

18ª CASILLA MÓDULO III Y IV

TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS

- Sexto Bloque: EXPANSIÓN

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 tienes 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:
 - Entrás en contacto
 - Pre-seleccionas
 - Lanzas una propuesta
 - Demuestras
 - Eliminas Riesgos
 - Cierras 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

Entrás 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?

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!

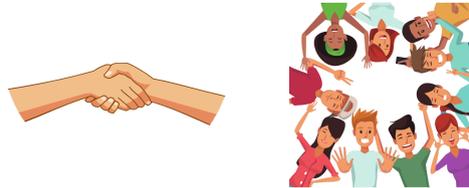
Tan solo tienes que anteponer las **NECESIDADES** del cliente a las tuyas.

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 PRBADOS

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?

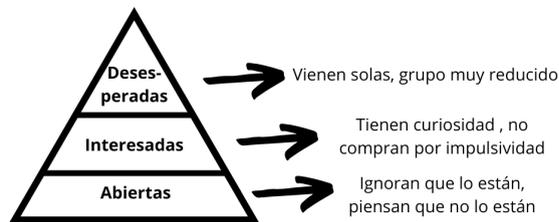
¿Cuáles son tus flores?

¿Quiénes son tus mariposas?

Mariposas adecuadas

☐ Tipos de mariposa según su interés

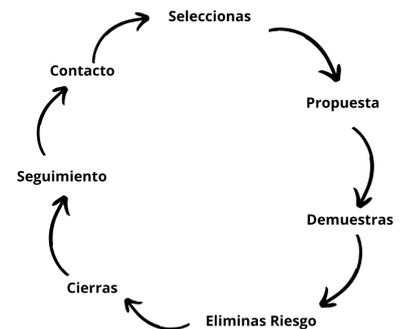
TIENES QUE APRENDER A LLAMAR LA ATENCIÓN Y PERSUADIR. Hoy en día las mariposas desesperadas son escasas y se acaban porque **COMO TU HAY MUCHAS PROFESIONALES.**



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)

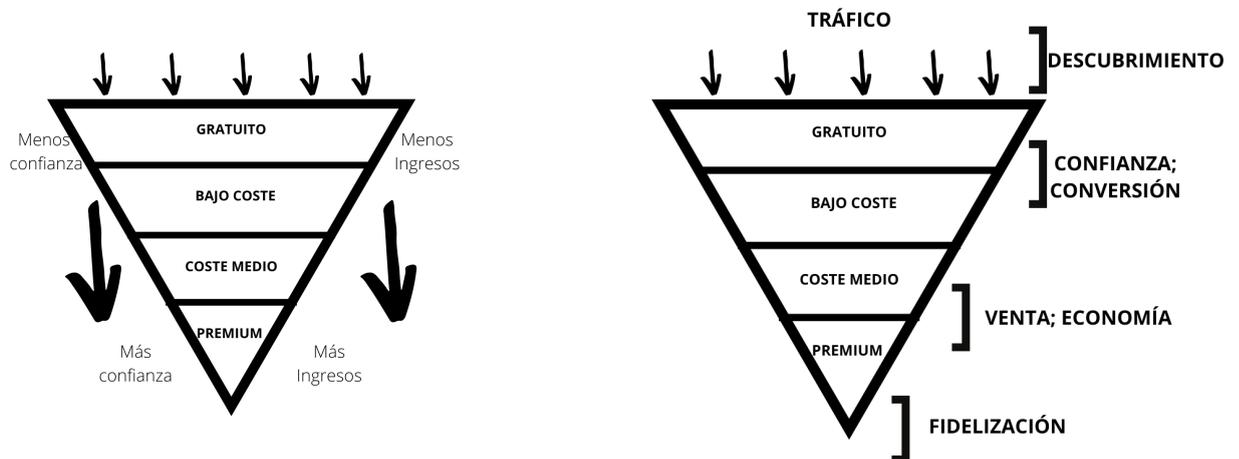
Seguimiento ¿cómo lo harás?

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:

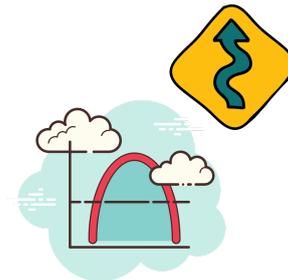
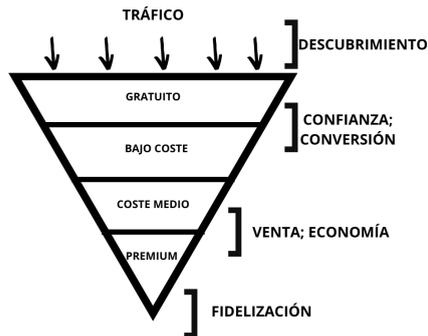
LA LLAVE

Estrategia marketing

Una buena estrategia **es la llave que te abre las puertas a negocio exitoso**. Para ello es necesario pasar tu curva de aprendizaje. ¿Qué es eso? Pues es la **prueba de ensayo y error**. Hasta que aciertas.

¿Cómo sabemos que tenemos una buena estrategia de marketing? Con los resultados:

Las conversiones



De tu embudo de la casilla 11 piensa en cómo puede llegar a ser una conversión

Parte del embudo	Conversión
<i>Vídeos en directo de cómo emprender con éxito</i>	<i>Compran mis libros</i>