

Cómo vender tu curso online

En este módulo te enseñaremos el método exacto que usamos en Misión Futuro para vender nuestros servicios de conferencias y nuestros cursos online

Nos comprometimos a enseñarte la estrategia que usamos en nuestra compañía este no es un curso para hacer páginas web o manejar facebook ads o google ads, sino un curso de estrategia que podrás usar sin importar la plataforma que uses

Puedes delegar todos los temas técnicos siempre y cuando entiendas la estrategia y sepas porqué funciona

Capítulo 1

Etapa de planeación y diseño

Analogía

Conseguir pareja

Que tipo de persona quiero encontrar

- Hombre o mujer
- De que edad
- Con que intereses

Donde la encuentro, que sitios frecuenta

No pedir un beso en la primera cita (huele a desespero)

Pedir el contacto para iniciar una conversación

Un café (No le hables de ti, habla de lo que le interesa a tu pareja)

Una cena

Primeros pasos de intimidad

Un compromiso mayor

Que tipo de persona quiero encontrar

- Hombre o mujer
- De que edad
- Con que intereses

Donde la encuentro, que sitios frecuenta (Red social que usa)

No intentes vender de inmediato (huele a desespero)

Pedir el contacto para iniciar una conversación, mail y/o WhastApp

Comparte contenido de valor con esa persona, invierte en ella por medio de podcast, webinars, cursos etc.

Una oferta

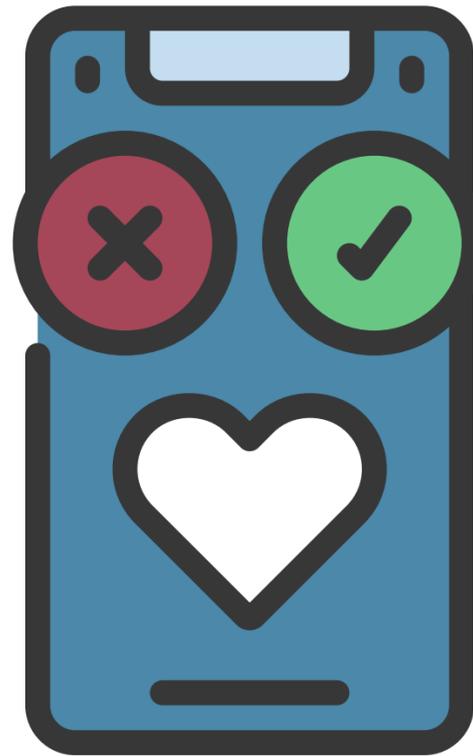
Primera venta

Nuevas ventas de mayor valor o de productos paralelos

Imagina conseguir una pareja que vale la pena

Como quisiera que funcionara

¿Quieres
sexo?



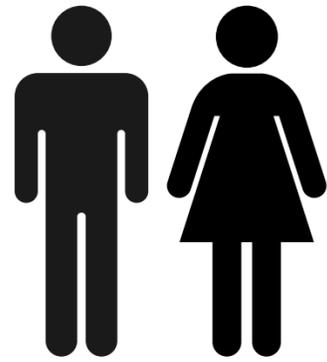
Si ...

Genial
hagamoslo

No es que sea malo, es solo que estas no suelen ser relaciones duraderas, ni suelen generar compromisos

Puede que a veces funcione pero si lo haces en todos lados te vuelves acosador(a) que en digital es spam

Como te sugiero hacerlo



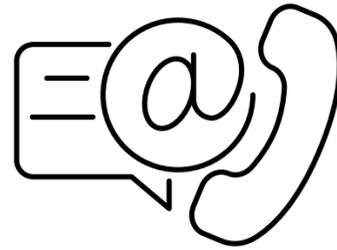
- Demográficos
 - Género
 - Edad
 - Profesión
 - Ciudad



- Dónde la encuentro
 - Intereses
 - Hobbies
 - Marcas que usa



- Hablar mucho de ti no es sexy, Inicia una conversación sobre lo que le interesa a la otra persona
- Pedir un beso de inmediato huele a desespero y **NO ES SEXI**



Captura datos que te permitan continuar la conversación en otro momento

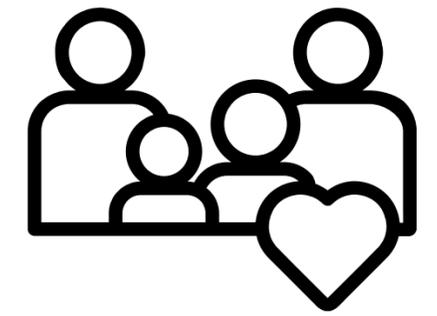


Empieza con un compromiso pequeño

Invitas a un café donde se puedan conocer mejor e inspirar confianza y mostrar tu atractivo



