

SECRETOS PARA

CREAR TU EMBUDO

Los pasos a seguir para crear tu embudo perfecto

DAVID GAONA

SECRETOS PARA CREAR TU EMBUDO

Los pasos a seguir para crear tu embudo perfecto

**“Atraer un mundo de nuevos
clientes que te paguen,
compren por mucho tiempo
y te recomienden más.”**

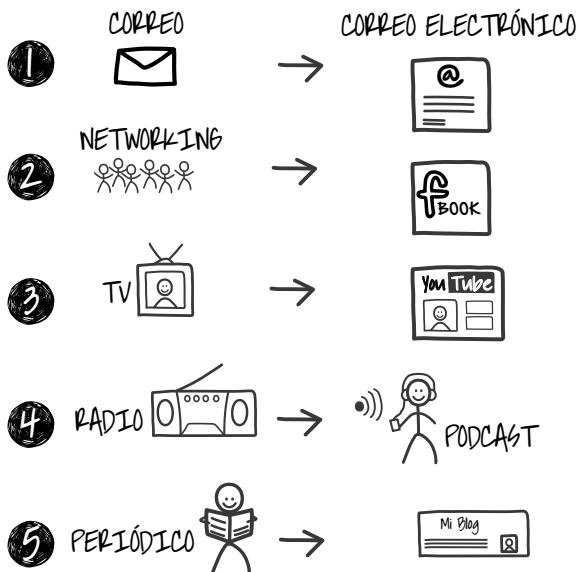
DAVID GAONA

INTRODUCCIÓN

En esta guía vamos a ver las estrategias para crear un embudo y sistemas de atracción. A pesar de las muchas plataformas y medios que hay para atraer clientes, al entender las estrategias será más sencillo que te vuelvas un experto en las diferentes plataformas y medios digitales.

Para entender cómo conseguir tráfico o gente en tus embudos, será más fácil entender si recordamos cómo se hacía esto antes del internet.

MEDIOS ANTIGUOS VS MEDIOS ACTUALES



Con la llegada del internet el juego cambió, no de inmediato, pero después de un tiempo se aprendió a segmentar el mercado, convertir gente en prospectos y venderles productos y servicios.

Todo comenzó con motores de búsqueda como Yahoo y Google. La gente usaba palabras clave para buscar lo que querían comprar y los comerciantes, como nosotros, usábamos esas palabras clave para mostrar publicidad y atraer gente a nuestros embudos, haciendo crecer nuestras bases de datos.

Conforme crecían las bases de datos, se hizo posible empezar campañas por correo electrónico, donde se pagaba a gente para enviar mensajes a las bases de datos para empujar a los posibles clientes dentro de nuestros embudos.

Al principio el enfoque era básicamente en listas de correos electrónicos y motores de búsqueda. Después llegaron las redes sociales a cambiar todo el panorama, se cambió el enfoque y ahora, en lugar de palabras clave, buscamos intereses. En lugar de enfocarse en términos de búsqueda y estar adivinando, ahora podíamos dirigirnos a gente específica por sus intereses en Facebook, Twitter, Instagram, entre otras plataformas.

Si tengo un producto de basketball, puedo dirigirme a gente interesada en el deporte. Si tengo un producto de campamento, puedo dirigirme a gente que le interesa acampar. Sólo me toma unos minutos encontrar grandes listas de personas segmentadas por sus intereses en grupos de Facebook, hashtags en Twitter e Instagram; de esa manera podemos crear anuncios específicos para atraer gente a tus embudos.

SECRETO #1

CÓMO CREAR EL EMBUDO PERFECTO Y ESCALABLE

Antes de comenzar a generar tráfico, es importante entender que no importa cuanta gente entre a tu embudo, si no creamos un sistema de conversión dentro del embudo, de nada sirve tener un mundo de clientes potenciales (LEADS).

La mayoría de la gente comienza construyendo embudos complejos, mientras más complejo sea tu embudo, más difícil será hacer modificaciones, pruebas y mejoras que logren generar conversiones y así tener un embudo escalable.

