

Secretos para Ganar Miles de Dólares con Email Marketing

¡Estrategias Para Nuevos Marketers de Email

Para Ganar Dinero Fácil y Rápido!



Descargo de Responsabilidad

Por favor toma en cuenta que la información contenida en este documento es solamente para propósitos educativos. Se ha hecho todo lo posible para proveer información completa, precisa y actual, sin ningún tipo de garantía expresada o implícita.

El lector acepta que el autor no ofrece ningún tipo de consejo legal, financiero o profesional.

Al leer este documento, el lector acepta que bajo ninguna circunstancia el autor y/o la editorial se hacen responsables de cualquier pérdida, directa o indirecta, como resultado del uso de la información contenida en este documento, incluyendo – pero sin limitarse a – errores y/o omisiones.

Licencia de Uso del eBook

Secretos de Ganancias por Email

La licencia con la que se entrega este material es para **Uso Personal Solamente**

Este material **SOLO** puede ser entregado por **Joel Molina**, y sus Socios autorizados por escrito y por medio de los sitios que les pertenecen.

Según las leyes vigentes, está terminalmente **prohibida la copia, reproducción, edición o transmisión** de todo o parte de este documento, en forma gráfica, electrónica, digital, mecánica o sonora, sin el correspondiente permiso de su editor o autor.

Prohibida la modificación, omisión, alteración, transcripción o extracción del texto.

Si estás recibiendo este material por otro medio que no sea **Joel Molina**, o algunos de sus sitios o personas autorizadas, **estás recibiendo una copia ilegal**, por favor reporta cualquier abuso a: asesor@joelmolina.com



Joel Molina
Asesor Mentor de Marketing Digital

Tabla de Contenidos

Introducción	5
Creando Tu Campaña de Email	6
Aweber	9
Getresponse	9
MailChimp.....	9
Constant Contact	10
Cómo Comenzar	11
Construyendo Una Fulminante Página de Aterrizaje	17
Generando Prospectos	24
<u>Regalos</u>	24
<u>Alianzas Estratégicas</u>	26
<u>Ventas Posteriores</u>	27
Administración Efectiva de Listas	36
<u>Contenido</u>	36
<u>Correos Promocionales</u>	37
Haciendo Dinero con Tu Lista	38
<u>Tus Productos</u>	38
<u>Productos de Afiliado</u>	39
<u>Alianzas Estratégicas</u>	41
<u>Anuncios Solo</u>	41
<u>Ofertas CPA (Costo Por Acción)</u>	42
Maximizando Tus Ganancias	43
<u>Bonos</u>	43
<u>Rebajas</u>	45
<u>Texto de Asunto del Correo</u>	46
<u>Llamado a la Acción</u>	48
<u>Escases</u>	49
<u>Incrementos de Precio e Incrementos Diminutos</u>	50
Incrementar la Probabilidad de Entrega de Tus Correos	52
Comentarios Finales	55

Introducción:

El marketing por email trata sobre *conectarte directamente con tu audiencia objetivo* a través del intercambio de información. Tu suscriptor se une a tu lista y confirma la aceptación de tu material, y entonces puedes comunicarte con él a través de una serie de correos de seguimiento, emisiones SOLO, y boletines de correo.

El Email es una de las herramientas de marketing más poderosas hoy en día. Te permite alcanzar a una audiencia cautiva en minutos, dándote acceso instantáneo a una base de datos de prospectos creciente.

Ya que muchos de tus suscriptores nunca habrían vuelto a tu sitio, el marketing por email es una de las maneras en que capturas al prospecto y te da la oportunidad de dar seguimiento con comunicación constante.

En cuanto a la cantidad de dinero que puedes hacer, es muy variante. SE dice que por cada suscriptor que puedas agregar a tu lista, puedes medir su valor en \$1.00 (todas las cantidades de las que hablemos en este ebook son en dólares). Mientras que esto es solo un estimado base, te da una idea del poder de una lista objetiva para generar ganancias.

La guía Secretos de Ganancias por Email te mostrará exactamente cómo comenzar a hacer dinero en el marketing por email, con listas construidas con prospectos bien elegidos. ¡Comencemos!

Creando Tu Campaña de Email

Los marketers de Email recolectan prospectos usando páginas de aterrizaje con formularios de registro. Estos formularios son generados por un proveedor de autoresponder, y son incluidos dentro del código HTML de tu sitio web.

Cada vez que un visitante de tu página de aterrizaje ingresa su nombre y dirección de correo, son agregados a la base de datos de tu lista de correo, y se convierten en un suscriptor activo de tu boletín de noticias.

La construcción de listas facilita la conversión objetiva de suscriptores en compradores leales y clientes, y ya que cada prospecto ha sido agregado a tu lista de correos, puedes establecer una relación al continuar comunicándote con ellos.

Esta comunicación frecuente construirá una consciencia de la marca y fomenta el crecimiento de una relación confiable con tu base de suscriptores.

Sin embargo, para comenzar a construir una campaña de marketing por email exitosa, necesitas asegurarte de que tienes todas las herramientas requeridas, incluyendo:

1) Una Cuenta Professional de Autoresponder

Con servicios de autoresponder como www.GetResponse.com y www.Aweber.com, eres capaz de establecer un número ilimitado de listas de correos, donde cada una cuenta con un código que sirve como tu formulario de registro.

Al segmentar tus listas, podrás personalizar tus emails de manera que se comuniquen directamente con un grupo especializado de suscriptores que están interesados en información o temas específicos.

Otra razón importante para considerar pagar por un servicio de autoresponder es que frecuentemente se encuentran en las listas seguras de la mayoría de proveedores de internet y correo. Esto significa que los correos que usualmente son enviados a tus suscriptores no van a llegar a las bandejas de correo no deseado.

La entrega es obviamente una preocupación enorme para un marketer por email. Si tus correos no son vistos, son inútiles. Si envías correo desde tu propio servidor, hay una gran probabilidad de que los correos pasarán por una gran cantidad de filtros de spam.

Esto es verdad especialmente en nichos de mercado en que muchos correos son marcados como spam, tales como el marketing por internet, trabajo desde casa, inversiones, apuestas, pérdida de peso, etc.

De hecho, la mayoría de servicios de autoresponder tienen una característica que te permite revisar tus correos por palabras especiales marcadas como spam, antes de que comiences a enviarlos. Esto te permite revisar cualquier posibilidad de que tu correo sea marcado como spam antes de iniciar tu campaña.

Hay muchos servicios de autoresponder diferentes en el mercado, y la verdad es que la mayoría de ellos son similares en funcionalidad y precios. Luego entonces, no es realmente importante cuál de ellos elijas.

Vamos a discutir algunos de estos diferentes servicios para que puedas tomar una decisión informada, pero asegúrate de revisarlos por ti mismo antes de realizar tu elección final.

Algunas veces cambian sus servicios y precios, y es una verdadera molestia cambiar de proveedores una vez que has elegido uno y construido una lista.