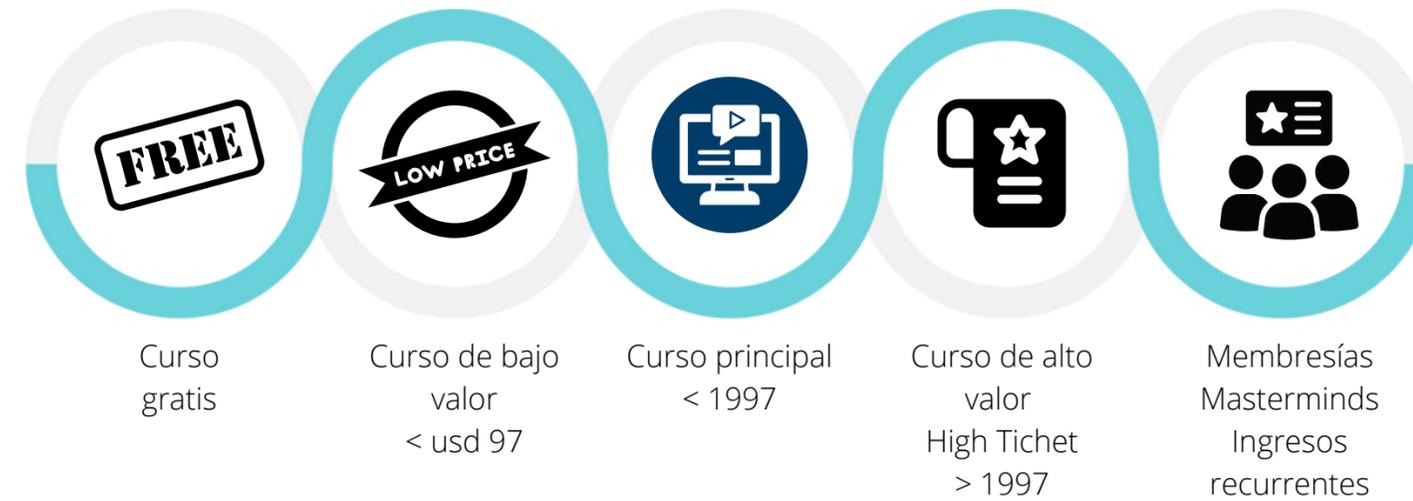
Luego un compromiso intermedio



Hasta llegar a un compromiso mayor

Customer journey o viaje del prospecto desde que nos conoce hasta convertirse en cliente - Funnel o embudo de ventas

Tu portafolio de cursos para las diferentes etapas del prospecto



Este es el embudo con el que vas a convertir desconocidos en amigos, luego en clientes y finalmente en fans



1 - Etapa de diseño

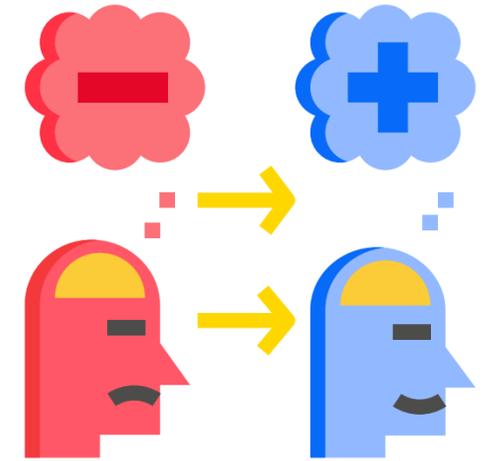
Pensar en qué quiero vender, a quién y que problema resuelvo, como no tener que competir por precio



Avatar



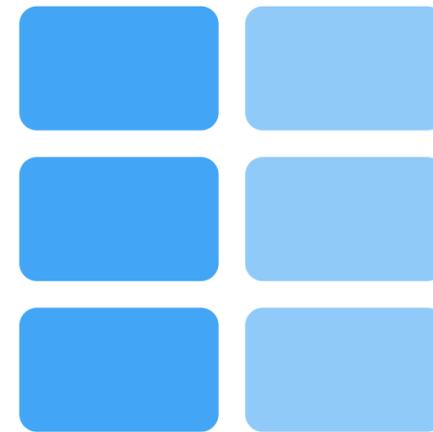
Qué problema solucionas



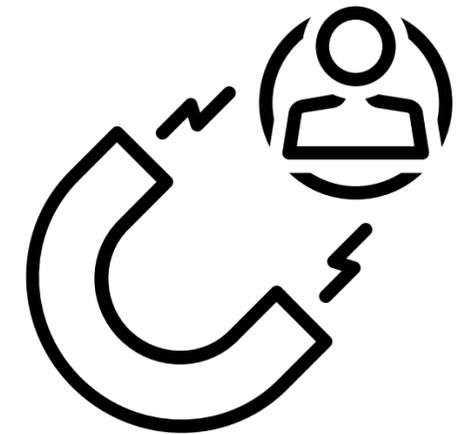
Tu promesa de transformación



Tu marca personal



Diseño de tu curso



Gancho o lead magnet



Plantilla 1 - Definir el Avatar

¿Qué dolores o preocupaciones o problemas tiene?

