- **Dar al público lo que necesitan:** Intriga, suspense, emociones, personajes..
- **Trabajo muy duro:** Superando desafíos, condiciones extremas...



## TE RECOMIENDO QUE VEAS "EL FENÓMENO DE LA CASA DE PAPEL"

¿Se te ocurre o tienes idea de cómo transmitir tu mensaje como el ejemplo que te he puesto? Aunque no tengas muchas ideas aún rellena esta tabla, a ver qué sale.

**Simbología (colores, objetos, etc)**

**Himno (canción)**

**Dar al público lo que necesitan (emociones)**

**Trabajo muy duro (darlo todo)**

## Introducción

### Tómate tiempo para PENSAR; la tarea más difícil

→ La mayoría de personas trabajan más las **TÉCNICAS O TÁCTICAS** pero no la **ESTRATEGIA**.

Cuando se tienen las herramientas adecuadas hay que combinarlas y ponerlas en orden y tiempo correctos.

A la persona que no le funciona y le va mal es porque trabaja sólo desde la TÁCTICA. Ejecuta sin pensar

A la persona que le va muy bien, trabaja primero la ESTRATEGIA, después usa la TÁCTICA y ejecuta.

**Esto no quiere decir porque no funcione la estrategia es porque no sepas hacerlo. Es cuestión de ensayo-error y sobretodo CONECTAR con aquello en lo que expandes.**

**ADOPTA LA INFORMACIÓN Y ADAPTALO A TU NEGOCIO. Usa la IMAGINACIÓN.**



## HACER CRECER TU NEGOCIO



Identifica todas las partes que intervienen en el proceso y **OPTIMÍZALAS**

**1º- Identifica todas las partes que intervienen en el Ciclo de Venta de tu Negocio:**



**2º- Dívidelas en partes más pequeñas**

**3º- Comprobar que esa estrategia te lleva a obtener el resultado que deseas.**

**Identifica todas las partes que intervienen en el Ciclo de Venta de tu Negocio**  
*Ejemplo: Mujeres con propósito, necesito para el marketing y la publicidad: Facebook e Instagram ads, para tener contactos: active campaign, mail. Proceso de venta: estrategia de reto, taller y curso. Repetición: remarketing.*

**Dívidelas en partes más pequeñas.** Puedes hacerlo por bloques

<i>Bloque 1 Ejemplo: Facebook imágenes, textos, etc,</i>	<i>Bloque 2 Ejemplo contacto: lista asistentes a los retos</i>	<i>Bloque 3 Ejemplo contacto: lista asistentes a los taller</i>	<i>Bloque 4 Ejemplo proceso de venta: Material retos, cursos, etc</i>	<i>Bloque 5 Ejemplo repetición: con los contactos hacer remarketing siguiente lanzamiento</i>
--	--	---	---	---

**Comprobar que esa estrategia te lleva a obtener el resultado que deseas.**  
**¿Qué resultados tienes? ¿Te ayudan los bloques a obtener lo que quieres?**

## Proceso

1. **Marketing y Publicidad:** Medio por donde te empiezan a conocer.
2. **Contactos (Leads):** Lista de personas interesadas.
3. **Proceso de Ventas:** Filtras a los contactos en posibles compradores o no:
  - Entrar en contacto
  - Pre-seleccionar
  - Lanzar una propuesta
  - Demostrar
  - Eliminar riesgos
  - Cerrar venta
  - Seguimiento

EL MARKETING ES LA PARTE MÁS IMPORTANTE; **LA GENTE COMPRA A PERSONAS QUE CONOCEN. Si no te conocen NO COMPRAN.**



Intenta crear tu proceso de venta

**Entrar en contacto ¿por dónde?**

**Pre-seleccionar ¿En qué punto están tus clientes?**

**Lanzar una propuesta**

**Demuestra que tu producto tiene resultados**

**Elimina Riesgos con garantía de devolución u otra**

**Cierra venta (oferta, tiempo, etc)**

**Seguimiento ¿cómo lo harás?**

## **Expresión Única**

- ★ **SOLUCIONAR UN PROBLEMA**
- ★ **MEJORAR LO QUE YA EXISTE**
- ★ **MODELAR A LAS PERSONAS DE ÉXITO**

La manera de expresarlo de forma única es hacer algo que nadie más haga en el mundo. Que nadie lo **HAGA COMO TU**. Basado en sus **NECESIDADES**, nunca las tuyas.