Get Response

<http://www.GetResponse.com>

Uno de los auto-respondedores más populares en el mundo del marketing por internet es GetResponse. Este servicio es amigable para los novatos, la cual es una gran razón por la cual muchas personas lo prefieren.

Tienen toda una gama de diseños que te ayudan a construir tus formularios de registro de forma gráfica y tus correos para hacerlos ver más atractivos. Esto puede ser de mucha ayuda si no eres muy bueno en diseño.

Su precio es extremadamente competitivo, aunque han elevado sus precios recientemente. Solían ser uno de los servicios más accesibles, pero ahora se encuentran en la media con respecto a precios.

Aweber

<http://www.Aweber.com>

Aweber es considerado superior a Get Response por muchas personas, pero la verdad que el servicio y el precio son muy similares. Algunas personas prefieren uno sobre el otro, pero puede ser una buena idea jugar un poco con ambos para ver con cuál te sientes más cómodo.

Se dice que Aweber tiene las mejores tasas de entrega de casi cualquier autoresponder, lo que es una excelente razón para considerarlos.

MailChimp

<http://www.MailChimp.com>

MailChimp es un servicio que se está volviendo extremadamente popular, pero debes leer sus términos y condiciones cuidadosamente. Ofrecen su servicio básico de manera gratuita, y una vez que alcanzas cierto número de suscriptores, debes comenzar a pagar una (muy razonable) cuota mensual

El problema con MailChimp es que sus términos no son exactamente amigables para marketers. No permiten ningún tipo de correos para “ganar dinero en línea”, y se dice que tampoco permiten el marketing de afiliados. No estoy exactamente seguro de esto, pero mucha gente lo ha denunciado.

Constant Contact

<http://www.ConstantContact.com>

Constant Contact es un servicio que cada vez más y más personas usan. Sus reglas son razonables, su servicio es muy fácil de usar, y sus características son comparables a la mayoría de otros autorespondedores.

Quizás la mejor característica es el hecho de que ofrecen una prueba por 30 días, que te permitirá probar el servicio para ver si es el adecuado para ti.

Si decides usarlo, sus precios son muy razonables, comenzando desde \$20 al mes.

Cómo Comenzar

Lo primero que probablemente debes hacer es establecer un autoresponder que será enviado a todo aquel que se una a tu lista para agradecerles por suscribirse.

Este email puede contener un enlace a un reporte gratuito o a otra descarga gratuita, si decides usar una página de registro para obtener suscriptores. De otra manera, puede ser solamente un mensaje agradeciéndoles por suscribirse y darles la bienvenida a tu lista.

La mayoría de servicios de autoresponder hacen esto muy sencillo. Si necesitas ayuda, mira los tutoriales y archivos de ayuda para tu servicio, o contacta a su centro de soporte. La mayoría de proveedores te ayudará con gusto a comenzar.

Los marketers de email recolectan prospectos usando páginas de aterrizaje con formularios de registro. Una página de registro contiene tu formulario de registro, permitiendo a los visitantes de tu sitio web ingresar sus nombres y correos electrónicos para convertirse en miembros confirmados de tu lista de correos.

Las páginas de aterrizaje también se conocen como páginas de captura, y su principal propósito es conseguir que las personas se unan a tus listas de correo.

Una página de aterrizaje es muy similar a una carta de ventas en términos de función principal, que es atraer a clientes y motivarlos a realizar una acción. En este caso, suscribirse a tu lista.

Este llamado a la acción es esencial para crear páginas de aterrizaje de alto rendimiento, y debes poner énfasis en asegurarte que tus visitantes son dirigidos a llenar tu formulario de suscripción, o de otra manera no serán agregados a tu lista.

Necesitas claramente guiar a tus visitantes para que ingresen su nombre y dirección de correo electrónico, así como dar instrucciones para confirmar tu solicitud de ingreso a tu lista (si es que usas registro a dos pasos).

La mayoría de páginas de aterrizaje ofrecen un incentivo de alguna manera para que se registren. Generalmente, esto puede ser un reporte pequeño, o quizás un video, pero puede ser cualquier cosa, desde un cupón de descuento hasta un archivo de audio.

Debes configurar un autoresponder para entregar el incentivo inmediatamente después que alguien se registra.

Si estás haciendo registros a dos pasos, que es cuando tienen la obligación de confirmar que en realidad desean suscribirse a tu lista antes de estar oficialmente suscritos, quizás debas asegurarte de que el incentivo es enviado hasta después de la confirmación, en lugar del registro. De otra manera, no tendrán un motivo para confirmar.

Una página de aterrizaje puede ser algo simple como una carta corta, o puedes hacerla muy atractiva visualmente, e incluso puede contener un video o audio. Las páginas de aterrizaje con video resultan especialmente efectivas, pero las páginas tradicionales también son altamente efectivas.

Tu página de aterrizaje debe, por lo menos, contener los siguientes elementos:

1. Un encabezado que llame la atención e interese a la gente lo suficiente para leer el resto de la página.
2. Una pequeña introducción que permita a la gente saber qué estás ofreciendo.
3. Una lista de características que diga un poco sobre el incentivo que ofreces y por qué deberían unirse a tu lista.
4. Un formulario de registro en donde la gente pueda ingresar su nombre y su correo para suscribirse.

Quizás quieras agregar otras características para tu página de aterrizaje o incluso probar variantes para ver cuál te brinda la mejor tasa de suscripciones, pero las anteriores son las características esenciales.

Para tener la mejor oferta de incentivo posible, necesitas evaluar el mercado plenamente, así como las ofertas de la competencia, para crear un producto relevante que está en demanda y es seguro que capture la atención de tu audiencia objetivo.

Las páginas de aterrizaje deben ser diseñadas para ofrecer un sistema de navegación básico claro, una estructura y plantilla básica, y una oferta atractiva.

En resumen, tu embudo de construcción de ventas consiste de tres partes principales:

1. *Página de aterrizaje con formulario de registro.*
2. *Oferta e Incentivos de Alta Calidad.*
3. *Correos y emisiones de seguimiento.*

Tu incentivo gratuito es, esencialmente, el elemento más importante de tu página de aterrizaje.

Si tu oferta no motiva a los visitantes a suscribirse, todos tus esfuerzos de marketing serán en vano. Esto significa que necesitas que tu oferta sea interesante para la mayoría de tu mercado meta, en lugar de solo un pequeño grupo de suscriptores. Mientras mayor sea la calidad de tu regalo, así como mayor sea la relevancia de tu oferta para tu mercado, más fácil será reclutar nuevos suscriptores.

Hay muchas diferentes maneras de asegurarte que el producto que estás regalando sea percibido como uno de gran valor para tu base de suscriptores, y sea exitoso en convertir nuevos suscriptores.

Para comenzar, considera los diferentes tipos de productos que se venden de forma exitosa en los mercados en línea y crea una versión corta de un producto que se vende bien, y ofrécelo de forma gratuita a cualquiera que se suscriba a tu lista.