¿Qué sueños, metas y anhelos tiene?

¿Qué temas le interesan?

¿Edad, Género, estado civil, nivel de educación?

¿Cuál es su gran porqué?

Promesa de transformación



Situación actual

Redacta un párrafo con los dolores, miedos o preocupaciones del párrafo anterior

Presentas tu curso como un puente que le lleva desde A hasta B



Situación deseada

Redacta un párrafo con los sueños, metas y anhelos del párrafo anterior

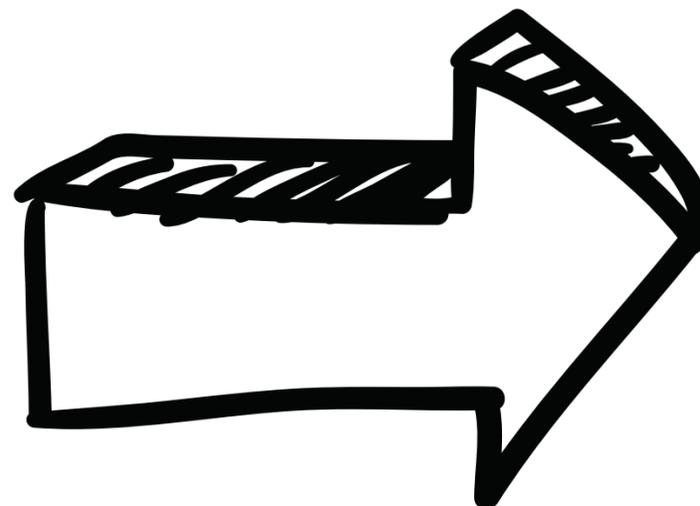


Plantilla 2

Promesa de transformación

Situación actual

Presentas tu curso como un puente que
le lleva desde A hasta B



Situación deseada



Tu marca personal

Yo ayudo a (breve descripción de mi avatar)

A lograr (sus metas o sueños) + (métricas)

Para que puedan (su gran porqué)

Sin tener que (Dolor y frustración)

Las métricas le ponen impacto a tu marca y pueden ser expresadas como aumento o disminución en términos de tiempo, porcentaje, número de veces, dinero

Yo ayudo a **personas que quieren monetizar su experiencia, conocimiento y su pasión**

Para que puedan **generar ingresos mientras ayudan a otros**

Sin tener que **gastar una fortuna en su certificación**

Yo ayudo a **futuros coaches y conferencistas**

Para que puedan **obtener su certificación en 20 semanas y generar ingresos mientras ayudan a otros**

Sin tener que **gastar una fortuna en su certificación y desde su propia casa**

Yo ayudo a

A lograr

Métricas

Para que puedan

Sin tener que



Plantilla 3

Tu marca personal

Yo ayudo a

A lograr

Métricas

Para que puedan

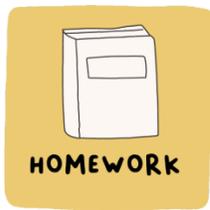
Sin tener que



Plantilla 4

Contenidos de tu curso principal (el que quieres vender)

MÓDULO #	Título del módulo o lección	En este módulo a prenderás a
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		



Plantilla 5

Toma las plantillas 2 y 4 y pídele a tu diseñador un diseño que sirva para exponer gráficamente tu promesa de transformación

Título de tu curso

Situación actual

Redacta un párrafo con los dolores, miedos o preocupaciones del párrafo anterior

7	8	9
6	5	4
1	2	3

Situación deseada

Redacta un párrafo con los sueños, metas y anhelos del párrafo anterior

Un ejemplo de cómo puede quedar

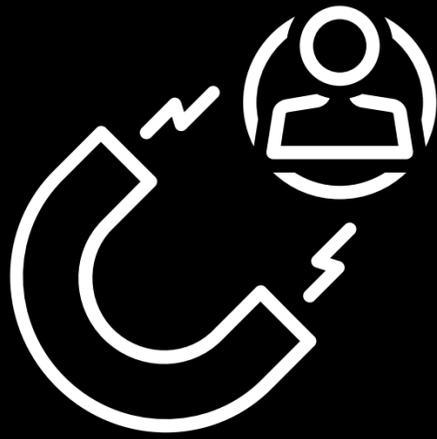




Plantilla 6

Define los posibles cursos que usarás en tu embudo de ventas

	Título	Descripción	Precio
Curso gratis que vas a usar como lead magnet o gancho para atraer prospectos			
Curso de bajo valor (opcional) Precio entre 7 y 97 dolares			
Curso principal que quieres vender Precio entre usd 97 y 1997			
Curso de alto valor que podrías ofrecer Opcional y es de usd 1997 en adelante			



