



CREAR ANUNCIOS EFECTIVOS

PASO A PASO MEJORA LA COMUNICACIÓN CON TUS CLIENTES Y VENDE MAS



Introducción.

¿Cuáles son los nuevos conceptos que se han de implementar para el éxito en la nueva economía?

Lo más importante es el concepto de comunidad, muy mencionado, pero poco comprendido.

Las relaciones, tanto entre empresas como entre la empresa y el consumidor, son clave cuando las firmen aprenden a coevolucionar en las comunidades de negocios on-line.

Se trata de Comunidades de Negocios Electrónicos, una nueva forma de organización comercial que surge con la tecnología digital.

Es vital que lo entienda y ponga en acción su creatividad. Considere pues, todo lo que lea en estos capítulos como materia en estado bruto, transformable por usted mismo de acuerdo con su personalidad y sus circunstancias particulares.

Usted primero debe conseguir la ATENCIÓN de sus oyentes o lectores.

¿Ha intentado convencer a unos cuantos amigos de ir a su restaurante favorito? Recuerde como lo hizo. Seguro que les menciono detalles específicos tentadores de la comida, de una salsa especial, de la atención que recibe, del excelente ambiente. Describe imágenes de buenos ratos y comidas fantásticas. Su lenguaje hace agua la boca y su entusiasmo toma la delantera. Aplique esa misma energía, intensidad y entusiasmo cuando trabaje en la redacción de una carta de venta o un anuncio clasificado. Piense que tiene enfrente a su potencial comprador y tiene que sacarle el SI. Y sus éxitos serán grandiosos. Ciertamente, cualquiera puede vender algo a alguien. Algunas cosas son mas fácil de vender que otras y algunas personas trabajan mas duro vendiendo que otras. Pero sin tener en cuenta lo que usted esta vendiendo o incluso como usted esta intentando venderlo, si usted hace su presentación a bastantes personas, usted encontrará un comprador. Esos resultados aumentan el 300% si utiliza la estrategia adecuada. Recuerde, usted cobra según sus propios esfuerzos, habilidad y conocimiento. Usted tiene que comenzar por estudiar, aplicar lo que aprende y aprender de la experiencia.

No espere resultados si se limita a poner una página en Internet y a esperar que lo encuentren y le compren.

Una vez que usted haya sometido su sitio a los motores de Búsqueda, es hora de centrarse en listas de discusión por e-mail, boletines, newsgroups, tablón de anuncios, anuncios clasificados gratis y anuncios pagos para conseguir flujo de liquidez inmediata.

Primer Concepto Básico:

Sus anuncios clasificados no venden Producto o servicio. Es perder tiempo intentándolo.

Lo que un anuncio tiene que lograr es DESPERTAR EL INTERES Y hacer que el lector entre en ACCION solicitando mayor información.

¿Es posible AUMENTAR el número de ventas que hoy consigue? SI. Y es más fácil de lo que usted piensa.

1. Se trata de diseñar anuncios vendedores, que generen ATENCIÓN, INTERES, DESEO y lleve a la ACCCIÓN para que muchas personas soliciten información.

2. Que usted conteste INMEDIATAMENTE todo pedido de más información ya sea en forma manual o con Autoresponder Siempre insisto en utilizar Autoresponder porque contestar manualmente a cientos de pedidos de información exige un esfuerzo muy grande pero lo peor es que cuando usted ha contestado miles de pedidos luego tiene que hacer seguimiento y eso es prácticamente imposible hacerlo manualmente.

El Autoresponder no solo contesta automáticamente todas los pedidos de información sino que hace seguimiento automático sin que usted mueva un dedo.

Es tener un robot que trabaja las 24 horas para usted. Para lograr que mas personas le soliciten información en el próximo capítulo le diré la FORMULA para escribir cartas y anuncios clasificados.

Los anuncios clasificados, en pocas palabras tienen que Despertar el deseo a saber más sobre sus productos o Servicios:

Luego, cuando usted contesta por correo electrónico tiene Que enviar no solo información de su producto/servicio, sino que debe suministrar algún tema o noticia extra y así invitarlo a leer todo su mensaje. En su contestación puede aprovechar para

1.PROMOCIONAR SU WEB (aumentando su trafico)

2.PROMOCIONAR SU BOLETIN (consiguiendo mas miembros suscriptos a su grupo de afinidad

3.PROMOCIONAR SU PRODUCTO O SERVICIO (destacando beneficios y ventajas) Solo se trata de redactar esos avisos con palabras magnéticas, irresistibles despierten ATENCIÓN, INTERES, un fuerte DESEO de comprar o de tener más información y de esa forma motiva a ACTUAR, a que haga lo que

usted quiere que haga el lector. Y usted se lo tiene que decir: llame hoy por teléfono, envíe hoy e-mail a: y recibirá respuesta inmediata.

