

E-Book Gratuito

“7 Errores Frecuentes que te Alejan de Encontrar a tu Cliente Ideal por Internet”

por Diego Gonzalez

Director Académico de la
Escuela Internacional de Negocios Cuartel de Ventas.





Diego Gonzalez es experto en técnicas avanzadas de Marketing Online, actualmente es entrenador de Empresas, Emprendedores y Dueños de Negocios que desean llegar a más personas y contar con estrategias probadas logrando ventajas sobre sus competidores.

Con más de 200 clientes asesorados y cientos de alumnos en todo América Latina y Europa mediante sus capacitaciones online.

Dentro de sus especialidades se encuentra el uso óptimo de redes sociales, maximizar el resultado de sitios web, creación de marca personal y expansión de negocios mediante la creación de productos digitales, contenidos estratégicos y cursos online.



Introducción:

Algo está claro, sabemos que en Internet están todos nuestros clientes ideales.

Esas personas que están dispuestas a invertir en nuestros productos y servicios.

Esas personas que se enamorarán de cómo somos, de nuestra marca, de todo lo que tenemos para ofrecerle, y de recomendarnos todo el tiempo.

¿Pero dónde están?

¿Por qué la mayoría de las personas que nos llegan por internet parece que no les caemos del todo bien?

O que tuviéramos que forzar esa nueva relación, `perseguirlos, pedirles por favor que sigan nuestras indicaciones, o que estén entusiasmados con lo que tenemos para ofrecerle.

¿Por qué?

Te entiendo, da ganas de nunca hacer nada en internet, estar atrás de cada nueva red social, a ver qué hay de nuevo, a ver a quien contrato para que publiquen en 20 redes sociales al mismo tiempo, más herramientas, y mil cosas más.

Todo para ver si esa gente que antes nos compraba cuando no había nada de esto, las podemos volver a captar.

Te adelanto algo...

Como base, no se trata de las redes y canales de turno, o las herramientas que circulan por todos lados.

Se trata de un proceso que no tenés organizado en tu negocio, que antes parecía no ser tan necesario, pero ahora con la gran saturación de información, tantas opciones y competencia mundial, hace notar mucho más la falta de esta.

Así que a no desesperar.

Hay un proceso lógico para predecir cómo harás que tus clientes ideales lleguen todos los días a tu negocio.

En esta ocasión decidí nombrar 7 errores que debemos evitar a partir de hoy, para que el flujo de clientes ideales comience a activarse de forma consistente.



Error 1: No Definir tu audiencia con rayo láser

Parece obvio, tenemos idea de quién es nuestro cliente ideal, pero solemos generalizar. Y muchas veces no nos hacemos las preguntas correctas. Sólo decimos: “Personas que viven en tal ciudad, de tantos años, con este tipo de familia, que trabaja de tal cosa” y un par de detalles geográficos/sociales más.

Te recomiendo que te hagas preguntas más profundas. Que tengan que ver con la psicología de tu cliente. Para que luego pueda responder más emocionalmente a tus propuestas.

Por ejemplo:

- ¿Cuál es su desafío actual?
- ¿A quién le está comprando?
- ¿De qué quiere escapar?
- ¿A dónde quiera llegar?
- ¿Qué páginas visita?
- ¿Qué marcas usa, qué revistas lee?

Etc.

Este tipo de preguntas, te servirán para evitar otro de los errores que veremos a continuación.



Error 2: No Definir exactamente cuáles son los canales principales.

Existen muchísimos canales y redes sociales actualmente, y tenemos la tentación de estar en todos. Muchas veces “para aparentar” que estamos en todos lados.

Sin embargo, la cruda realidad, es que tenemos cuentas en muchas redes y canales para luego tenerlas abandonadas.

Y eso es peor.

Te recomiendo que definas cuál es el PRINCIPAL canal, y otro secundario que tu cliente ideal usa todo el tiempo.

Allí concentrarás toda tu energía y estilo de publicación, ya que cada canal/red tiene su forma o psicología.

Ejemplo: Si están en Facebook, te verán de forma inesperada mientras están haciendo actividades sociales.

Si están en LinkedIn, todo es una atmósfera profesional.

Si están en youtube, ellos buscan videos relacionados y quieren encontrarte.



Error 3: No usar anuncios pagos en esos canales

Las redes sociales son gratuitas, y lo seguirán siendo. Sin embargo, el alcance orgánico es cada vez más nulo (a no ser que subas videos de gatitos tocando el piano, tu contenido no será muy viral).

Cada vez las redes nos obligan a invertir en publicidad. Y está muy bien. E incluso es mejor que muchos medios tradicionales ya que tenés más control de presupuestos, quien verá el anuncio y por cuanto tiempo.

Estas virtudes son hasta casi imposible si pagáramos un espacio en una revista local.

Entiendo que por no saber, o tal vez por haber tenido una experiencia poco satisfactoria no sigues continuamente promocionando.

Es CLAVE hoy en día anunciarse, invertir para activar el inicio de flujo de clientes potenciales.



Error 4: No hacer llamados a la acción concretos en las publicaciones.

En internet, Google, Youtube, Facebook, linkedin, Instagram o incluso Whatsapp, las personas no saben hacer un llamado a la acción concreta.

O no lo hacen muy bien.

SIEMPRE, SIEMPRE, en cada publicación o anuncio, define cuál será el próximo paso a seguir para la persona que lo está viendo.