Gancho o lead magnet

En nuestro método usamos un curso gratis que enamore a la audiencia del método pero también donde los educamos acerca de la necesidad y de la urgencia de tomarlo

Es como una muestra gratis y debe generar en la mente de tu prospecto la idea de que le puedes ayudar mucho más si toma tu curso de venta

Puede ser una solución específica a un problema específico de tu prospecto

Ó puede ser una visión global y sin detalles específicos de tu solución y como puede ayudarle a tu prospecto

En tu lead magnet serás generoso en lo que hay que hacer pero no profundizas en el como, generando de esta forma un interés muy grande por tu producto de venta

Capítulo 6

Educación

Porqué necesitan este producto

La idea en esta etapa es posicionarte como un experto, con autoridad y que les puede ayudar a resolver u problema que tienen



pss pss - tranquilos el capitulo 2 está mas adelante, es que los numeré por el orden del embudo



Plantilla 7 - Guion del curso gratis

Presentación 10 minutos

contenido 40 minutos

CTA 5 min

Bienvenidos y gracias por estar en este curso llamado ...	
Este curso es para personas que ... (Describe al Avatar, sus dolores y sus anhelos)	
Y se que te va a servir porque ... (Háblale de sus problemas y dolores que tu puedes ayudarle a resolver)	
Estos son los temas que vamos a ver y te invito a quedarte hasta el final porque ... Como al final va la oferta crea un contenido muy atractivo que darás al final o una sorpresa o algo para que se queden	
Ahora si quiero contarte quien soy (usa mensaje de millon de dolares), mi historia y que fue lo descubrir que me hizo avanzar y como esto te puede servir a ti tambien	
Empecemos a compartir contenido	
Tip o contenido #1	
Tip o contenido #2	
Tip o contenido #N	
Tu puedes lograr estos resultados por el camino largo o el corto que sería con mi asesoría	
Te invito a que nos escribas y te haremos un descuento en el programa avanzado que esta por comenzar	

Capítulo 7

Una oferta irresistible

Porqué deben tomar una decisión YA!

Gatillos mentales



- Autoridad
- Confianza
- Reciprocidad
- Anticipación
- Prueba social
- FOMO - fear of missing out
 - Tiempo
 - Porcentaje de descuento
 - Aumentar n veces
 - Número de cupos
 - Bonos



HOMEWORK

Plantilla 8 - para diseño de tu oferta irresistible y también te sirve para la carta de ventas (opcional)

Nuestro método o fórmula o solución única	
En que se diferencia de lo que hay en el mercado	
Describe los módulos de tu curso	
Cuéntales de los bonos que hay si se deciden ya mismo y que valor tendrían esos bonos en otro momento	
Totaliza todo el valor en dólares de lo que van a recibir incluidos los bonos	
Presenta el súper precio con el súper descuento y los beneficios de financiación si los tienes	
Explica que hay que tomarlo ya porque ... Escasez en tiempo/cupos/descuento/Bonos	
Ofrece garantías para que no tengan nada que perder	
Contesta preguntas, las que te hagan o que crees que no te hacen pero que los detienen	
Cierre emocional: Imagina todo lo que se hace disponible para ti si te inscribes ya pero también imagina todos los dolores o problemas o frustraciones que persistirán si no te inscribes	
Llamado a la acción	

Capítulo 8

Probar tu idea con un lanzamiento semilla

Porqué deben tomar una decisión YA!

Dia 1 a 7	8 a 14	15 a 21	22 a 28	29 a 2	3 al 9	10 al 16	17 al 23
Publicidad y las personas se estan inscribiendo al curso gratis	Se dicta el curso gratis y se hacen ventas	Producir lección 1	Producir lección 2	Producir lección 3	Producir lección 4	Producir lección 5	Producir lección 6