FORMULA PARA ESCRIBIR CARTAS O ANUNCIOS CLASIFICADOS

Hablar en público, escribir al público es una virtud, una habilidad y a la vez una destreza.

Con práctica y estudio puede aprenderse, aunque algunos pueden tener una mayor capacidad innata para desarrollarla.

Algunas normas básicas son:

Brevedad

Es importante la calidad de su contenido, aunque sea breve en su cantidad.

Ahora bien, una carta de venta, para persuadir a comprar, hay que extenderse a varias páginas porque usted tiene que dar a las personas una explicación completa antes que ellos le compren.

Más todavía, las estadísticas dicen que una persona necesita que le visiten de 5 a 7 veces antes de decidir una compra.

Simplicidad

El lenguaje debe ser comprendido por todo el público. Todo mensaje o anuncio debe ser podido entender por la inteligencia de un niño. Hay que esforzarse para hacer una comunicación clara, simple y fácil de leer. Evite utilizar palabras difíciles, frases largas.

Sinceridad

El público oyente o lector tiene un sexto sentido para detectar insinceridad y si es Ud. quien está escribiendo corre un tremendo riesgo si intenta hacer creer a otras personas en cosas que usted no cree. Usted, al escribir, tiene que ir recto al interés del lector, su potencial cliente. Se trata que usted no piense en usted, sino que, en primer lugar, piense en él y que su mensaje esté dirigido a los intereses de su potencial comprador.

Resumen:

ATENCIÓN - INTERES - DESEO - ACCION

El mercadeo eficaz es un inmenso campo. Incluye herramientas de comercialización como correo directo, anuncios clasificados, newgroups, boletines, listas, radio, televisión y mas.

De hecho, el acercamiento y los métodos que usted puede decidir tomar sólo están limitados por su imaginación y sus recursos.

Sin embargo, HAY REGLAS BASICAS QUE NO CAMBIAN. Ellas son:

1.Usted debe conseguir la **ATENCIÓN** de un potencial comprador (El Titular del anuncio es la parte más importante) Algo en su anuncio debe tener "gancho" atrapar su ATENCIÓN

2.Usted debe crear el **INTERES** del lector (Su anuncio debe construirse alrededor de una idea que ofrezca valor y sea una necesidad para el lector). ¿En que beneficia su producto o servicio a su potencial cliente? DIGALO.

3.Usted debe despertar el **DESEO** del lector (Enfocando todo en los beneficios que recibirá). Crear al interés no es suficiente. El anuncio o carta de venta debe "estimular más allá" Mientras el interés se puede obtener por las ventajas prácticas que ofrece su producto/servicio, el deseo necesita mover una reacción más emocional. ¿Hay algo en su producto/servicio que haga excitar, que genere esperanza a vivir mejor, a una seguridad? Usted tiene que pensar en su lector, que este, al leer pueda imaginar un olor, pueda ver u oír algo de su producto. ¿Dinero? Realmente las personas no deseamos dinero. Deseamos las sensaciones que pensamos que el dinero nos traerá: felicidad, seguridad por mucho tiempo. La palabra dinero puede accionar el deseo por sensaciones que deseamos experimentar.

4.Si su lector no toma la **ACCION**, entonces usted se ahoga. ¿Cómo conseguir que su lector actúe ahora? Imagine que está en su oficina y mira hacia la persona que está en el escritorio atrás suyo y le dice "dame ese

bolígrafo para..." No le dejó tiempo para pensar y obtuvo lo que necesitaba en ese momento.

Por eso su anuncio debe moverlos a ACTUAR **(Usted tiene que decirle a su lector exactamente lo que quiere que él haga).**

Cada paso de la comunicación de comercialización tiene un punto para motivar la acción más rápida. Desgraciadamente, muy a menudo, todas las personas que escriben mensajes dirigidos a sus potenciales compradores, se olvidan de esto. En lugar de intentar motivar acción, dedican texto y texto a educar, a informar. Pero no dicen lo que quieren que los potenciales compradores hagan.

Así que a partir de ahora es importante que usted tenga presente el blanco, el objetivo que es ni más ni menos que lograr que el cliente compre.

Si los primeros tres ingredientes ATENCIÓN, INTERES Y DESEO se han hecho bien muy probablemente su lector tomará acción directa hacia lo que usted le indica: "ahora envíe e-mail y en un minuto se le informará en detalle".

Entonces las comunicaciones tienen que conseguir que esos clientes que hoy son perspectivas, compren, que tomen una acción puntual.