Si la competencia ha tenido éxito vendiendo productos similares y tú estás brindando un producto de alta calidad basado en el mismo tema, imagina lo fácil que será reclutar visitantes para que se suscriban en tu sitio.

Y mejor aún, ¡qué mejor manera de construir una relación con una base de suscriptores activos que ofreciéndoles algo de igual valor sin ningún truco (o precio) de por medio!

Puedes Ofrecer:

- Reportes Gratuitos
- Ebooks Gratuitos (capítulos completos por adelantado)
- Guías Gratuitas de Tutoriales
- Video Tutoriales
- Acceso Gratuito o de Prueba a Programas de Membresías
- Folletos Gratuitos con “Los Mejores Secretos”
- Suscripción Gratuita a Boletines Semanales

La clave para crear un producto de regalo exitoso está en la relevancia general y en la demanda existente.

Querrás asegurarte de que tu audiencia objetivo está constantemente

buscando información similar, y que se está vendiendo bien en el mercado. Si haces eso, tendrás poca dificultad para construir una lista masiva de prospectos dirigidos que estarán ansiosos de recibir tus correos.

Construyendo Una Fulminante Página de Aterrizaje

Para ayudarte a crear la página de aterrizaje más efectiva posible, aquí hay un vistazo rápido de los elementos más importantes que debes incluir en tu propia página:

Encabezados Que Llaman la Atención

El encabezado de tu página debe ser lo primero que tu visitante ve, y por lo tanto necesita llamar la atención, atraerlos y mantenerlos enfocados el tiempo suficiente para que se conviertan en suscriptores confirmados de tu lista de correos.

El tamaño del texto de tus encabezados debe ser más grande que el resto del texto de tu página, y para una mayor exposición, considera añadir color a tu encabezado. (Rojo y azul funcionan bien.)

También puedes considerar resaltar el encabezado y cualquier otro sub-encabezado que uses. Puedes usar las etiquetas HTML `<h1>` y `<h2>` para agrandar el texto, lo que además de ayudar a capturar la atención de tus visitantes, también alerta a los buscadores de internet en que este texto más grande es importante.

Centra tu encabezado dentro de tu plantilla y trata de incluir tu formulario de registro de manera que este cerca del mismo encabezado. Si estás usando una página de aterrizaje basada en CSS, tu formulario de registro puede ser colocado en una columna a la derecha, con una lista de beneficios dentro del contenido principal de tu página.

Contenido/Cuerpo

Debes mantener tu contenido conciso, de manera que se enfoque solamente en la información más importante que tengas que compartir.

Evita las páginas de aterrizaje que ofrecen un sinnúmero de párrafos o información. Tu página de aterrizaje tiene SOLAMENTE una tarea, la de convertir a los visitantes en suscriptores, por lo tanto, debes mantenerla clara, concisa, y por supuesto, ¡emocionante!

Querrás realizar pruebas divididas de tu contenido (incluyendo el tamaño de la redacción) para determinar qué incrementa tus tasas de conversión. Mientras tanto, aquí hay una rápida mirada de cómo estructurar el contenido de tu página de aterrizaje para que sea más fácil de leer, comprender, y fomentar las suscripciones:

1) Usa Listas Para Resaltar Tus Beneficios

Las listas enfatizan las características importantes y llaman la atención a aspectos especiales de convertirse en un suscriptor a tu lista.

Esta es una gran manera de resaltar los beneficios de convertirse en suscriptor, y lo que reciben a cambio de su suscripción.

Por ejemplo, si estuvieras ofreciendo un reporte sobre “Los Secretos de Encontrar un Trabajo en Casa”, tu lista de beneficios podría incluir:

- ¡Conoce cómo obtener un empleo en telecomunicaciones sin tener

experiencia en línea!

- ¡Evita las devastadoras estafas de trabajar desde casa que circulan en la industria y tienen como objetivo gente como tú!
- Descubre el sitio web de gente freelance #1 donde el 99.9% de los miembros consiguen empleo en su primera semana en línea.
- ¡Crea un currículum atractivo que garantiza que destacarás sobre todos los demás y recibirás atención de las compañías que pagan por internet!

2) Mantén su Atención en TODO Momento

Elimina cualquier enlace externo y mantén el enfoque en tu página de aterrizaje. Quieres evitar las distracciones y también evitar dirigir a sitios externos a tus suscriptores potenciales (o incluso a páginas dentro de tu sitio).

La ÚNICA opción que debes dar a tus suscriptores es tu lista de correos. No querrás confundirlos o desviarlos de tu único objetivo: obtener ese prospecto.

Evita los menús de navegación, los widgets, plugins, o enlaces a artículos. Tu página de aterrizaje debe ser una sola página larga, incluir tu lista de beneficios, encabezado, formulario de suscripción y política de privacidad. Elimina el ruido y cualquier otra información y contenido que no sea necesaria para asegurarte un suscriptor.

3) Llamado a la Acción Fuerte y Claro

Si quieres que tu página de aterrizaje exitosamente reclute a nuevos suscriptores, NECESITAS dirigir claramente a tus visitantes a llenar tu formulario de suscripción y confirmar tu petición.

NO ASUMAS que la gente sabe qué hacer. Recuerda, no todo mundo tiene experiencia con listas de correos, y por ello debes dar instrucciones directas de cómo pueden obtener acceso a tu oferta gratuita de alta calidad.

Así mismo, querrás dirigirlos para confirmar la petición a tu lista una vez que han ingresado su nombre y su dirección de correo.

Si estás usando el formato de registro en dos pasos, NO serás capaz de comunicarte con tus suscriptores que no han confirmado la petición, así que debes estar absolutamente seguro de que estás dando seguimiento e instruyendo a todo mundo para confirmar.

Puedes hacer esto al automáticamente dirigir a tus suscriptores a una página secundaria en tu sitio que les agradezca por suscribirse, y les diga que el paso final es revisar su correo y confirmar su petición para unirse a tu lista al hacer clic en el enlace de verificación que envía tu sistema de autoresponder.

Justo como cualquier otra página de aterrizaje, mantén tu página de confirmación limpia y concisa. Evita CUALQUIER enlace externo en este punto, pues necesitas que tu suscriptor pueda seguir las instrucciones al instante, eliminando cualquier posibilidad de que olviden confirmar.

Considera resaltar tu llamando a la acción, usando texto en negritas o de esta manera:

“Envía Tu Información de Manera Inmediata Para Reclamar Tu Reporte GRATUITO – ¡Antes Que Se Agoten!”

Esto crea un sentido de urgencia y los mantiene emocionados sobre lo que estás ofreciendo. Este es un elemento importante a tener en mente. También puedes usar una táctica de escases más específica, como:

“¡Solo Hay 25 Copias!

¡Reclama la Tuya Antes Que Se Agoten!”