Leccion 1

Leccion 2

Leccion 3

Leccion 4

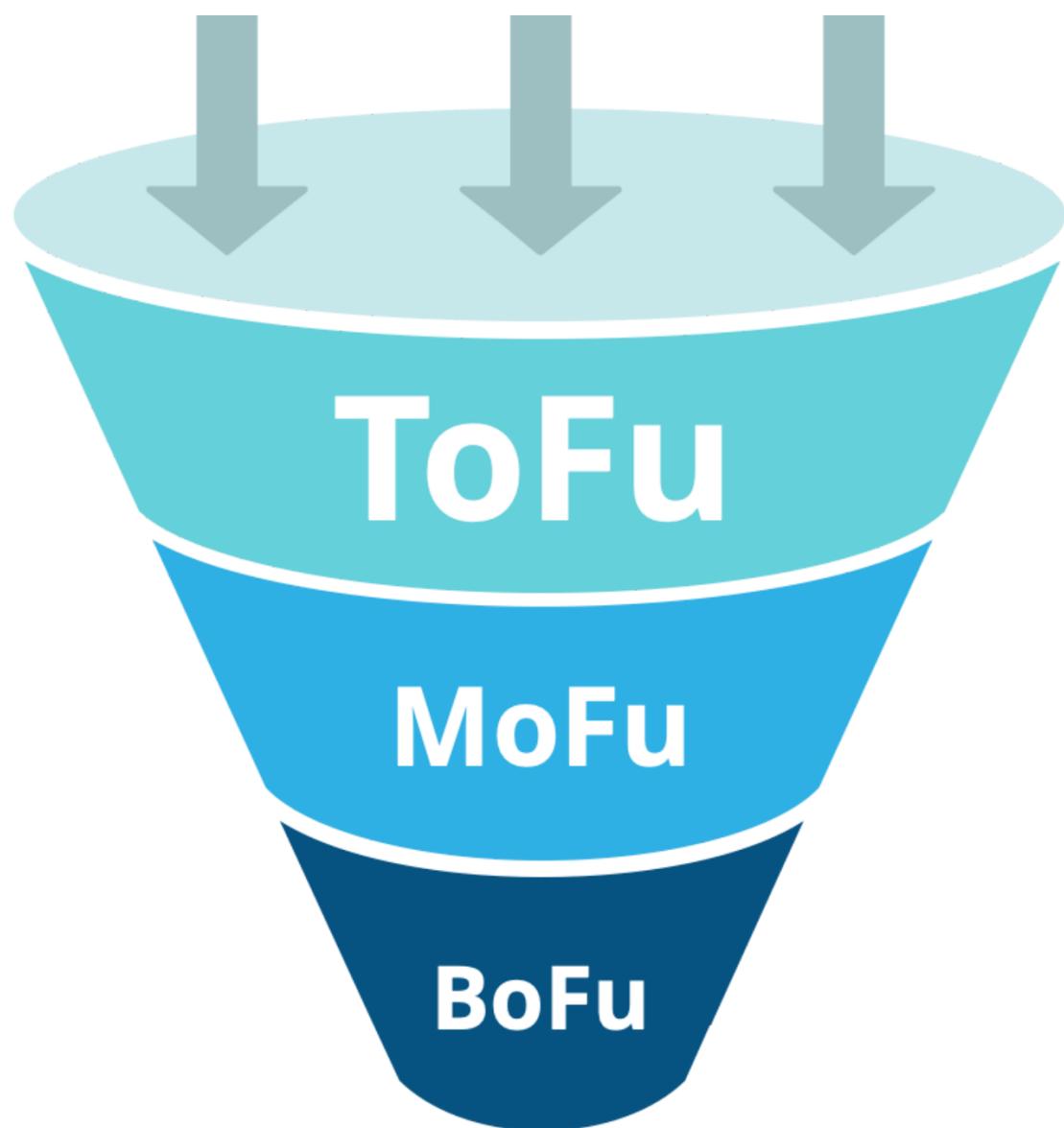
Leccion 5

Leccion 6

Capítulo 2

El embudo

Temperatura de tus prospectos



Top of the funnel
Etapa de descubrimiento

Middle of the funnel
Etapa de seguimiento

Bottom of the funnel
Etapa de intención de compra

La estructura de tu negocio



Curso gratis

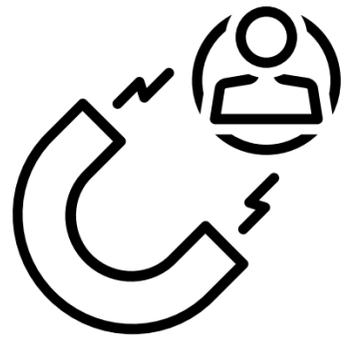
Curso de bajo valor
< usd 97

Curso principal
< 1997

Curso de alto valor
High Tichet
> 1997

Membresías
Masterminds
Ingresos recurrentes

Customer journey o viaje del prospecto desde que nos conoce hasta convertirse en cliente - Funnel o embudo de ventas



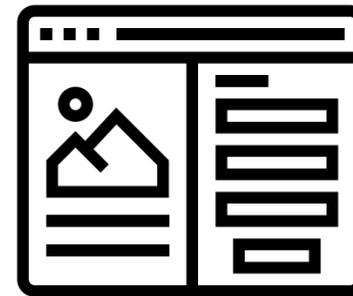
Atraer
clientes
potenciales
ofreciendo un
curso de regalo



