



Las 6 Claves Probadas Para Entender y Aplicar Una Estrategia de Atracción de Clientes Usando Facebook Ads

¿Quién soy, por qué decidí crear este reporte y por qué he decidido ayudarte en este camino?



Soy Oscar Moreno, soy papá, soy esposo, soy hijo, hermano, emprendedor y empresario (si alguien va a ponerte etiquetas, que seas tú mismo, así que ponte la tuya o las tuyas tú también).

He vendido mi tiempo a cambio de dinero en diferentes empleos, he vendido quesadillas, yogurts, postres, publicidad impresa, productos de nutrición y páginas web.

El negocio de las páginas web, que aún lo tengo, ha sido un parteaguas en mi vida. Me abrí al mundo infinito de posibilidades que brinda Internet para cualquier cosa que pueda imaginarse y para lo que no, también. ¿Cómo comenzó mi experiencia de emprendimiento relacionado con Internet?

No quiero entrar en muchos detalles, sólo te digo que hubo 3 barreras que pudieron haberme detenido, pero las superé... En este video te lo cuento brevemente: [¡VER VIDEO!](#)

Ahora, ¿por qué decidí crear este reporte y por qué he decidido ayudarte?

Creo que este reporte abarca de forma muy clara y general cómo usar facebook de forma efectiva para atraer clientes, así que cualquier emprendedor o microempresario que está buscando clientes debería tenerla en sus manos.

Decidí crearlo porque he visto cómo a pesar de que están tan involucrados con facebook, con Internet y con otras redes sociales y con cantidades literalmente infinitas de información a un clic de distancia, NO tienen claridad y NO saben cuáles son los pasos que deben de dar para atraer prospectos y clientes a su negocio. Esto lo entiendo perfectamente porque yo estaba exactamente en el mismo lugar, con la misma incertidumbre.



He decidido ayudarte por las siguientes 3 razones:

- Quiero tener contacto frecuente contigo y esta guía es el primer paso para eso, gracias.
- Quiero que confíes en mí, y creo que la única forma en que lo harás es si esta información te puede ayudar.
- Finalmente, si crees que puedo ayudarte aún más y te lo demuestro, podrás beneficiarte con alguno de mis productos.

Sé que este reporte no es exclusivo sobre ventas, pero hay algo que tengo claro:

"Una persona que tiene un negocio y tiene miedo de vender, es como una persona que tiene en sus manos el poder de salvar la vida a alguien más y no lo hace, la deja morir".



Las 6 Claves Probadas Para Entender y Aplicar Una Estrategia de Atracción de Clientes Usando Facebook Ads:

1. **Mentalidad**
2. **Cliente**
3. **Atracción**
4. **Conversión**
5. **Seguimiento**
6. **Campaña**

CLAVE #1 - Mentalidad

Todo comienza en ese campo llamado mente. Cuando cambias el enfoque al usar o aplicar cualquier cosa y la ejecutas de esa forma, tus resultados también cambian. Por lo tanto, comienza por cambiar la forma en como has visto Facebook hasta ahora, al menos para tu negocio.

Si crees que al tener tu negocio en Facebook ya tienes completa tu presencia en Internet, o que Facebook es tu total y completa plataforma online para tu negocio, es hora de cambiar esa perspectiva.

Facebook es, y deberías verlo única y exclusivamente como una "Herramienta" que forma parte de la estructura digital de tu negocio.

Hoy por hoy Facebook es la fuente favorita de tráfico de aquellos que vemos a Facebook como lo que es, como una herramienta que nos ayuda a encontrar a las personas que se parecen a nuestro cliente ideal, y luego desde ahí, los llevamos a nuestro propio sistema online o estructura digital.

Facebook como dueño y señor del juego está cambiando las reglas constantemente y nunca se sabe si esas reglas nos van a perjudicar o a sacar del juego definitivamente. Además, ¿quién nos asegura que Facebook será siempre lo que es hoy?

Por lo tanto ten bien claro este primer punto, Facebook usado para tu negocio, es sólo una herramienta, si tienes puestos todos tus huevos en esa canasta, es momento de replantear tu estrategia.

Acción #1



CLAVE #2 - Cliente

Uno de los más grandes errores que cometí cuando me promocionaba en Facebook mediante posts, videos, imágenes, promociones, o incluso mediante mi publicidad impresa, es que yo le quería vender a todo el mundo. Creía que cualquier persona con un negocio necesitaba de mis servicios y debía comprarme una página web. Al querer venderle a todo el mundo, terminaba sin venderle nada a nadie.

Entre Mayor Claridad tengas de quién es tu cliente, de esa persona que está dispuesta a darte su dinero a cambio de tu producto o servicio, muchísimo mejor. Mejores resultados, mejor respuesta, mayor retorno de tu inversión (ROI).