Ejemplo de un embudo básico:

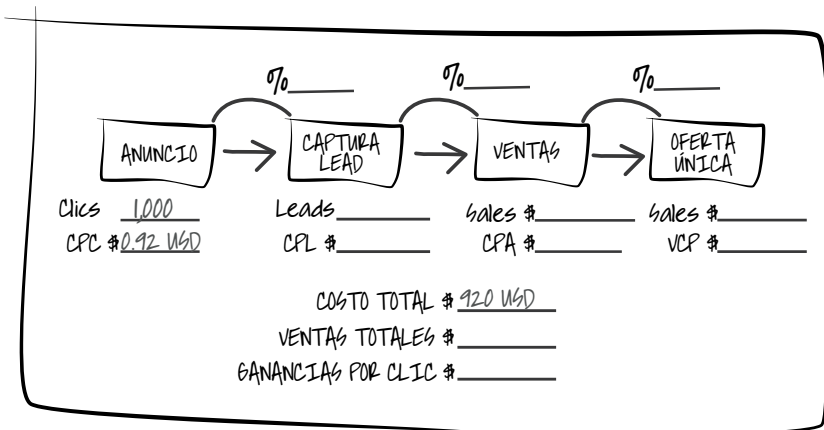


Hay un anuncio, una página de aterrizaje, una página de ventas y finalmente una página de promoción. Sencillo.

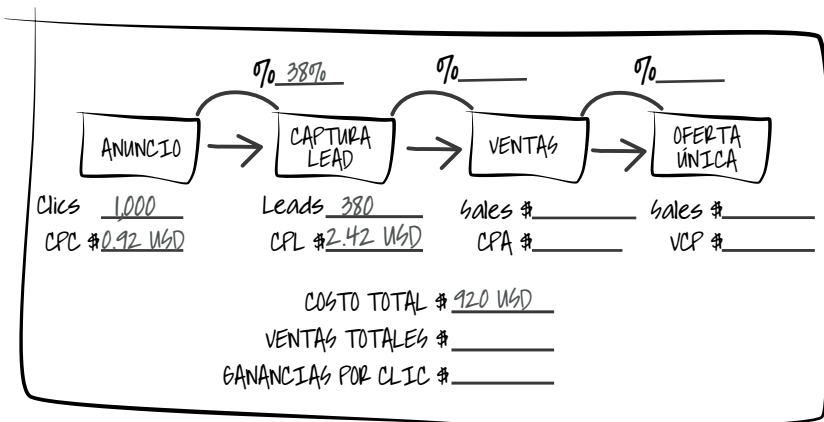
Siempre es preferible mantenerlo sencillo, de esta manera después de pagar por un anuncio, se puede volver hacia atrás y ver qué funcionó y qué no. Esta es la clave para poder tener un embudo escalable y crecer tu base de datos de manera sencilla.

Atraer leads a tu embudo es fácil, convertirlos en clientes es lo que se complica para la mayoría de la gente.

Por ejemplo, digamos que conseguimos 1,000 clics en un anuncio, lo siguiente que necesitamos saber es el costo por clic (CPC), estos datos te los da Facebook, Google o la plataforma que estés utilizando para crear tu publicidad. En este ejemplo se gasta \$0.92 dólares por clic. El costo total es de \$920 dólares.

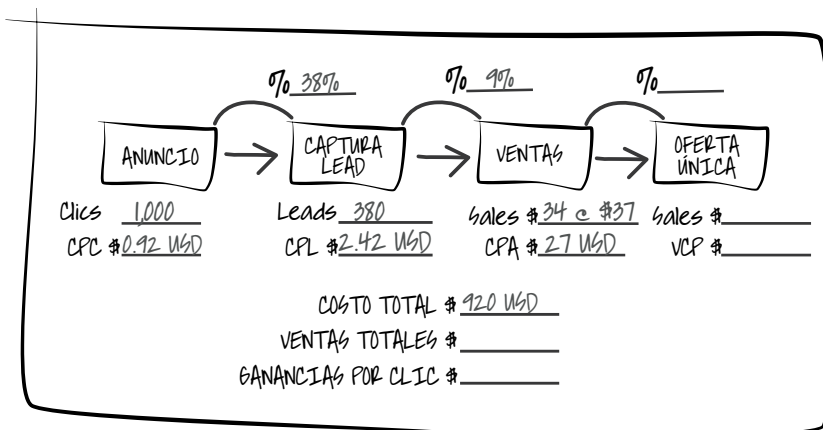


El siguiente número que necesitamos saber es cuando la gente llega a la página de captura de leads, cuánta gente realmente está interesada. Digamos que un 38% de la gente que dio clic le interesa y deja sus datos, imaginemos que se obtuvieron 380 leads y mi costo por lead (CPL) es de \$2.42 dólares.