### **TU PROPUESTA DE EXPRESIÓN ÚNICA DE GRAN VALOR**

La clave está en el VALOR. Cuanto más VALOR aportes más resolverás el problema y estarás dando una GRAN SOLUCIÓN a sus NECESIDADES → Venta.



¿Cuál es tu propuesta de expresión única de gran valor?

## El Gran Secreto

**NO TE VOY A VENDER, TE QUIERO AYUDAR ¡y lo voy a lograr!**

Tan solo tienes que anteponer las **NECESIDADES** del cliente a las tuyas.

Si piensas en ti más que en los demás transmitirás el mensaje desde fuera adentro; esperarás algo del cliente. En cambio si piensas en el cliente el mensaje sale de dentro hacia afuera entregando lo mejor de ti.

**NO VENDAS, SIRVELES. El cliente está bajo tu PROTECCIÓN.  
ERES UN CANAL DEL UNIVERSO. Estás para servir a la humanidad.**

**TU NO QUIERES CLIENTES. TU QUIERES FANS INCONDICIONALES, PERSONAS QUE TE AMEN TANTO COMO TÚ LES AMAS A ELLOS.**

**Los Fans**→ seguidores incondicionales (Es aquel que comprará aquello que produzcas)      **Cliente ideal**→ es el que **COMPRA**.



¿En qué crees que puedes servirles? Haz una lista de lo que puedes ofrecer. Ojo ofrecer, no vender

## La Prueba Irrefutable

- ★ **Pruebas Específicas:** Estudios científicos, personas famosas, tus propios resultados.
- ★ **Prueba Social:** Personas que usan tu producto, testimonios.

### TODOS ELLOS CON RESULTADOS PROBADOS

Si puedes demostrar que tus semejantes lo usan y que se integran más que consumen o usan tu producto y que no se equivocarán comprando tu producto; generarás clientes potenciales.

Debes ser capaz de **DAR RESPUESTAS A LAS OBJECIONES**

**DAR GARANTÍA**→ Una **OFERTA** que no podrán rechazar, eliminando todos los **RIESGOS**.

Un paso más allá→ **DEVOLVER EL DINERO** si no están satisfechos

**TIENE QUE SER REAL Y SINCERA. Debes cumplir con ella.**

Escribe cuáles son las objeciones que tendrás que responder a tus clientes

<i>Objeción</i>	<i>Respuesta</i>



## El jardín

- No vayas en busca de las mariposas, **CREA UN JARDÍN**
- En este jardín plantarás las **FLORES** que les gusta a las mariposas.
- **Para crear el jardín:**
  1. conocer a la mariposa y saber qué flores le gustan
  2. Aprender a plantar y cuidar esas semillas para que crezcan las flores
  3. Ser buena en hacer que se detengan captando su atención y cogerlas.

**TU JARDÍN**→ web, redes sociales, blog, emails

**LAS FLORES**→ Contenido

**LAS MARIPOSAS**→ Clientes

Las personas (mariposas) entran a INTERNET (jardín) por **3 RAZONES:**

1. **Conectarse con otras personas**
2. **Informarse**
3. **Entretenerse**

**TIENES QUE SABER CUÁL DE LAS TRES ES LA BASE DE TU NEGOCIO. LA ESTRATEGIA DEPENDERÁ DE ELLO.**



Crea tu Jardín

**¿Cuál es tu jardín?**

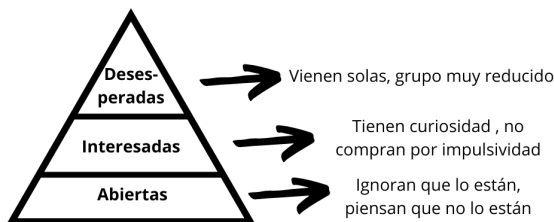
**¿Cuáles son tus flores?**

**¿Quiénes son tus mariposas?**

## Mariposas adecuadas

### Tipos de mariposa según su interés

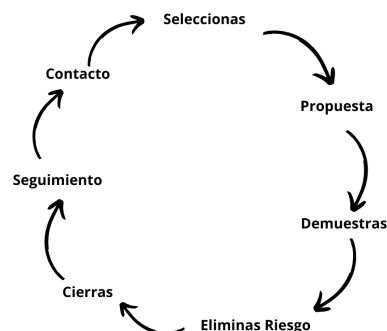
**TIENES QUE APRENDER A LLAMAR LA ATENCIÓN Y PERSUADIR.** Hoy en día las mariposas desesperadas son escasas y se acaban porque **COMO TU HAY MUCHAS PROFESIONALES.**



**EL PROBLEMA NUNCA ES EL PRECIO** → El que viene por el precio, por el precio se va a ir. Pero quien viene por **VALOR**, se **QUEDA**. LAS MARIPOSAS COMPRAN PORQUE CONOCEN TU JARDÍN y CÓMO CUIDAS TUS FLORES.

