

Diplomado de Marketing Digital
y Ventas Por Internet

Módulo 3: Imanes de Prospecto
Introducción



IMANES DE PROSPECTO

Seguramente estás consciente de que no todas las personas que te ven, compran a la primera. De hecho, aunque no lo creas las personas que sí te están comprando a la primera son sólo alrededor del 3% del total de personas que te van a comprar eventualmente. El resto quizá necesita saber más sobre el producto, quizá necesita saber más sobre tu negocio, quizá necesita ver que otras personas confían en ti.

Hay muchas razones por las cuales las personas no compran en frío, pero de algo sí estamos seguros: si creas una relación con la persona primero, aumentas drásticamente las probabilidades de cerrar la venta.

Una excelente manera de crear esa relación es usando imanes de prospecto. Un imán de prospecto es algo de contenido de valor que tú ofreces a una persona a cambio de sus datos. Ellos se registran para recibirlo y tú se los das de forma gratuita.

Esto puede ser una guía para simplificar algo, un checklist de los pasos más comunes para lograr un objetivo, un webinar o una clase en línea donde les ayudas a aprender sobre un tema, e incluso un seminario presencial.

El imán de prospecto logra tres objetivos principales:

1. Tus clientes potenciales reciben algo de valor, están agradecidos y están mejor informados sobre el tema.
2. Te consideran como un experto o conocedor del tema (y creas confianza)
3. Obtienes sus datos para poder darles un seguimiento personalizado.

Si se cumplen esos tres objetivos, se empieza a crear esa relación con tu cliente potencial y - para cuando haces tu propuesta - ya saben quien eres, conocen la calidad de tu servicio y además te tienen la confianza porque les diste valor sin pedir nada a cambio y te consideran como un experto.

¿Cuánto más probable crees que sea que decidan irse contigo en lugar de tu competencia si ya sucedieron esas cosas?

Además, tiene la ventaja adicional de que – aunque no te compraran en ese momento – ya creen en ti y te pueden recomendar cuando alguien les pregunte sobre los servicios que tú ofreces.

EJERCICIO #1

Escribe a continuación algunas ideas de qué pudieras ofrecer como imán de prospecto para tu negocio.

Considera qué cosas sabes tú que la mayoría de la gente fuera de tu nicho no conoce. Puedes guiarte con las preguntas típicas que te hace un prospecto una y otra vez cuando primero interactúas con ellos. Te darás cuenta que hay mucho material que puedes compartir, que no te cuesta nada y que los ayudará a tomar una mejor decisión.

EJEMPLOS:

7 Cosas Que Debes Saber Antes de Comprar Tu Primer Casa

5 Estrategias Para Disminuir Tu Cansancio Durante el día

4 Tácticas Que Puedes Aplicar Para Aumentar Tu Productividad Diaria

Curso: Cómo Aumentar el Valor de Tu Propiedad Antes de Venderla

Curso: Cómo Hacer Que Tu Perro Obedezca Desde La Primer Semana

Video: 6 Herramientas Para Trabajar en Equipo

Quiz: ¿Estás Comiendo Lo Que Deberías Para Tu Edad?

EJEMPLOS DE TIPOS DE IMANES DE PROSPECTO

A continuación verás una lista de tipos de imanes de prospecto que puedes considerar. Más adelante en este módulo platicaremos sobre cómo crear varios de ellos. Por mientras ve pensando cuáles pueden aplicar para tu negocio.

- **Cheat sheet:** una guía rápida para hacer algo y/o usar un programa o herramienta.
- **Checklist:** generalmente una sola página con un resumen de las cosas o acciones que deben tomar para lograr un objetivo. Pueden ir palomeando las que ya hicieron.
- **Guía:** un documento donde le explicas cómo realizar algo paso por paso. Puede ser en formato físico o en digital.
- **Toolkit:** un listado de herramientas esenciales que pueden usar para lograr un objetivo.
- **Guía de Recursos:** similar al Toolkit pero más generalizado. Puede incluir un listado de productos o servicios que le pueden ayudar a la persona a realizar su objetivo más fácilmente.
- **Reporte Gratuito:** este se ha usado por muchísimos años (piensa en Reader's Digest). Esencialmente es un escrito que revela alguna nueva investigación sobre los beneficios de alguna especie de producto.
- **Reporte de Industria:** si en tu industria hay muchos datos o estadísticas, puedes generar un reporte de el estado de la industria donde explicas lo que

está sucediendo en el mercado. Esto funciona muy bien con finanzas, bienes raíces, etc.

- **Video:** lo mismo que haces con las guías, los checklists, etc. lo puedes incorporar en un video donde les explicas las cosas de una manera más dinámica. Con video las personas pueden verte, leer y escucharte al mismo tiempo - mientras más sentidos integres, mejor.
- **Clase:** como su nombre lo indica, das una clase o seminario a un grupo de personas donde les enseñas sobre un tema en particular. Puedes hacer de forma virtual (webinars, etc.) o de forma presencial.
- **Encuesta:** aquí estamos hablando de encuestas que le sirvan a la persona, no solo a tu negocio. Puedes usarlos para preguntarles cosas muy específicas sobre su necesidad (o problema) actual. Luego, de acuerdo a sus respuestas, les ofreces justo lo que necesitan.
- **Curso por correo:** esencialmente es lo mismo que una clase, pero enviado por correo electrónico y dividido en segmentos para que reciban uno cada día o la frecuencia que gustes.
- **Grabaciones de eventos:** si tienes un evento en vivo por el que cobras y puedes ofrecer una grabación de parte del evento anterior de manera gratuita, así les das una muy buena idea de qué esperar.
- **Plantillas:** si puedes darles alguna especie de plantilla que les facilite la creación de documentos, contratos, guiones, etc. es una excelente forma de dar valor a alguien.
- **Libro:** hay muchas personas que dan su libro como imán de prospecto porque, al ser algo de mucho valor, generalmente pueden conseguir mucho más confianza que otros métodos, se posicionan como expertos y luego pueden ofrecer servicios de mucho más alto nivel (ej. coaching, entrenamientos, etc).

Estos son solo algunos ejemplo y estaremos entrando a más detalle en las siguientes clases del módulo. Revisa esta lista y escribe tus ideas de lo que puedes ofrecer en tu negocio para atraer prospectos.