4) Minimiza los Gráficos y Úsalos Sabiamente

Tu página de aterrizaje debe cargar rápido y mantenerse limpia y enfocada al objetivo. Sin embargo, se ha probado que usar portadas de reportes y ebooks puede incrementar las tasas de suscripción al darles a tus visitantes una pista visual de lo que van a recibir por suscribirse a tu lista.

Asegúrate de que los gráficos que usas son de alta calidad y originales, y que la portada de tu reporte representa tu producto u oferta de manera precisa.

Si estás ofreciendo un reporte breve de “Errores a Evitar al Entrenar Perros”, asegúrate de que tu portada claramente ilustra el tema.

Cerciórate siempre de pasar personalmente por el proceso de suscripción antes de lanzar tu campaña para estar seguro de que se está enviando el correo inicial de bienvenida desde tu autoresponder, y que tu formulario de registro funciona correctamente.

Las páginas de aterrizaje pueden ser tan detalladas y largas, o cortas y precisas, como desees, dependiendo de tu mercado meta y tu estrategia en general.

Necesitas enfatizar los beneficios de unirse a tu lista, y de que el formulario de registro destaca en tu página, atrayendo la atención y, siempre que sea posible, manteniéndose visible sobre el resto del contenido.

Utiliza siempre un encabezado que explique exactamente lo que van a recibir después de que se conviertan en suscriptores. La gente no siempre regala su dirección de correo tan fácilmente, y es tu trabajo explicar exactamente cómo se beneficia al hacerlo.

Sin importar cómo structures tu página de aterrizaje, necesitas **probar profundamente qué funciona y cómo puedes mejorarlo.**

Tampoco importa lo bien que diseñes tu página, o que tan profundamente analices cada sección de tu página de aterrizaje, no hay manera en que podrás predecir de manera precisa qué tan bien tus visitantes responderán a tu oferta, sin **hacer pruebas comparativas de diseños alternativos**.

Un método fácil de probar tus páginas es evaluar las tasas de conversión al usar el Optimizador de Sitios Web de Google, una herramienta gratuita que te ayuda a realizar simples pruebas divididas en tus propios sitios.

Puedes obtener una cuenta gratuita en:

<http://www.google.com/websiteoptimizer>

Al hacer pruebas divididas, comienza con **solamente un elemento a la vez**.

Por ejemplo, si cambias el encabezado en tu página de aterrizaje, deja todo lo demás en su estado original hasta que determines si modificar tu encabezado ayuda a tus tasas de conversión.

Una vez que determines qué encabezado funciona mejor, cambia otro elemento de tu página de aterrizaje, como el esquema de colores, el formulario de registro, o una sinopsis de tu oferta.

Siempre prueba el original contra la variante, y dale suficiente tiempo para determinar con precisión si tus cambios han aumentado tu tasa de suscripción antes de realizar cambios permanentes.

Generando Prospectos

Regalos

Los regalos son eventos en donde te permites enviar un incentivo sin costo para ganar más suscriptores. Estos generalmente funcionan mejor en nichos de marketing por internet, porque es más fácil encontrar un gran grupo de personas con listas similares

No obstante, es posible realizar eventos de regalos en otros nichos si puedes ubicar un número de personas con listas de tamaño decente con quienes promover dichos regalos.

Las reglas cambian entre estos regalos, pero aquí hay dos de las más comunes:

1. Debes contribuir con un regalo de valor significativo. Por ejemplo, puede ser una serie de videos, un eBook que hayas escrito, o un paquete de artículos con derechos de Marca Privada que hayas creado.
2. Debes promover el regalo con tu lista. Algunos eventos requieren que todos los participantes tengan una lista de un tamaño mínimo; otros no tienen un mínimo.

Los eventos con regalos son especialmente comunes alrededor de las días festivos o eventos mayores. Puedes comenzar uno propio, o verte involucrado en eventos hechos por terceros.

Debes estar seguro de que el producto que estás regalando es de extremadamente alta calidad. No querrás regalar basura, porque la gente automáticamente va a asumir que todo lo que tienes es basura. Así, si regalas material de calidad, la gente buscará tus productos y será más propensa a comprarlos.

Nota: cuando te unes a sitios con regalos, te pedirán que ofrezcas un enlace gratuito de la misma manera que lo haces en tus propias páginas de aterrizaje.

Una vez que te unes a esos sitios como contribuidor, podrás editar tu regalo para que dirija a suscriptores potenciales a tu página de aterrizaje que has alojado en ese lugar.

Los suscriptores se unen a tu lista directamente, y no son administrados por el proveedor del sitio.

Alianzas Estratégicas

Las alianzas estratégicas pueden ser extremadamente redituables en términos de construir tu lista. Incluso si no estás vendiendo nada, una AE coordinada con alguien que tiene una lista de tamaño similar a la tuya puede ayudar a ambos a obtener más suscriptores.

Una gran manera de hacer que las alianzas estratégicas funcionen para ti es localizar a personas que tienen listas similares en el mismo nicho e intercambiar correos hacia tu página de aterrizaje.

Un ejemplo del email que enviarías sería:

Solo una nota rápida para enterarte de que mi amigo, Juan Pérez, está ofreciendo un nuevo reporte gratuito sobre los cambios de algoritmos de Google. ¡Está repartiendo este reporte de manera gratuita, así que apresúrate para obtener una copia mientras puedas en www.enlace.com!

Entonces la otra persona envía un correo similar a su lista con tu oferta. Pueden incrementar significativamente el tamaño de la lista del otro de esta manera.

Para encontrar alianzas estratégicas, nada mejor que buscar a aquellos que están en tu mismo nicho de mercado pero que no son tu competencia directa, y entablar contacto con ellos para ver de qué manera pueden ayudarse mutuamente.

Ventas Posteriores

Si estás vendiendo tus propios productos, no puedo exaltar lo suficiente la importancia de recolectar las direcciones de correo de tus compradores.

Es grandioso recolectar las direcciones de correo de la gente que se suscribe por un reporte gratuito o algo similar, pero esas personas pueden o no pueden comprarte nada nunca.

Sin embargo, alguien que ya ha comprado algún producto tuyo:

1. Ya ha probado que está dispuesto a gastar dinero en internet.
2. Ha probado que confía en ti lo suficiente como para invertir en ti.
3. Ya ha (con suerte) recibido suficiente valor de ti que están dispuestos a comprarte de nuevo.

Si puedes asegurar que todos tus productos son realmente de alto valor y ofrecer muchísimo valor por el dinero que cobras, obtendrás clientes repetidos. ¿Y qué mejor manera de llegar a esas personas que mandándoles correo directamente?

Siempre trata de que tus clientes se suscriban después de una compra. No obstante, nunca, nunca trates de forzarlos a suscribirse. Algunas personas prueban trucos como forzar a la gente a suscribirse a su lista para acceder a la descarga que han adquirido. Esto solamente hará que las personas se enojen. Si la gente paga por algo, entrégalo de manera rápida y amable.

Es mejor ofrecer algo adicional de manera gratuita como incentivo para unirse a tu lista. Esto puede ser un reporte gratuito, pero algo de más valor puede ser necesario para gente que acaba de comprar algo de ti.