Seguramente conoces o has conocido a alguien que dice que todo el mundo debería comprar sus servicios, o debería ir a su gimnasio, tomar sus productos, o acudir a sus clases. Esas personas están mucho más perdidas que un naufrago.

Ahora, **¿Cómo conocer a tu cliente ideal?** Trae a tu mente a los mejores clientes con los que cuentes en este momento, así sean sólo 4, o 3 o uno solamente. Esos clientes que no se están quejando, que te pagan a tiempo o por adelantado, que te recomiendan, que te agradecen, que te buscan una y otra vez. ¿En qué se parecen?, ¿cuál es su promedio de edad?, ¿sobre qué les gusta hablar?, ¿cómo piensan?, ¿qué les influye?, ¿qué les preocupa?, ¿cuáles son sus preguntas más frecuentes?, ¿qué les gusta?, ¿qué les gusta leer? Ten en cuenta que tu cliente ideal, ese que vas a atraer por Internet no es necesariamente el mismo que el que llega a ti o buscas de forma tradicional, pero pensar en los mejores clientes que ya tienes y determinar su comportamiento, puede ayudarte como punto de partida para conocer cómo es tu cliente ideal.

Acción #2

Esta guía va a ayudarte y darte claridad al respecto, puedes descargarla aquí y haz los ejercicios:

[**DESCARGA TU GUÍA AQUÍ**](#)



CLAVE #3 - Atracción

Con "atracción" me refiero específicamente a tu Imán de Prospectos. ¿Qué es un imán de prospectos? Aquí te lo explico con un video, da clic aquí:

[VER VIDEO IMÁN DE PROSPECTOS](#)

Un imán de prospectos es un Elemento, ya sea físico o digital que intercambiarás por los datos de tu cliente potencial. Uno de los objetivos más importantes de cualquier negocio es centrarse en crear una lista de prospectos realmente interesados en sus productos o servicios y un imán de prospectos es la mejor herramienta para esto.

¿Qué tipo de datos se intercambian? Necesitas al menos un dato que te permita volver a tener contacto con tu cliente potencial, para comenzar a crear una relación de comunicación y así logres que tus prospectos vayan confiando en ti.

Aquí te muestro algunos ejemplos, y recuerda esto, la clave es sin duda tu creatividad:

Tipo de negocio	Lead Magnet
Taller Mecánico	Guía Práctica: El kit de herramientas básico que evitará que te quedes parado en la carretera.
Distribuidor Independiente (Productos de Nutrición y belleza)	Reporte: 7 Alimentos Que No Deben Faltar En Tu Dieta Diaria
Centro de impresión digital	Muestrario De Tipos De Papeles De Impresión
Dentista	Guía Rápida: Cómo Lucir Una Sonrisa Más Blanca en Sólo 3 Días Sin Dañar el Esmalte de Tus Dientes
Coach de Ventas	E-book: 3 Formas Simples y Efectivas Para Afrontar el "Lo voy a pensar" de tus Clientes Potenciales.



Acción #3

Escribe al menos 5 ejemplos diferentes de Imán de Prospectos que puedes ofrecer a tus clientes potenciales a cambio de sus datos de contacto. Si te estás preguntando "¿pero por qué 5?", ten presente que entre más ejemplos pienses tus ideas pueden ser más geniales y originales, no tienen que ser complejas, la simpleza a veces es mucho mejor. Haz lo tuyo y no pares, el 5 sólo es un número.

¿Cómo debe ser tu imán de prospectos?

Debe tener relación tu negocio, debe ser fácil de entregar, debe ser de **UTILIDAD** para tu cliente ideal y busca que sea muy específico.

Existen otros puntos importantes sobre la creación de un Imán de Prospectos, pero por ahora **TOMA ACCIÓN** y escribe los tuyos.

CLAVE #4 - Conversión

Ahora que tienes claro que Facebook es sólo una herramienta, que conoces lo mejor posible a tu cliente ideal y que tienes un anzuelo para pescarlo (imán de prospectos), la pregunta es, ¿dónde se lleva a cabo esa primera transacción entre tu cliente potencial y tú?

La respuesta es, **en una página de aterrizaje o landing page**. El objetivo de una página de aterrizaje y de hecho, de cualquier página web para un negocio, es conseguir que un visitante se **convierta** en prospecto. Tu página de aterrizaje debe estar enfocada únicamente a **convertir** visitantes en prospectos mediante el intercambio de tu imán de prospectos por los datos tu cliente potencial.

Una página de aterrizaje debe ser una página limpia, con un diseño sencillo, sin distracciones y sin exceso de información.

