

3 Tácticas Poderosas Para Conseguir Más Clientes Con Menos Esfuerzo

El Secreto del Anuncio Perfecto

3 PASOS

- ✓ Selecciona el Producto Adecuado
- ✓ Crea un Anuncio Irresistible
- ✓ Atrae Solo el Tráfico Ideal

Selecciona el Producto Adecuado

Para **no**...

Gastar a ciegas

Perder tiempo

Esforzarte de más

¿Conoces a tu
Cliente?

Ejercicio:
Crea "Personas"

¿Quiénes son?

Ejemplo:

Martha tiene 24 años y vive en San Antonio. Estudió diseño industrial en UTSA y se dedica a diseñar cocinas usando Autocad. Le gusta jugar tenis y a cada rato sube fotografías de sus jugadas a Instagram desde su iPhone 6. Disfruta caminar en los parques en las mañanas y tomarse un Starbucks cuando termina. Usa tarjetas de crédito por que le da miedo cargar con efectivo y generalmente se mueve en su propio carro.

Piensa en 3 "Personas"
Para Cada Producto

Lograrás...

- ✓ Hacer un mejor producto
- ✓ Vender más fácil
- ✓ Comparar el éxito entre productos

¿Necesito Anunciar?

Como Crear un Anuncio Irresistible

Es necesario por que:

Si **no** es llamativo, no hay clics

Si **no** hay clics, nadie te compra

Si **no** hay compras, no hay negocio

El **Título** es la pieza
más importante



“En promedio, cinco veces más personas leen el título que los que leen el texto. Cuando ya escribiste tu título, has gastado ochenta centavos de tu dólar.”

– David Ogilvy

El propósito del título
es **ATRAER** la atención
de Prospectos Calificados

¿Cómo?

4 Ejes de
la Venta

- Necesidades
- Deseos
- Placeres
- Miedos

NECESIDADES

Ejemplos:

- Necesito perder peso
- Necesito un carro
- Necesito un hogar

DESEOS

Necesito un carro

- Quiero un carro deportivo con interiores rojos
- Quiero una camioneta alta con 8 bolsas de aire
- Quiero un Mercedenz Benz del año

PLACERES

Necesito un carro

Quiero una camioneta alta con 8 bolsas de aire

Placeres (¿Por Que?):

- Por que me gusta subir a la montaña
- Por que no me gusta batallar con los baches
- Quiero estar seguro al manejar

MIEDOS

1. ¿Que pasa si eso no sucede? - Largo Plazo
2. ¿Por qué no han obtenido su meta aún? - Corto Plazo

MIEDOS

Placer: Quiero estar seguro al manejar

Largo plazo:

- Me da miedo tener un accidente automovilístico
- Me da miedo que me asalten
- Me da miedo quedarme atorado a medio río

Necesito un carro -> quiero una camioneta alta con 8 bolsas de aire...

MIEDOS

Placer: Quiero estar seguro al manejar

Corto plazo:

- No tengo tiempo de ir a la agencia
- No me alcanza el dinero
- No quiero gastar tanta gasolina

Resume cada miedo y placer en una palabra:

"Me gusta subir a la montaña" -> *aventura*

"Quiero sentirme seguro al manejar" -> *protegido*

"Me da miedo tener un accidente automovilístico" -> *peligro*

"Me da miedo que me asalten" -> *inseguridad*

"Me da miedo quedarme atorado a medio río" -> *abandonado*

"No tengo tiempo de ir a la agencia" -> *tardado*

"No me alcanza el dinero" -> *costoso*

"No quiero gastar tanta gasolina" -> *ineficiente*

FÓRMULA

PLACER + *sin* + MIEDO

PLACER *sin* MIEDO

aventura *sin* peligro

seguridad *sin* gastar

más PLACER +
menos + MIEDO

más espacio menos combustible

más aventura menos riesgo

El Anuncio Perfecto

1. Llama su atención

2. Haz una conexión

3. Promete Algo

1



2

Más Clientes, Menos Esfuerzo!

www.academiafb.com/curso

3

Haz Click Aquí Para Aprender Los Secretos Que Los Expertos Usan en Redes Sociales.

Si lo haces bien...

- ✓ Atraes solo a la gente apropiada
- ✓ El cliente sabe que esperar
- ✓ Aumentas drásticamente tu tráfico

Lleva tu Anuncio al
Público **Ideal**

sin el público ideal:

El anuncio no sirve de nada

Bajarás tu calificación de pertinencia

Tu imagen se verá afectada

Opciones de Segmentación

- Lugar
- Datos Demográficos
- Intereses
- Comportamientos
- Conexiones
- Públicos Personalizados

Accesorios Para Jugadores de Tenis

- San Antonio
- Mujer, 23-28 años
- UTSA, St. Mary's, Art Institute
- iPhone 6s, iPhone 6s+, iPhone 6
- Starbucks, Teavana
- Wilson, Babolat, Head

Lograrás...