Y no siempre es de COMPRAME.

Ejemplos de llamados a la acción:

- Pediles que se descarguen algo
- Pediles que comenten
- Pediles que llamen
- Pediles que visiten un sitio
- Pediles que se anoten a un evento
- Pediles que den Me gusta
- Pediles que compartan

Debes ser claro, y tiene que estar alineado con un proceso que llevará a filtrar gente casual de los clientes ideales.



Error 5: No tener un proceso predecible para cada nuevo contenido

Retomando el error anterior. Lo importante es hacer un llamado a la acción.
¿Pero cuál conviene?

Cada vez que prepararás un anuncio, una publicación o lo que sea, esto lleva tiempo y dedicación.

Te propongo que pienses al revés, pensá primero que quisieras que las personas hagan para lo que más necesitás que suceda en un proceso de captación de cliente ideales potenciales.

Ejemplo: Si tu negocio requiere que hables primero telefónicamente con un cliente potencial.

Ese debe ser el enfoque.

Tus anuncios y contenidos deben ser para generar confianza y educar previamente para prepararlos mentalmente que es bueno hablar contigo cuando lo propongas.

El llamado a la acción podría ser que completen un formulario para que luego los contactes telefónicamente.

Así es cómo funcionará mejor, que sólo publicar contenido al aire, sin enviar a las personas por la primera parte de tu embudo de ventas.



Error 6: No tener una frecuencia consistente de publicaciones

Con un solo anuncio en un año no alcanza.

Esto debés hacerlo regularmente y con distintos enfoques.

El llamado a la acción puede ser el mismo.

Pero los contenidos, ya sean en video, escritos, con imágenes o lo que sea, debés hacerlos frecuentemente y con distintas variantes.

No importa si son anuncios o contenido regular en tu muro de novedades de Facebook, LinkedIn, Instagram, etc.

¿Por qué?

Por estas razones:

- No todos los verán
- A no todos les llamará la atención un único tema
- Algunas personas tardan en tomar confianza
- Algunos quieren saber de tu empresa antes de tomar acción y seguir el paso indicado
- Otros están apurados
- Otros querrán estar seguros que sabés de lo que hablás
- Debés tocar “fibras emocionales” diferentes que en cada persona activará hacia la acción
- Y otras razones similares.
- Por eso es importante la frecuencia.

**Al menos 1 publicación diaria se recomienda en los tiempos que corren.
Y 1 campaña de anuncios funcionando en tu red principal.**



Error 7: No crear publicaciones que eduquen.

El último error que el 90% de los negocios que están en internet no hacen es EDUCAR.

¡Ya te habrás dado cuenta en los puntos anteriores, que no se trata de publicar flyers digitales ni tampoco publicar todo el tiempo banners de tus productos diciendo “¡OFERTA! ¡OFERTA!”

Se trata de EDUCAR.

Si, porque información sobra.

Lo que no sobra es gente que te acompañe desde el momento cero a tomar buenas decisiones.

Que se les note que no solo quieren venderte, sino también ayudarte, aunque no les compres.

Y ese tipo de persona quiero que seas vos en tu negocio.

Qué tengas ese enfoque.

Algunos ejemplos de contenidos que podés compartir y prepara a tus clientes ideales.

- Respondé preguntas frecuentes.
- Comentá curiosidades del rubro
- Un caso de estudio de un cliente usando tu producto
- Cómo se usa tu producto
- Tendencias
- Estadísticas
- Tips y recomendaciones sobre cómo sacar más provecho a tu producto
- Recomendaciones cruzadas ¿Qué viene antes o después de tu producto?
- Entrevista a referentes de tu industria
- Y un largo etcétera.



En resumen:

Tu cliente ideal, vendrá si vos tenés un negocio ideal para él.

No pretendas que se autocalifiquen solos para que te demuestren que son tus clientes ideales, invítalos a pasar por un proceso, por un embudo de ventas como decimos en marketing.

Hacelos tomar pequeñas acciones, y verás que estarás hablando con más y más personas que tienen todos los elementos para convertirse en tu cliente ideal.

IMPORTANTE:

Esto es sólo un 1% de todo lo que veremos en el nuevo **COMANDO ESTRATÉGICO**.

El nuevo Curso Online de la Escuela Internacional de negocios Cuartel de ventas.

Comando Estratégico tiene como único objetivo que Consigas clientes ideales todos los días por internet de forma predecible, paso a paso y en tiempo récord.

Su lanzamiento será en AGOSTO y lo haré con un Mega Descuento especial.

Hay muchas personas preguntando por él.

Y en los próximos días estaré comunicado:

- Todas las estrategias nuevas que vas a dominar
- Cuanto dura,
- Para quién es,
- Para quien no es,
- Cuál será el Mega Descuento
- Y muchas cosas más.

Pero sólo se los contaré a los que realmente estén interesados en que los acompañe en este proceso de generación de clientes ideales potenciales.



Por eso, he creado una **LISTA DE ESPERA** para que te sumes y tengas acceso al **Mega Descuento preferencial de lanzamiento**.

¿Te entusiasma? ¿Sentís que es para vos?

Si es así, dale clic en el siguiente enlace para anotarte en la Lista de espera, así podré enviarte los detalles y todo lo que vendrá con este nuevo COMANDO ESTRATÉGICO DE MARKETING ONLINE.

<http://www.comandoestrategico.com/lista-de-espera>