### Ve a donde esté el dinero con las mariposas adecuadas. Pasos:

1. Contacto, saludas
2. Seleccionas, observas en que punto está y si está lista.
3. Haces la propuesta y le demuestras
4. Eliminas riesgos y cierras
5. Seguimiento, encuesta de satisfacción.



Reformula la tabla anterior sobre el proceso de ventas, partiendo de la nueva información

**Entras en contacto ¿por dónde?**

**Pre-seleccionas ¿En qué punto están tus clientes?**

**Lanza una propuesta**

**Demuestra que tu producto tiene resultados**

**Elimina Riesgos con garantía de devolución u otra**

**Cierra venta (oferta, tiempo, etc)**

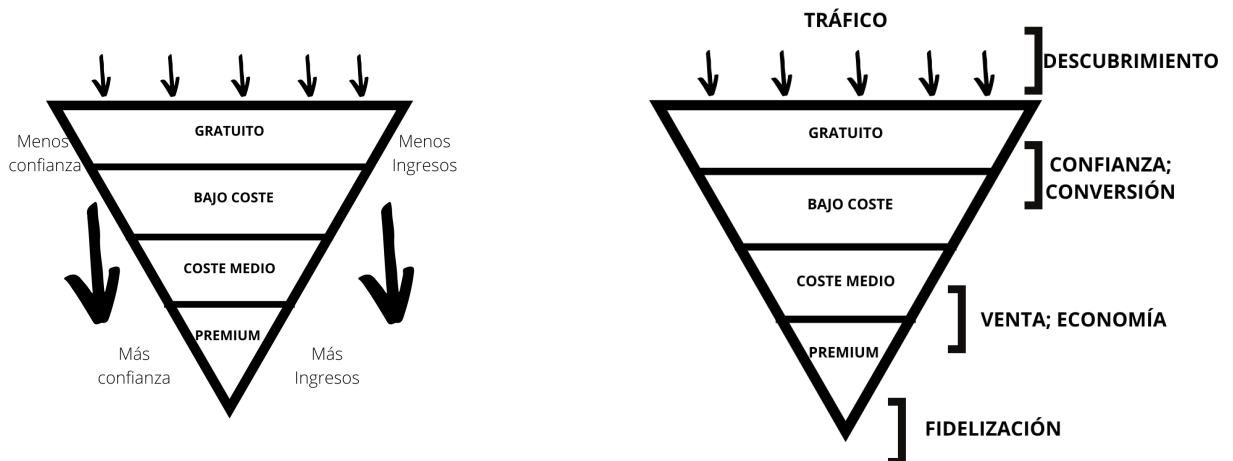
**Seguimiento ¿cómo lo harás?**

## Embudo de ventas

- Es una representación gráfica de la estrategia desde que el cliente te conoce hasta que compra tu producto.
- Parte de arriba → GRATUITO es por donde te conocen, aún no hay confianza ni ingresos.
- SUBE EL VALOR → sube la confianza y los ingresos, van bajando el embudo.

### ETAPAS

1. **Descubrimiento:** Es la parte gratuita, atención e interés.
2. **Confianza:** Empiezan la conversión económica, más confianza.
3. **Venta:** Generan ventas mayores, sube la economía y la confianza. Mayor coste
4. **Fidelización:** Al terminar el proceso siguen, compran más productos, más boca oreja, mantiene la confianza y economía.



Empieza a pensar en tu embudo de ventas

**Gratis:**

**Bajo Coste:**

**Coste Medio:**

**Premium:**

## Ingresos extras

- ❑ **Venta Cruzada**
  - **Productos complementarios:** libros, material, inciensos...
  - **Servicios:** clases de refuerzo, cursos para profundizar.
  - **Servicios a futuro después del primer servicio o producto:** Nivel 2
- ❑ **Ingresos Pasivos**
  - **Son los que recibes sin trabajar, en piloto automático:** APP, tienda online, curso online.
- ❑ **Colaboración**
  - **Equipo maestro:** con quien puedes colaborar, como puedes generar más ingresos, que puedes mejorar.
  - **Expansión:** Agranda tu embudo
  - **Afiliación:** Ingresar dinero programa de afiliados.



Empieza a pensar cuáles serían tus ingresos extras

**Venta Cruzada:**

**Ingresos Pasivos:**

**Colaboración:**