Captura
una página o
formulario que
captura datos
como email o
WhatsApp



Educación
un curso gratis de
una o varias clases
donde nos
posicionamos
como autoridad
en la mente del
cliente dándole
contenido de valor



Oferta
Una oferta
irresistible que
lleve al cliente a
tomar acción
inmediata



Llamada
Una llamada con
el cliente para
asesorarlo en la
toma de decisión
de la venta



Pago
usando una
pasarela de pagos



**Entrega del
curso**
Sesiones en vivo o
clases grabadas,
pdfs, grupo

Capítulo 3

Publicidad

Atraer tráfico

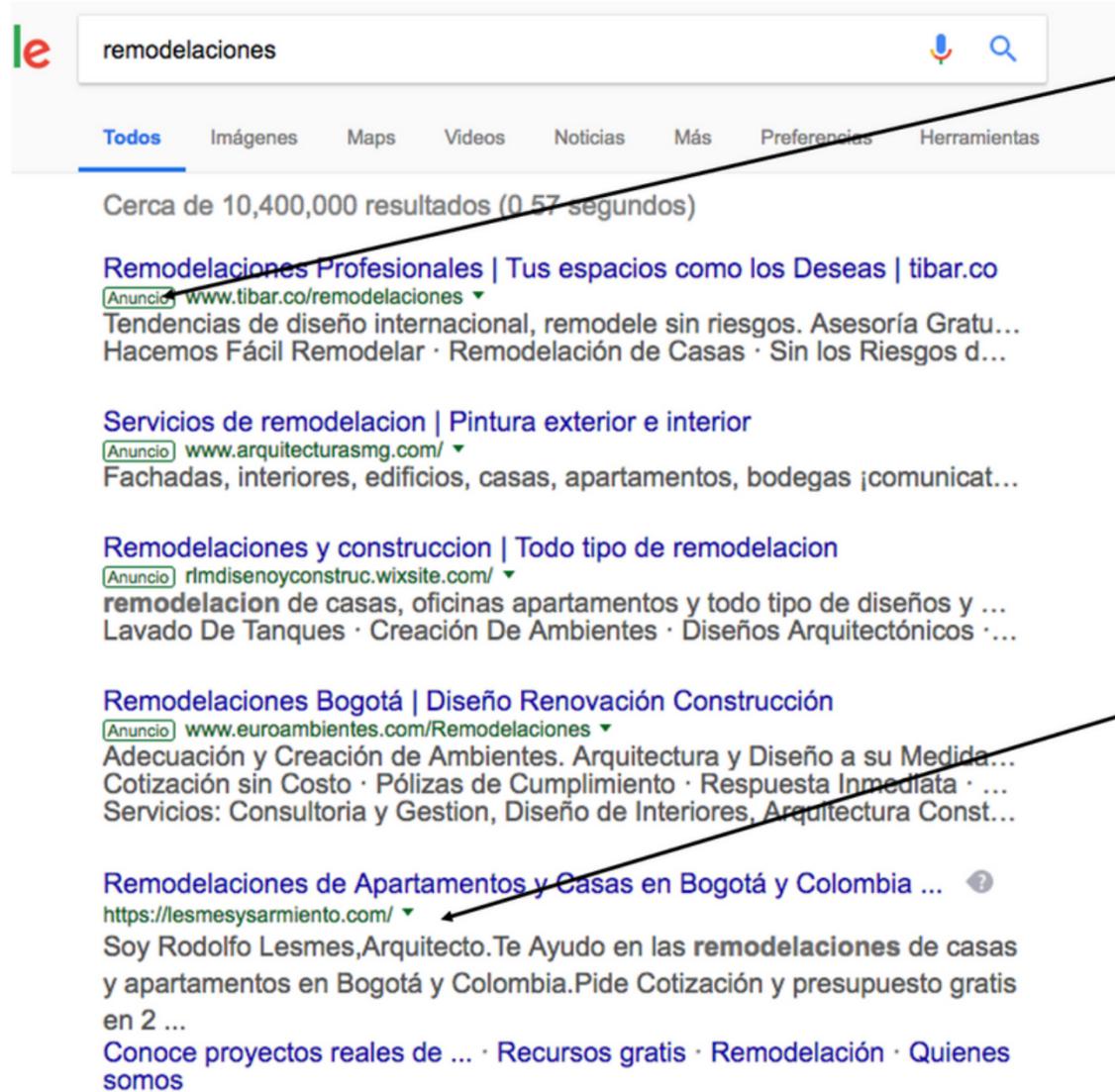


Tipos de tráfico

- Tráfico orgánico
- Tráfico pagado
- Tráfico propio (que tu controlas)