De forma alternativa, puedes hacerles saber que cualquier actualización sobre tu producto les será enviada al correo si se suscriben. Si haces esto, querrás crear listas de correo separadas para los compradores de cada producto específico que lances. De esta manera, no estarás enviando actualizaciones del producto a gente que no lo ha comprado.

Crea Múltiples Páginas de Aterrizaje

En lugar de construir una sola página de aterrizaje, considera crear una red de páginas de registro que cubran varios mercados, así como EL MISMO mercado, pero ofreciendo un producto de regalo diferente

Al hacer esto, serás capaz de llegar a todo tipo de personas que puede que no estén interesadas en una oferta, pero que felizmente se registrarán para obtener otra. Además, fácilmente puedes hacer pruebas divididas de diferentes esquemas y plantillas al ejecutar varias páginas de registro al mismo tiempo.

Ten en cuenta que mientras más páginas de aterrizaje tengas en circulación, más exposición tendrás.

Nota: puedes usar la misma secuencia de autoresponder para todas tus páginas de aterrizaje dentro del mismo nicho de mercado, mientras puedas personalizar el correo de introducción para que incluya la oferta o el regalo únicos de cada página.

Implementa Tu Página de Aterrizaje en Perfiles Sociales

Si tienes una página en Squidoo, ahora puedes agregar páginas de aterrizaje directamente en tu página existente. Está disponible como un módulo, y es una buena manera de generar tráfico instantáneo a una página de aterrizaje alojada en un sitio externo.

Puedes establecer un número ilimitado de páginas en Squidoo, incorporando tu página de aterrizaje en cada una. Solo asegúrate de hacer suficiente contenido dentro de Squidoo de manera que ofrezcas algo de valor para los visitantes.

Nota: Squidoo es considerado un sitio web de autoridad y tiene bastante peso dentro de los motores de búsqueda. No solo podrás generar prospectos frescos con tu página de aterrizaje, sino que también puedes agregar enlaces a tu página en Squidoo que lleven a los visitantes a tus otras páginas de aterrizaje también.

<http://www.Squidoo.com>

También deberías agregar tu página de aterrizaje en tu perfil de www.twitter.com, así como a cualquier otra comunidad social de la que formes parte, incluyendo Facebook, YouTube y Google+.

Marketing de Artículos

El marketing de artículos es una estrategia de marketing muy efectiva (¡y gratuita!) y para muchos de nosotros, termina siendo nuestra fuerza primaria para generar tráfico constante a nuestras páginas de aterrizaje.

Con el marketing de artículos, todo trata acerca de ofrecer contenido relevante y de alta calidad que vaya dirigido a tu mercado y los impulse a investigar tu cuadro de recursos, y visitar tu sitio web para conocer más sobre ti.

El marketing de artículos es extremadamente fácil de establecer, e incluso si no eres un buen escritor, puedes fácilmente subcontratar la creación de artículos a escritores de alta calidad y costeables.

Aún si tu presupuesto es muy pequeño, no hay razón para que no puedas compilar un paquete pequeño de artículos, de entre 300 y 500 palabras de longitud, que estén altamente dirigidos a tu mercado y sean relevantes al tema de tu página de aterrizaje.

Comienza enviando de 3 a 5 artículos cada semana, y antes de que te des cuenta, tu campaña de artículos generará un tráfico consistente hacia tus páginas de aterrizaje. Mientras continúas expandiendo el número de artículos en circulación, podrás generar más tráfico de forma regular.

Solo asegúrate de que los artículos que envías a los directorios de artículos están excepcionalmente escritos y dirigidos.

Después de todo, estos artículos te representan a ti y tu marca, y quieres que tus lectores queden impresionados con la calidad, ya que seguramente opinarán lo mismo de tus otros productos basados en la información contenida dentro del artículo.

Presta atención al construir tu caja de recursos de autor (que está agregada dentro de cada artículo que envías).

Esta caja de recursos es el único lugar en donde se te permite incluir enlaces externos, y querrás incluir un llamado a la acción que motive a tu lector a dar clic en el enlace y visitar tu página de aterrizaje.

También querrás usar las palabras adecuadas en el texto del enlace, para que además de generar tráfico desde los directorios de artículos, también puedas posicionarte con palabras específicas dentro de los motores de búsqueda.

Ejemplo:

“Haz clic en el enlace para más técnicas y [tips de marketing de artículos.](#)”

Luego, en otro artículo, puedes usar una caja de herramientas diferente con un texto de enlace ligeramente diferente, tal como:

“Haz clic en el siguiente enlace para una guía gratis de [marketing de artículos para novatos.](#)”

De igual forma, cerciérate de incluir tus palabras y frases clave primarias dentro del contenido del mismo artículo, para que el contenido del artículo aparezca dentro de los resultados de búsqueda de los motores de búsqueda principales como Google.com, así como en la función de búsqueda interna de los sitios web de directorios de artículos.

Aquí hay unos cuantos directorios de artículos para comenzar:

<http://www.Directorio-Articulos.com/>

www.ArticulosYa.com

<http://www.Articulo.org/>

Servicios de Co-Registro

Un co-registro involucra un esfuerzo de marketing cooperativo entre aquellos que buscan satisfacer un mismo (o similar) nicho de mercado, en donde promueven el sitio del otro a sus suscriptores.

Puedes acercarte a tu competencia de marketers de email y ofrecerles una oportunidad de alianza estratégica. Pero, a menos que tu lista se encuentre bien establecida, es poco probable que puedas encontrar muchos marketers que estén interesados.

Una solución simple es comprar un paquete de un proveedor de servicio de co-registro que destaque tu eZine, y te ayude a crecer tu lista de suscriptores.

El problema con esto es que puede que tus prospectos no sean muy objetivos, dependiendo el servicio con el que contrates. Sin embargo, es un método simple y costeable para comenzar tus esfuerzos de creación de listas, con muy poco esfuerzo involucrado.

Aquí hay unos cuantos servicios de co-registro a considerar:

<http://www.adsalsa.com/coregistro.htm>

<http://www.anelismurcia.com/posicionamiento-web-murcia.php>

<http://www.coregistros.com/>

Publicidad de eZine

Uno de los métodos más sencillos para construir tu propia lista de suscriptores es comprar publicidad en eZines establecidos relativos a tu nicho de mercado.

Puedes considerar comprar un anuncio SOLO, o por un precio más bajo, comprar un espacio publicitario en un boletín existente.

Necesitas medir qué tan eficientes son tus anuncios de eZine para que puedas asegurarte de que valen el dinero que estás pagando para que salga tu anuncio.

Si sucede que la promoción en el eZine está generando suficiente tráfico para justificar más publicidad, considera comprar un anuncio de anunciante especial dentro de eZines y boletines selectos para máxima exposición.

Tu anuncio debe ser acerca de tu página de aterrizaje, y proveer información acerca de tu oferta.