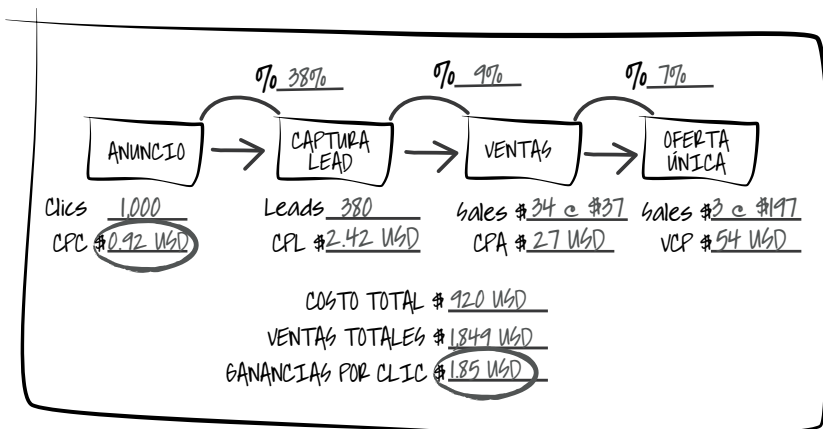


El siguiente paso es identificar cuántas personas realmente compraron el producto.

En el ejemplo, supongamos que un 9% de los clientes potenciales compran. Eso significa que se hicieron 34 ventas a \$37 dólares. El costo por adquisición (CPA) es de \$27 dólares.



Después, si el 7% de la gente entra en la promoción, esto significa que tenemos 3 personas que compraron a \$197 dólares. Esto quiere decir que el total de ventas fue de \$1,849 dólares. Mi Valor de Compra Promedio (VCP) o la cantidad de dinero obtenido en promedio de cada persona que compró es de \$54 dólares. Las ganancias por clic (GPC) fueron de \$1.85 dólares. Comparado con mi Costo Por Clic (CPC) de \$0.92 dólares, esto sería el ejemplo de una campaña exitosa, se gastó \$0.92 dólares y se generó \$1.85 dólares por clic.



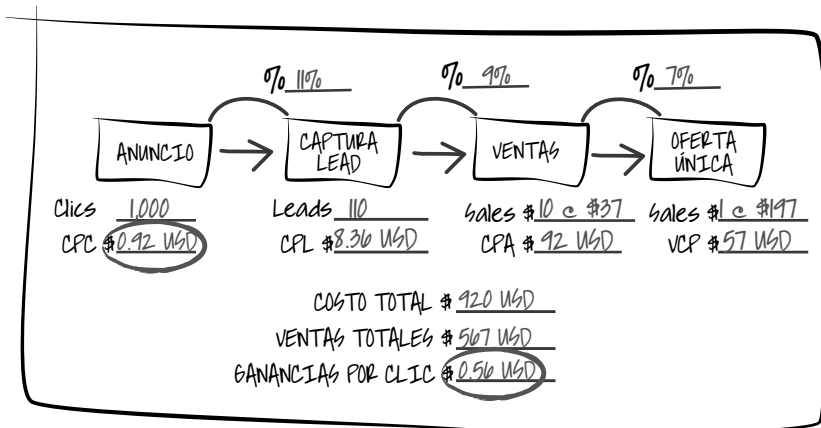
En este ejemplo, vemos una campaña exitosa; sería una buena idea continuar atrayendo tráfico al embudo mientras siga funcionando.

Uno de los secretos que tienes que saber para que tu embudo perfecto trabaje correctamente, es que si no funciona al principio, no está todo perdido. Usualmente son una cosa o dos las que obstruyen el embudo. Después de identificar lo que esté obstruyendo, simplemente se hacen cambios a esas partes del embudo y se corren pruebas nuevamente.

Normalmente se repiten pruebas tres o cuatro veces hasta que el embudo funciona, y es entonces donde se pueden agrandar las campañas.

Ejemplo:

Digamos que tenemos exactamente el mismo embudo del ejemplo anterior, pero en lugar de tener el 38% de retención, solamente conseguimos 11% de los leads.