Quiero mencionar sólo dos puntos importantes para tu landing page o página de aterrizaje:

Ahora que ya sabes esto, será más fácil asimilar lo dicho con un ejemplo real de una página. En este caso se trata de un par de páginas de aterrizaje o landing page reales que he creado: [VER VIDEO](#).



Acción #4

InstaPage es una herramienta fácil de usar y es para crear páginas de aterrizaje (entre otros usos). Puedes editar tus páginas arrastrando y soltando los elementos.

[CLIC AQUÍ PARA IR A INSTAPAGE.](#)

Estando en esa página, da clic en "**Get started for free**" y crea una cuenta gratuita ().

Practica editando una página donde coloques tu Imán de Prospectos. Juega con los diferentes elementos, pícale, muévele, y diviértete todo lo que puedas editando tu página. Puedes basarte en los ejemplos de páginas de aterrizaje que ya te mostré anteriormente.

La práctica hace al maestro y sólo así desarrollarás mejorar tus habilidades en la web.

CLAVE #5 - Seguimiento

Siendo Internet un medio "tan frío", donde la comunicación y contacto con clientes y prospectos está muy lejos de un contacto cara a cara, la confianza es clave para que tu prospecto te de su dinero y se convierta en tu cliente. Entonces, entre más contacto tengas con tu cliente potencial mayor será la confianza que tenga para comprarte tu producto, tu servicio o se una a tu oportunidad de negocio.

La herramienta que te va a ayudar a dar este tipo de seguimiento y en algunos casos de forma AUTOMÁTICA, es un **Autorespondedor** o un **CRM** (Customer Relationship Management). Lo ideal es que tengas preparada una serie de correos electrónicos y la programes para que se entreguen de forma automática cuando tus prospectos te dejen sus datos en tu página de aterrizaje.

Acción #5

- Escribe un email de agradecimiento.
- Escribe 2 emails de seguimiento que aporten información de valor y complementaria tu imán de prospectos.



- Escribe 1 email donde vuelvas a aportar valor a tu cliente potencial, pero enfocado a cerrar la venta, o la cita para cerrar un trato o una llamada para hacer el cierre. El objetivo es vender.

CLAVE #6 - Campaña

¿De dónde van a llegar tus prospectos hacia tu página de aterrizaje? Hay muchísimos lugares de dónde llevarlos (fuentes de tráfico), pero yo te recomiendo que lo hagas desde Facebook. Facebook te dará prioridad y te ayudará si pagas por hacer publicidad en su plataforma de anuncios. Es cierto, Facebook quiere tu dinero, pero también es cierto que darle tu dinero para que te ayude a llevar clientes potenciales representa una ventaja que puedes convertir en un retorno positivo de tu inversión. Además, la forma más rápida de llevar clientes potenciales hacia tu negocio es pagando por tráfico. No te puedes dar el lujo de no hacerlo. Continuar haciéndolo gratis es optar por hacer un largo viaje a pie, mientras tu competencia lo hace en auto o en avión.

Acción #6

Panorama: Cada campaña se compone de grupos de anuncios, y los grupos de anuncios se componen de anuncios. Sé que es fácil, pero por ahora compréndelo como si fuera un árbol, entonces para anunciarte en facebook:

- Creas una campaña (es el tronco)
- Dentro tendrás uno o más grupos de anuncios (son las ramas)
- Y finalmente tus anuncios, los que ve el público (son las hojas)

Es hora, crea tu propia campaña, ¿no sabes cómo? Aquí te lo muestro, clic aquí: [VER VIDEO](#).

¡Felicidades! Y te lo escribo de corazón, porque si llegaste hasta aquí haciendo todos y cada uno de los ejercicios, te esperan grandes resultados en tu negocio. De verdad, FELICIDADES.



Este aprendizaje es un proceso que nunca termina. Es imposible dejar de aprender cualquier cosa, diría yo, pero no te abrumes, quiero seguir ayudándote en tu formación, la verdad es que ayudar es una de las cosas que más me gusta hacer, me encanta, me apasiona y es un trabajo que hago a diario desde mi laptop...

¿Te gustaría crear tu propio sistema para atraer prospectos, convertirlos a clientes y venderles y además de forma automática? **EL Curso Estructura Digital Para Tu Negocio** es un programa en Videos Paso a Paso que te lleva literalmente de la mano a crear el tuyo propio.

[MÍRALO AHORA DANDO CLIC AQUÍ](#)

¿EL PRECIO?

NO VAS A CREERLO... EN SERIO... MÍRALO POR TI MISMO:

[QUIERO VER EL CONTENIDO DEL CURSO ESTRUCTURA DIGITAL PARA TU NEGOCIO](#)