Tipos de tráfico



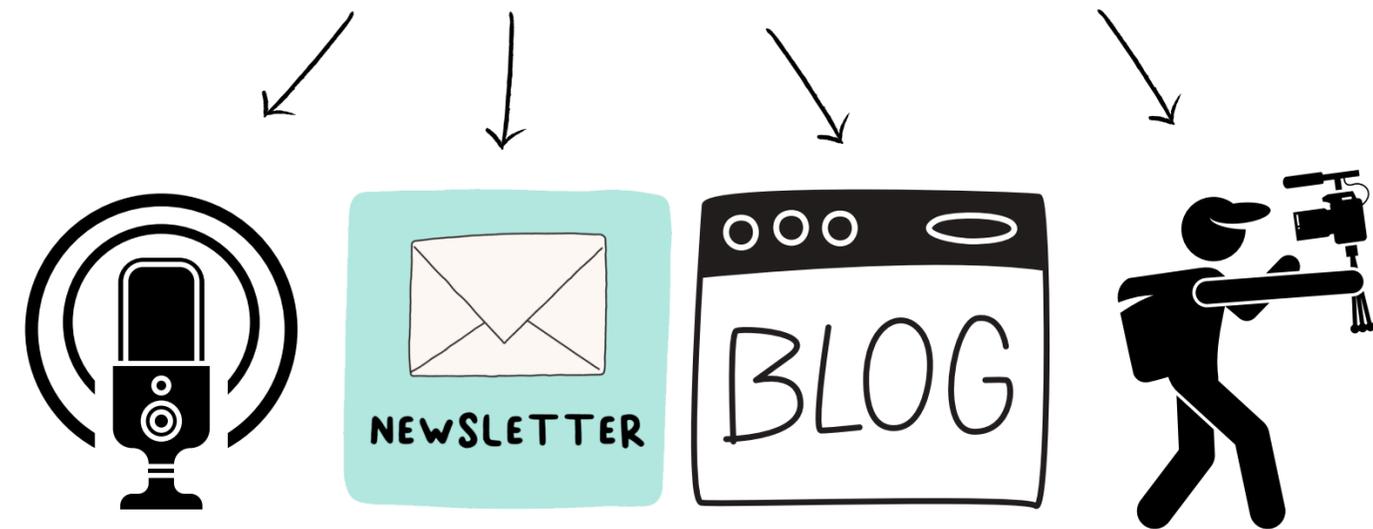
TRAFICO DE PAGO

Estos anuncios están pagando por aparecer en estos primeros lugares

TRAFICO ORGANICO

Depende del algoritmo de posicionamiento de Google y para esto puedes aprender SEO y marketing de contenidos o inbound marketing

Trafico que controlas o propio son todas las personas que te han dejado su email y a las que puedes contactar con enviar un email



Tipos de publicidad

Marketing de intención

Cuándo vendes algo que las personas conocen y están buscando



Estos están basados en términos de búsqueda (Palabras clave)

Marketing de interrupción

Cuándo vendes algo que las personas no conocen, no están buscando y vas a tener que educarles la necesidad para que lo quieran



Estos están basados en segmentación por intereses y comportamientos

Victor Arrieta

Ver 11 publicaciones más

Publicación sugerida

Thrive Themes Publicidad · Me gusta esta página

El enfoque "estándar" de creación de listas para blogueros y anunciantes en línea ha pasado de "meh" a "bien" en los últimos años...

"meh" y "bien" son muy lentos. En este curso (<http://bit.ly/2sgjoA8>) verás lo mucho que hay detrás de muchos negocios en línea cuando se trata de generación de clientes potenciales y cómo asegurarte de que estás en el borde de la lista de crecimiento.

Ver original · Calificar esta traducción

[Free Course] Next Generation List Building Tactics

THRIVETHEMES.COM

Take Your List Building from 'Meh' to Cutting Edge
Get instant access to the 6-part course. No need to confirm or wait for...

40 3 comentarios 5 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

[Free Course] Ready to Take your List Building to the Next Level?

Join our newsletter below to get access to this free course.

↓

- Build a **more engaged, better targeted and more valuable** list of leads for your business.
- Discover why **the key difference between no mailing list and floods of new subscribers** can be summed up in one word: relevance.
- Everyone knows about A/B testing, but you'll **see exactly WHAT to test and HOW to test it**, to get the best results.

First Name

Your Best Email

Password

Confirm password

GET INSTANT ACCESS

Sign up to join our newsletter and get instant access to the 6-part course. No need to confirm or wait for any emails. Enter your name, best email and a password. Then click the orange button to go directly to the course.