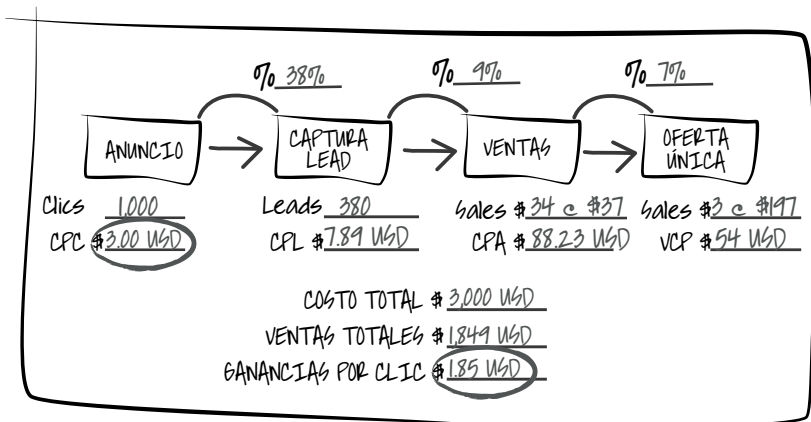


Podemos ver cómo esta campaña automáticamente nos genera pérdida, aunque todo lo demás está igual, la baja conversión en nuestra página de captura de leads hace que el embudo no funcione correctamente. Solamente obtenemos 110 leads en lugar de 380, nuestro Costo Por Lead es ahora de \$8.36 dólares en lugar de \$2.42 dólares, lo que ocasiona que todos los costos aumenten.

Ahora estamos gastando \$0.92 dólares por clic y solamente estoy obteniendo \$0.56 dólares de ganancia, aquí es cuando la mayoría de la gente piensa que el embudo no funciona, que los anuncios son una estafa, que el sistema es un fraude.

Lo que se debe hacer, es analizar qué pieza es la que está fallando. En el ejemplo, mi Costo por Clic es correcto, mi conversión en la página de ventas y oferta única son correctos, pero la página de captura de leads no está funcionando. Aquí es donde tenemos que trabajar y ver cómo convertir ese 11% en 30% o más.

Una vez solucionado, el resto empieza a funcionar como por arte de magia. Lo mismo pasa si el error está en tu anuncio.



En este ejemplo gastamos \$3 dólares por clic en lugar de \$0.92 dólares. Todo lo demás continúa igual, pero de igual forma obtenemos \$1.85 dólares de ganancia por clic. Esto significa que el anuncio está fallando, es posible que se haya gastado mucho en el anuncio o el mensaje no sea correcto, sea lo que sea, podemos identificarlo pronto y modificarlo.

Normalmente podremos ver que sólo una pieza o dos pueden estar fallando, es poco común que falle el embudo por completo, así que podemos volver atrás y ver qué parte es la que está fallando y corregirlo para que fluya el embudo. Una vez que corregimos los errores, el tráfico y ventas empiezan a fluir de manera constante.

SECRETO #2

Tráfico Ilimitado / Promotores Ideales

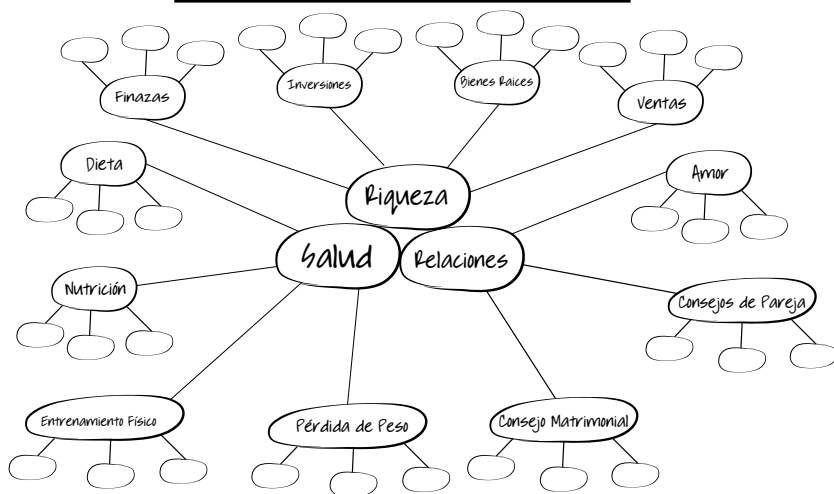
Esta es la clave para obtener tráfico ilimitado a todos tus embudos. Después de aprender a construir embudos perfectos, es hora de atraer gente a ellos. El secreto es que no necesitamos generar tráfico, debido a que este ya se encuentra ahí, la gente ya está en internet sólo tenemos que averiguar cómo hacer para que desde donde estén navegando, vayan a donde nosotros queremos.

Es aquí donde tenemos que comenzar a pensar dónde está navegando la gente que queremos en nuestro embudo, de esta manera podemos hacer llegar nuestros anuncios en donde estén para atraerlos hacia nuestras ofertas y propuestas únicas de valor.