Otras Formas de Obtener Suscriptores

Existen muchas maneras de localizar suscriptores, y si eres inteligente y creativo, probablemente puedes pensar en docenas de maneras que otras personas en tu nicho no están usando.

1. Coloca anuncios baratos en periódicos y revistas, especialmente aquellos relacionados con tu nicho. Frecuentemente puedes obtener anuncios económicos esperando justo antes de la fecha de cierre para ordenar y obtener espacios aún disponibles.

Las revistas comúnmente negocian precios más bajos en lugares sin vender, de manera que hagan, aunque sea un poco de dinero con anuncios que de otra manera no se venderían.

2. Cooperar con los negocios locales de tu nicho. Haz que ofrezcan un regalo con la URL de tu página de aterrizaje impresa. Por ejemplo, si ofreces un producto para reducir de peso, podrías asociarte con los gimnasios o farmacias locales.
3. Coloca anuncios en los periódicos de ofertas de tu comunidad. Estos con frecuencia ofrecen colocar tus anuncios de manera gratuita o por un bajo costo. Si tu producto es gratuito, probablemente obtengas una respuesta decente.

Intenta con video marketing. Carga videos interesantes y útiles para tu nicho a sitios como YouTube y enlaza a tu página de aterrizaje en la descripción.

Con sitios de videos como www.YouTube.com, nunca ha sido más fácil usar el poder de los videos virales para generar tráfico fresco a tus sitios. Todo lo que necesitas es desarrollar un video o presentación de diapositivas que promocióne tu regalo y dirija a la gente a tu página de aterrizaje.

Mejor aún, incorpora a tus video tutoriales basados en tu nicho de mercado los enlaces directos a tu página de aterrizaje de manera que aparezcan al final del video.

De esa manera, en lugar de establecer campañas de video marketing que solo ofrecen una presentación promocional, estás agregando valor a la comunidad al ofrecer información útil que tu audiencia objetivo apreciará.

Como el contenido de los artículos, los motores de búsqueda posicionan a las páginas de videos individualmente, así que si cargas un video que recibe una buena cantidad de exposición, te beneficiarás de un posicionamiento más alto en los motores de búsqueda, así como de la exposición directa en la misma comunidad de videos.

Administración Efectiva de Listas

Una vez que has construido una lista de unas cuantas docenas de personas, es hora de comenzar a cultivar la lista. Un manejo de listas adecuado requiere el envío de contenido de calidad para mantener a tus suscriptores interesados, y también el envío de ofertas de calidad que puedan interesarles.

Contenido

Es muy importante enviar a tu lista contenido de calidad de manera frecuente. No solo envíes correos con promociones uno tras otro. Nadie va a abrir tus correos si todo lo que mandas son anuncios.

Es importante mantener un balance entre contenido y anuncios. Si envías contenido muy seguido, se acostumbrarán a esperar que nunca envíes anuncios, y cuando lo hagas se molestarán. Sin embargo, si envías anuncios muy seguido, no se molestarán en leer tu contenido cuando lo envías, y puedo que hasta cancelen su suscripción.

No se trata solamente de balance. Necesitas asegurarte de que no envías tantos correos en general. Si alguien recibe más de unos cuantos mensajes de ti en una semana, incluso si están llenos de excelente contenido, con toda seguridad les molestará.

Te recomiendo no enviar correos a tu lista todos los días. En su lugar, envía de 3 a 5 mensajes por semana, con al menos 1/3 de esos con puro contenido.

En otras palabras, solo debes enviar uno o dos mensajes promocionales a la semana.

En cuanto al contenido, puedes enviar cosas como:

- Enlaces a videos informativos
- Reportes gratuitos
- Mensajes sobre las últimas noticias de tu nicho

La mayoría de personas estarán felices de recibir mensajes como este, y los mantendrá abriendo tus correos.

Correos Promocionales

Los mensajes promocionales deben ser enviados únicamente cuando tengas algo que realmente valga la pena promocionar. He visto a tantos dueños de listas enviar cualquier oferta que se les atraviesa, y casi al instante cancelo mi suscripción con ellos.

En vez de eso, guarda tus mensajes de promoción para aquellas ofertas que son realmente valiosas. Busca contenido de alta calidad, valor excepcional, y una buena comisión para ti.

No te molestes en enviar correos sobre productos que solamente cuestan \$10, u ofertas que son basura. Tu lista estará muy enojada contigo si continúas enviándoles anuncios basura. De ser posible, consigue una reseña de cada producto que estás considerando promover, para conocer su calidad.

Haciendo Dinero con Tu Lista

Muchas personas no entienden como monetizar adecuadamente su lista, y terminan pensando que el marketing por email no es tan redituable como creían. El problema puede simplemente ser que no están monetizando su lista correctamente.

No es tan sencillo como puedes pensar monetizar de forma adecuada una lista de correos. No es solo elegir ofertas al azar y enviarlas, esperando que tarde o temprano algo pegue. Solamente terminarás molestando a tus suscriptores.

En vez de eso, elige tus ofertas con cuidado. Pruébalas tú mismo para estar seguro de que son los mejores productos posibles.

Ahora veamos las diferentes maneras en que puedes monetizar tu lista efectivamente:

Tus Productos

Quizás la mejor manera de monetizar tu lista es a través de la venta de tus propios productos. Obviamente, el mayor beneficio de tener tus propios productos es que te quedas con el 100% de las ganancias, en lugar de recibir solamente un porcentaje como afiliado. Adicionalmente, puedes establecer un programa de afiliados, multiplicando así tu potencial de ganancias.

Otra gran razón para crear tus propios productos es el hecho de que recibes pagos directamente a tu cuenta PayPal en lugar de tener que esperar a que

lleguen los pagos de afiliados. Si necesitas dinero rápido, esta es la manera de obtenerlo.

Como propietario del producto, también podrás ofrecer cupones de descuento para él, permitiéndote hacer ofertas especiales solamente para miembros de tu lista. Darles un gran descuento del precio público de tu producto les va a inspirar lealtad, y a que compren continuamente de ti.

Productos de Afiliado

La mayoría de dueños de listas promocionan programas de afiliados de vez en cuando. De hecho, casi cualquiera lo hace eventualmente, pues es extremadamente difícil lanzar productos propios constantemente. Eventualmente se te agotarán los temas para cubrir en tu nicho.

Entrar a programas de afiliados es una gran alternativa, pero debes tener cuidado. La tentación de promover productos sin revisar su calidad es muy grande, pero debes resistir.

Necesitas revisar cada uno de los productos que consideres promocionar. De otra manera, puedes terminar por dañar seriamente tu relación con tu lista si promueves de manera no intencional un producto defectuoso.

Para encontrar productos de afiliados de manera fácil no tienes que buscar más lejos que ClickBank. Ellos cuentan con un mercado específico para productos de habla hispana, y con solo crear una cuenta tendrás acceso a toda una gama de productos cuyos propietarios buscan afiliados.