- ✓ Bajar el costo de tus anuncios
- ✓ Aumentar tu factor CTR
- ✓ Tener un público reutilizable

ENFOQUE DE LOS ANUNCIOS

Opciones de Segmentación

Lugar

Llega a personas de ciudades, países o comunidades importantes para tu negocio. **Por ejemplo:** si tienes un negocio local, puedes mostrar tus anuncios a personas que se encuentren cerca de tu establecimiento.

Comportamientos

Busca a personas en función de su comportamiento de compra, el uso que hacen de su dispositivo u otras actividades. **Por ejemplo:** si vendes un producto por internet, puedes llegar a personas que hacen compras por internet seguido.

Datos demográficos

Elige al público de tu anuncio en función de datos demográficos como la edad, el sexo, la formación académica, etc. **Por ejemplo:** puedes crear diferentes anuncios para atraer a diferentes grupos de edad o sexos.

Conexiones

Llega a las personas conectadas a tu página, evento o aplicación, así como a sus amigos. **Por ejemplo:** puedes promocionar tu evento mostrando anuncios a los amigos de los seguidores del evento.

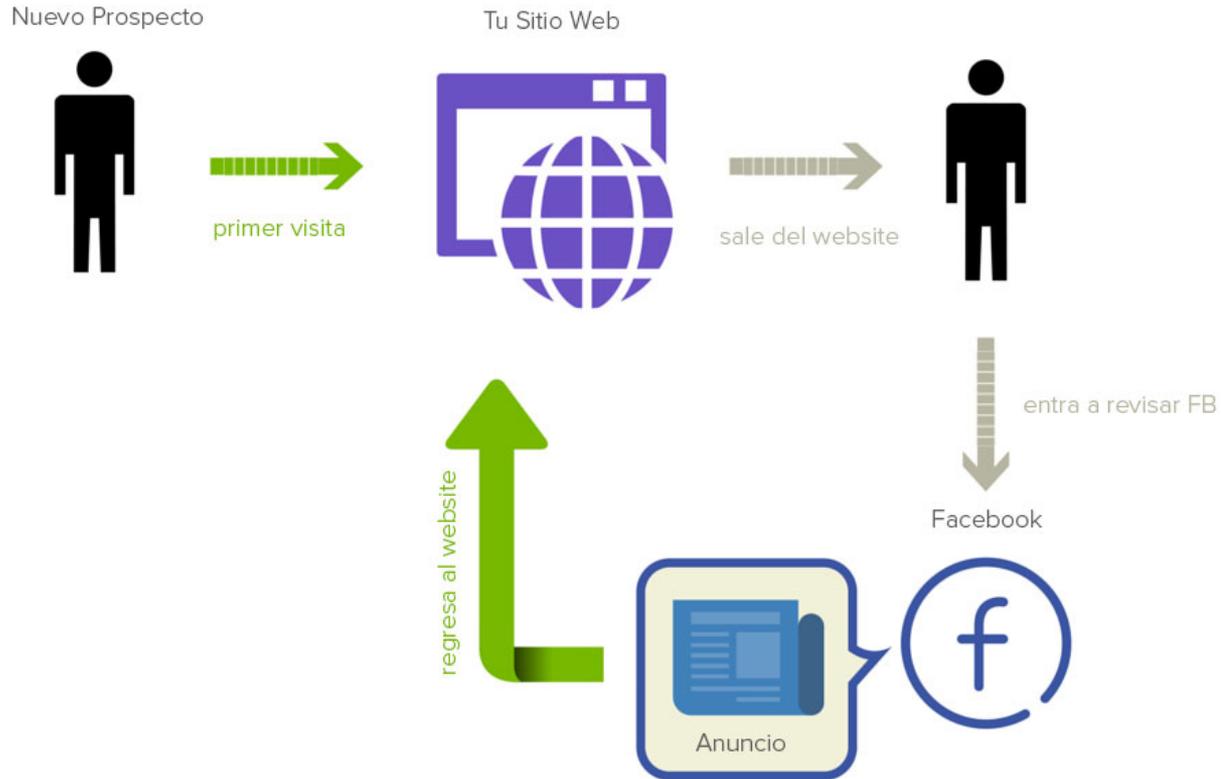
Intereses

Llega a personas en función de sus intereses, sus pasatiempos y las páginas que hayan indicado que les gustan. **Por ejemplo:** si vendes utensilios de cocina, puedes dirigirte a personas que hayan especificado que les gusta la cocina, así como los programas de cocina o los sitios web de recetas.

Públicos personalizados y similares

Veremos más a detalle los públicos personalizados y similares más adelante en otro episodio.

RECUPERA EL TRÁFICO PERDIDO



USA EXCLUSIONES



PÚBLICOS SIMILARES

RESUMIENDO

- El Secreto del Anuncio Perfecto
- Como Recuperar tus Visitas
- Públicos Similares