El primer paso en la estrategia para generar tráfico ilimitado es detectar tus nichos de mercado y los mercados adyacentes a ellos.

Ejemplo:

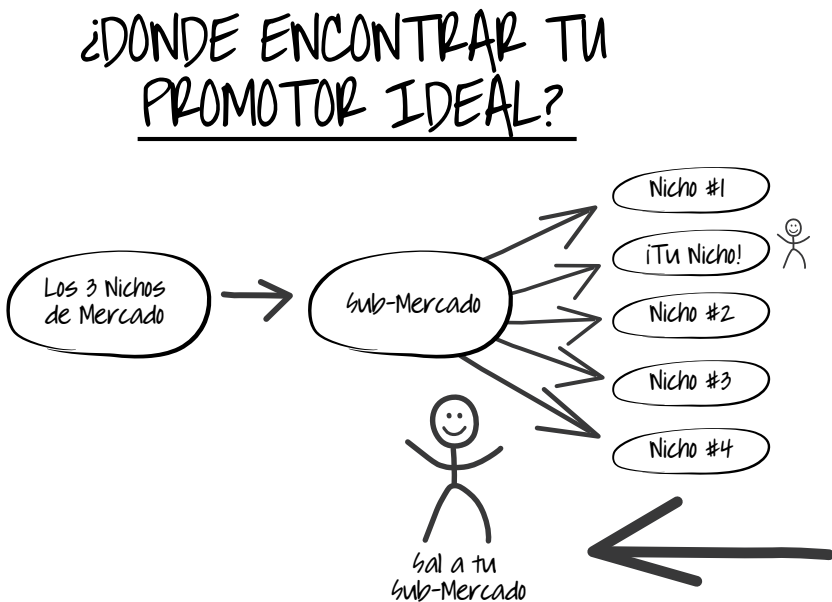
LOS 3 NICHOS DE MERCADO



Tenemos este ejemplo con 3 nichos de mercado principales, SALUD, RIQUEZA, RELACIONES, y dentro de esos tres hay subnichos donde se generan nuevas oportunidades.

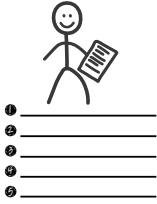
La clave aquí es que dentro de cada nicho, encontramos diversos nichos de mercados y así sucesivamente, el tráfico con los leads ya está ahí conglomerado, lo único que necesitamos es saber cómo controlar ese tráfico.

Dónde encontrar tus promotores ideales

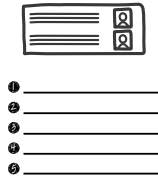


La gente que controla el tráfico de usuarios son usualmente 4 tipos: dueños de listas, bloggers, podcasts o gente influyente en redes sociales (incluyendo YouTube, Instagram Twitter, Facebook, etc.). Encontrando a quienes controlan el tráfico, puedes convertirlos en promotores y así atraer gente a tu embudo.

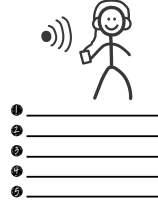
Dueños de Listas



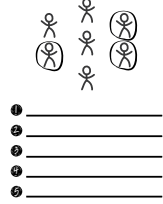
Bloggers



Podcasts



Redes sociales



Después de completar estas listas tendrás más leads de los que te imaginas para tu negocio.
A continuación puedes crear un plan para controlar el tráfico que ingresa a tu embudo perfecto.

PROMOTORES IDEALES

Sigue, hazte amigo,
suscribete, Compra

Podcast/Blog

Genera Valor

CONSTRUYE TU CAMINO

Aprobación

Promoción
correos, Fans
Clientes
Audiencias
Correos masivos
etc.

Alianzas

PROMOCIÓN

La primer meta es empezar a crear relaciones con tus promotores, comienza a dar contenido de valor y brindar confianza a tus promotores antes de necesitar de ellos, así cuando estés listo podrás pedir apoyo para que te den a conocer.

Construcción de tu Camino #1

Puedes comenzar siguiendo, enviando solicitudes de amistad, suscribiéndote a las listas de correo, blogs y podcasts, incluso comprando sus productos. La idea es ponernos en su radar para poder ver qué están haciendo y conocer más al respecto antes de hacer el primer contacto.

No hay nada peor que tener una junta con un influencer y desconocer quién es, a qué se dedica o qué es importante para esa persona. Si quieres tener una relación con tus promotores ideales, necesitas estar preparado.