Este es el sitio de ClickBank en español:

<http://www.clickbank.com/index.html?locale=ES>

Por supuesto, puede que no encuentres nada para promocionar que entre en tu nicho de mercado.

En este caso, puedes buscar programas de afiliado individuales. Hay miles de estos en todos lados, y pueden ser extremadamente redituables si tienes una lista de tamaño decente.

Sin embargo, si tu lista es algo pequeña, probablemente sea mejor evitarlos. Puede que tengas problemas haciendo un pago mínimo para un simple producto si no tienes una lista larga.

Una forma de localizar programas de afiliados es buscando las palabras clave deseadas con frases con “programa de afiliados” o “afiliados”.

Digamos que tienes un sitio web sobre construcción de canastas. Puede que desees promocionar productos que enseñen las técnicas de construcción, o tal vez kits de construcción.

Entonces podrías buscar en Google algo como:

- Tejido canastas “programa de afiliados”
- Kit tejer canastas “afiliados”

La mayoría de veces encontrarás al menos un puñado de programas de afiliados para cualquier cosa que busques. Esto no siempre será verdad, especialmente en nichos muy pequeños, pero generalmente esto nos sucede.

Alianzas Estratégicas

Las alianzas estratégicas son muy similares a los programas de afiliados. Algunas veces son usados solamente para promover listas de forma cruzada, pero también pueden ser muy redituables.

Por ejemplo, si alguien tiene un producto a promover, puede que inviten a algunos individuos a promocionar su producto en un programa tipo afiliado privado. Cada persona puede ser pagada en efectivo o de otra manera.

Si el pago no es en efectivo, por ejemplo, la persona que has promovido puede devolverte el favor enviando un correo a su lista a tu nombre. Esto puede ser extremadamente rentable si tienen una larga lista que sea responsiva.

Anuncios Solo

Otra idea rentable es ofrecer enviar anuncios para otras personas a tu lista por una cuota. En este caso, a ti te pagan incluso si tu lista no es muy responsiva, porque puedes cobrar por adelantado este servicio.

Ofertas CPA (Costo Por Acción)

Si no puedes encontrar productos apropiados para promover, o se te acaban los productos a promocionar, puedes considerar promover ofertas CPA.

Si decides hacerlo, debes asegurarte de escoger tus ofertas cuidadosamente. Las ofertas CPA están llenas de trucos, y podrías terminar por enfadar a tus suscriptores.

Te sugiero utilizar esto como un último recurso, pero si no tienes otras buenas opciones, podría darte algo de dinero siempre y cuando seas cuidadoso.

Puedes tener problemas en ser aceptado en redes de CPA como un marketer por email, por lo que es práctico tener un blog o sitio web para usar al registrarte.

Recuerda incluir tu dirección de correo correcta y un número telefónico al unirte, porque probablemente querrán llamarte para verificar tu información.

Algunas de las redes más populares de CPA incluyen:

>> <http://www.neverblue.com>

>> <http://www.marketleverage.com>

>> <http://www.maxbounty.com>

Maximizando Tus Ganancias

Si no estás viendo un porcentaje decente de suscriptores respondiendo a tus ofertas, necesitas tomar medidas para incrementar las ventas.

Hay un gran número de formas de hacerlo. Vamos a ver algunas de las más efectivas para incrementar las ventas con tu lista.

Bonos

El método más popular para incrementar ventas es ofrecer bonos. Esto se hace con más frecuencia con promociones de afiliado, especialmente aquellas muy nuevas durante los periodos iniciales de lanzamiento.

La razón principal por la que la gente ofrece bonos es para motivar a las personas a comprar a través de su enlace de afiliado propio, en lugar del de alguien más. En nichos como el marketing por internet, por ejemplo, un individuo puede recibir una docena o más de correos sobre un simple producto, especialmente durante la primera semana de lanzamiento.

Es una idea popular comenzar a enviar avisos sobre tus bonos antes del lanzamiento de un producto que sabes será popular. De esta manera, la gente puede decidir comprar a través de tu enlace antes de que exista la posibilidad de que lo compren a través del de alguien más.

Es actualmente muy común que la gente reciba bonos que valen mucho más que el producto en sí mismo. Por ejemplo, alguien podría regalar un curso que se vende por \$497 como bono de un producto que cuesta \$197.

¿Por qué? Porque probablemente ya han saturado ese producto de \$497 con su lista de cualquier modo, así que las únicas personas que recibirán el producto sin costo son probablemente personas que ya han visto su anuncio y decidieron no comprarlo.

Quizás estaba fuera de su rango de adquisición, pero el producto de \$197 entra en ese rango.

Algunas personas ofrecen a un gran grupo de bonos más pequeños para que parezca que ofrecen más. Podrías, por ejemplo, ofrecer una docena de reportes, eBooks, y productos con derechos de reventa como bono a un producto de marketing en internet.

Solo asegúrate de que ofreces bonos que se relacionan con el producto anunciado. Si estás promocionando un producto acerca de hacer dinero con CPA, un paquete de eBooks de Derechos de Reventa puede que no sea lo mejor, pero una lista de 500 redes CPA junto con una guía sobre cómo ser aceptado en ellos puede funcionar muy bien.

Para poder estar seguro de que ofreces solamente tus bonos a aquellos que han hecho compras de forma legítima a través de tu enlace, necesitas algún tipo de prueba de que efectivamente han comprado con tu enlace.

Esto puede ser un número de recibo o una captura de pantalla de su recibo, pero puede que no tengas acceso o modo de verificar esto. De cualquier modo, con solo mencionar que verificarás cada venta puede ser suficiente para disuadir a las personas deshonestas.

Una advertencia:

Asegúrate de contactar al dueño de un producto antes de ofrecer un bono, y que están de acuerdo en que utilices este método de marketing. Muchos propietarios de productos no lo permiten, pues si fallas en entregar los productos que prometiste, los hace vermal.

De hecho, ha habido casos en donde dueños de productos han tenido que responder por el bono ofrecido, costándoles miles de dólares. Podrás entender por qué a muchos marketers les causa conflictos el permitir esto.

Esto ha sido tanto problema que algunas redes de afiliados no recomiendan los bonos, incluso prohibiéndolos a veces, así que revisa bien las reglas antes de hacer esto.

Rebajas

Ofrecer una rebaja para un producto comprado a través de tu enlace también puede ser redituable, pero te enfrentarás a los mismos problemas que al ofrecer los bonos.

Recuerda, si no cumples con las rebajas que prometiste, muchos clientes harán responsable al dueño del producto. Esto podría costarles una gran cantidad de dinero y dañar su reputación. Por lo tanto, debes estar preparado para cumplir, y checar primero con el propietario del producto.

Si decides ofrecer una rebaja, querrás hacerlo por alrededor del 25% ~ 50% del total que ganarías como afiliado. Si ganas \$100 como afiliado, puedes ofrecer una rebaja de entre \$25 y \$50.

La mayoría de rebajas las hace PayPal, así que cerciórate de especificar el método de pago, así como el tiempo en que la gente puede esperar que se le reembolse el descuento en su cuenta.