Construcción de tu Camino #2

Después de saber quiénes son y sus intereses, hay que buscar una forma de ayudarlos a ellos también a promocionarse y al mismo tiempo buscar la forma de crear una relación. Un ejemplo de cómo generar una relación es creando entrevistas, ya sea en un podcast o blog propios, donde usualmente por medio de preguntas, de 30 a 60 minutos se puede empezar a generar una relación. Cuando se promueve la entrevista se ayuda a ambas partes.

Construcción de tu Camino #3

Ahora que se tiene una buena relación, una de las cosas principales es preguntar en qué están trabajando en ese momento y de ahí partir para ofrecer más valor y así ayudarlos a lograr su objetivo. Así de fácil se construye una buena relación de negocios. Empieza a construir tu camino.

Después de llevar tiempo construyendo un camino, debes empezar a buscar maneras de tener un beneficio por esas relaciones para poder acceder a sus seguidores e ir generando estrategias donde también puedas ofrecer valor a sus seguidores y crear estrategias que beneficien a ambos.

Si has creado algo nuevo para el nicho de mercado que comparten, será más sencillo que se beneficien en lugar de hacerse competencia.

Estrategia de Promoción #1

La mejor y más sencilla forma de trabajar con tus promotores ideales es lograr que te promuevan a ti y ofrecer algo de valor a sus seguidores, esa debe ser tu meta #1, enfócate en hacer fuertes esas relaciones y, cuando sea el momento indicado, puedes pedir que promuevan un seminario en línea.

Puedes contactar a tus promotores ideales enviando correos electrónicos mensuales con información de las ofertas y promociones especiales donde ellos pueden ser parte de las mismas. Aunque siga creciendo tu red de promotores es recomendable seguir en contacto con todos y comunicarte mes tras mes, sin importar si contestan o no; con uno que dé a conocer tu promoción con sus seguidores, puedes tener resultados exponenciales.

Estrategia de Promoción #2

Mientras la estrategia principal es que los promotores ideales promuevan tu producto, en muchas ocasiones no pueden o simplemente no van a querer, y eso está bien. Al pasar los años, la mayoría de los influencers han abierto plataformas publicitarias donde puedes promocionarte con los fans y seguidores de marcas específicas. Por ejemplo, se puede estar en Facebook y mostrar tus anuncios a gente que sigue a alguna influencia, igual en twitter y Google.

Así puedes crear anuncios específicos para los seguidores de marcas y personas específicas.

Estrategia de Promoción #3

¿De dónde puedes obtener el 30% de tus leads?

Alrededor del 10% viene de marketing, motores de búsqueda y otras estrategias que se hacen día con día, el 20% restante vendrá de “marketing integral”. Seguir el camino de ventas de tus promotores te va a ayudar a conocer lugares donde hará sentido promocionar tus productos y servicios, la idea es integrar tus ofertas en donde tus clientes potenciales navegan normalmente.

Puedes incluso buscar la manera de aparecer en correos que reciben por los promotores, en páginas que navegan constantemente, hay miles de maneras de llenar tu embudo, la estrategia de tráfico ilimitado por medio de promotores ideales te conseguirá tener clientes constantemente de manera abundante.

SECRETO #3

Camino de Promotores

El último paso después de tener tu embudo perfecto y tener un tráfico ilimitado, podríamos creer que sería Atraer Más Clientes, pero eso sería un error. La mayoría de la gente se emociona al tener resultados y empiezan a invertir en las campañas que están funcionando, sin embargo, hay que ir creando un camino de promotores, tienes que tener tráfico de múltiples fuentes, tienes que alcanzar mucha gente en diversas plataformas.

La idea de esto es obtener más promotores y también tú convertirte en tu más grande promotor, después de **CREAR TU EMBUDO PERFECTO** donde sabemos que los prospectos que ingresen se convertirán en clientes, generamos un **TRÁFICO ILIMITADO** donde nos ayudaremos de la estrategia de promotores ideales.

Finalmente, tenemos que crear el camino por diversos medios para crear caminos de nuevos promotores y también convertirnos en nuestro PROMOTOR IDEAL.

Dentro de tu embudo, crearás sistemas para también atraer dentro del mismo a nuevos clientes, logrando así que tus clientes te traigan a más seguidores y te permita diseñar nuevos embudos con diferentes promotores, generando más clientes y diferentes sistemas de atracción y retención.

MARKETING ALTO RENDIMIENTO

DAVID GAONA

© 2019, Marketing Alto Rendimiento

MARKETING ALTO RENDIMIENTO

DAVID GAONA

© 2019, Marketing Alto Rendimiento