Debes estar seguro de que hay una manera de verificar las ventas si ofreces rebajas de efectivo, pues una persona deshonesto podría costarte mucho dinero, mientras que ofrecer bonos generalmente cuesta solo un poco de tiempo.

Texto de Asunto del Correo

El asunto de tu email es crítico en extremo, pero la mayoría de personas no se molestan en invertir tiempo pensando uno bueno. De hecho, un cambio de este texto podría duplicar o triplicar la medida en que la gente abre tus correos.

Recuerda, mientras más personas abran y lean tus mensajes, más personas serán compradores potenciales. Así, hacer que la gente abra tus mensajes es el primer paso para obtener más ventas.

Ensalza tu texto de asunto y haz que la gente quiera realmente abrir tus mensajes. ¡Capta su atención, y déjales saber que adentro hay algo realmente importante esperándoles!

Advertencia:

No uses líneas de asunto engañosas o confusas. Esto realmente molestará a la gente y puede resultar en un número enorme de cancelaciones a tu lista.

Una estrategia común para una línea de asunto es:

“Notificación de Pago”

Las personas abren el mensaje creyendo que han recibido dinero vía PayPal solo para descubrir un mensaje parecido a:

“¡Imagina ver eso en tu bandeja de entrada todos los días! ¿Y si pudieras ver docenas cada día?”

Para alguien que está dependiendo de ello para vivir, la decepción al darse cuenta que no es una notificación real será extremadamente molesta, y probablemente perderás a esa persona como suscriptor.

Otra táctica común es un asunto como:

“Tu Nombre: ¡Mensaje Personal Urgente!

Primero que nada, no hay nada urgente en una carta de ventas, sin importar lo grandioso del producto. Y segundo, una carta de ventas **no** es personal. Esto es deshonesto en extremo, y es otro asunto que realmente molesta a las personas.

Una última línea de asunto que nunca debes usar es:

“Re:_____”

Usar “Re:” en el asunto es un truco para que la gente crea que el mensaje es importante, porque parece que alguien está contestando a un mensaje que han enviado.

Algunas personas justifican esto clamando que simplemente significa “Relativo a_____”, pero todos sabemos que están usando tácticas engañosas, y los suscriptores lo saben también.

Por supuesto que quieres llamar la atención y hacer que la gente abra tus mensajes, pero ten cuidado de hacerlo de una manera que no dañe tu base de suscriptores.

Llamado a la Acción

Un buen llamado a la acción es exageradamente importante, pero la mayoría de marketers de correo fracasan al incluir esto en sus mensajes.

Básicamente, un llamado a la acción le dice a alguien lo que necesita hacer.

Si quieres que alguien se una a tu lista de correo, dirías algo como “Suscríbete ahora para obtener tu reporte 100% gratis sobre los 10 peores peligros de que tus hijos anden libres por la casa”.

Si quieres que alguien considere comprar algo, querrás usar algo similar. Por ejemplo, podrías usar algo parecido a “Esta oferta no estará abierta mucho tiempo. ¡Obtén acceso ahora antes que se cierren las puertas para siempre!”.

Hagas lo que hagas, no digas simplemente “Clic aquí para obtener el tuyo”. Hay muchos marketers haciendo eso, y es aburrido y poco eficiente.

Escases

La escases es una enorme táctica para incrementar ventas mientras puedas convencer a las personas de que hay una razón legítima para esa escases.

El problema es que muchas personas no hacen un buen trabajo en brindar a la gente una buena razón, así que asumen que todo es falso y no responden.

La escases funciona mejor si el producto es tuyo, porque creas la escases tú mismo. Sin embargo, también puedes aplicar el efecto de escases si promocionas un producto de afiliado y estos han construido la táctica dentro de su campaña de marketing.

Muchos marketers usan la escases estos días. Por ejemplo, muchos lanzamientos de productos claman que cerrarán sus puertas para siempre después de determinado tiempo. Esto es efectivo, pues la gente sabe que, si quiere obtener el producto, deben tomar una decisión rápido

Si el producto es propio, debes dejar saber a la gente por qué estás limitando el producto. Esto le dará veracidad a la escases.

Aquí hay algunas ideas para razones de escases:

- Evitar saturación de técnicas
- Vas a salir de la ciudad
- Es una edición limitada
- Es solamente una prueba

Asegúrate de que la razón tiene sentido para cualquier cosa que estés vendiendo y la manera en que lo haces, porque la escases es crucial. La gente se marchará si cree que estás mintiendo solamente para hacer que compren rápido.

Como puedes imaginar, eso arruinaría las ventas a largo plazo, algo que obviamente no queremos arriesgar cuando se trata de tus listas.

Incrementos de Precio e Incrementos Diminutos

Otra gran forma de incrementar las ventas es a través de incrementos de precio e incrementos diminutos. Estos son dos métodos diferentes que funcionan de manera similar.

Por supuesto, no funcionará con promociones de afiliados a menos que el dueño del producto lo haga, pero definitivamente funcionará con tus productos.

Con los incrementos de precio estándares, simplemente mencionas que el precio va a aumentar después de cierto tiempo, o después de cierto número de ventas.

Con los incrementos diminutos, utilizas un script que causa que el precio aumente por una cantidad muy pequeña, como 10 centavos, cada vez que se vende una copia, o después de que un número de copias han sido vendidas.

Ambos métodos funcionan muy bien para incrementar las ventas.

Incrementar la Probabilidad de Entrega de Tus Correos

Mencioné anteriormente que deberías usar un servicio de autoresponder para asegurarte que entras en las listas seguras de envíos, pero hay otra cosa muy importante que debes hacer para asegurarte que tus mensajes no quedan atrapados en los filtros antispam.

Hay una lista de palabras que muchos filtros de spam usan para eliminar tales correos. Si tu correo contiene cualquiera de esas palabras, hay una alta probabilidad de que quedará atrapado en los filtros de spam incluso cuando los receptores se han suscrito a él.

Comentarios Finales

El marketing por email es extremadamente redituable, pero tiene sus trucos. No puedes esperar enviar correos al azar uno tras otro y hacer mucho dinero. Simplemente no funciona así.

Tienes que trabajar duro para cultivar una lista responsiva. Tienes que construir una reputación con tus suscriptores. Déjales saber que te interesan, y que no estás ahí simplemente para hacer dinero con ellos.

Si puedes ganar su confianza y respeto, tu lista te dará una increíble cantidad de dinero. Solo asegúrate de que nunca harás algo que dañe esa confianza. ¡Tu reputación vale una fortuna!

¡Buena suerte con tu marketing por correo!



Joel Molina
Asesor Mentor de Marketing Digital

Atención Gran Oportunidad de Negocios,
Regístrate Completamente GRATIS y
Recibe \$5 Dólares de Inmediato en tu
Cuenta de Workadi...

[Solo debes hacer clic en la Imagen a Continuación:](#)