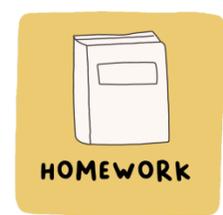
Este es el tráfico por interrupción



Plantilla 9

Escribir anuncios técnica AIDA

A	Atención	
I	interés	
D	Deseo	
A	Acción	



Plantilla 10

Escribir anuncios técnica #2

1	Llama al AVATAR	
2	Menciona los síntomas	
3	Menciona el problema	
4	Di tu promesa con el curso al que invitas	
5	Di como va a suceder esto	
6	Di que van a sentir o dejar de sentir	
7	Incluye datos que generen confianza	
8	Describe el producto	
9	Llamado a la acción CTA - Call to Action	

Paso	Descripción	Ejemplo
1	Llamar al AVATAR	Personas interesadas en crear sus cursos online
2	Mencionar los síntomas	Si has sentido incertidumbresi has pensado en generar nuevos ingresossi has notado...si te pasa ... si eres como yo y sientes ... o te preguntas ...
3	Menciona el problema	Probablemente tienes ...
4	Nuestra promesa	Con nosotros vas a lograr, o vas a cumplir o vas a resolver o vas a aprender como...
5	Cómo va a suceder esto	menciono la posibilidad, pero todavía no digo con queDigo los que pero no los cómo
6	Que vas a sentir o dejar de sentir	Ahora te sientes así pero luego te vas a sentir asa
7	Apoyo racional para generar confianza en mi	Mencionar datos que apoyen tu producto
8	El producto	Por fin podrás adquirir nuestro producto que te ayuda a lograr ...
9	Llamado a la acción (CTA)	Inscríbete aquí, escríbenos, regístrate



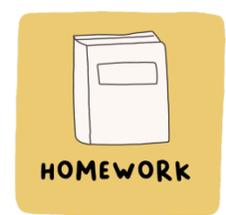
HOMEWORK

Recursos para aprender a manejar tu cuenta de facebook e instagram

- Tutorial de FB ADS
- ADMINISTRADOR COMERCIAL DE FACEBOOK
- Campañas de conversión en Facebook
- Campaña de generación de clientes potenciales
- Crear conversiones personalizadas, este Felipe Vergara sabe mucho del tema, les recomiendo seguirlo

Capítulo 4

Cómo calcular el precio de venta
basado en la publicidad



Plantilla 11 - Métricas que debes llevar para tus análisis de inversión en publicidad

VALOR INVERTIDO EN PUBLICIDAD	
DATOS DE PROSPECTOS (LEADS)	
COSTO POR LEAD O PROSPECTO	
NUMERO DE VENTAS	
COSTO ADQUISICION POR CLIENTE	
PRECIO DE VENTA POR CLIENTE	
VALOR FACTURADO TOTAL	
UTILIDAD POR VENTA	
(ROI) RETORNO SOBRE LA INVERSION	
% DE COSTO DE LA PUBLICIDAD	

Costo por lead = Valor invertido en publicidad / número de datos de prospectos o leads

Costo de adquisición = Valor invertido en publicidad / Número de ventas

Valor facturado total = Precio de venta por cliente * Número de ventas

Utilidad por venta = Precio de venta por cliente - costo de adquisición por cliente

ROI = Valor facturado total / Valor invertido en publicidad

% de costo de la publicidad = valor invertido en publicidad / Valor facturado total

Ejemplo de Matemáticas de Marketing OnLine

VALOR INVERTIDO EN PUBLICIDAD	1000	Costo por lead = Valor invertido en publicidad / número de datos de prospectos o leads
DATOS DE PROSPECTOS (LEADS)	1000	
COSTO POR LEAD O PROSPECTO	1	
NUMERO DE VENTAS	10	Costo de adquisición = Valor invertido en publicidad / Número de ventas
COSTO ADQUISICION POR CLIENTE	100	
PRECIO DE VENTA POR CLIENTE	297	Valor facturado total = Precio de venta por cliente * Número de ventas
VALOR FACTURADO TOTAL	2970	
UTILIDAD POR VENTA	197,00	Utilidad por venta = Precio de venta por cliente - costo de adquisición por cliente
(ROI) RETORNO SOBRE LA INVERSION	0,20	ROI = Valor facturado total / Valor invertido en publicidad
% DE COSTO DE LA PUBLICIDAD	33,67 %	% de costo de la publicidad = valor invertido en publicidad / Valor facturado total

Si quiero ganar 5.000, cuánto debo vender?

Valor que quiero ganar / Utilidad por venta

$$5.000.000 / \$197 = 25,3 \text{ ventas}$$

Si quiero vender 5.000, cuánto debo invertir en publicidad?

Valor deseado en ventas * % de costo de la publicidad

$$5.000 * 33\% = \$ 1.650$$

Cálculo de precio
Ver anexo en excel [AQUÍ](#)

Capítulo 5

Captura de datos

El dinero esta en la lista

Envía tus prospectos a

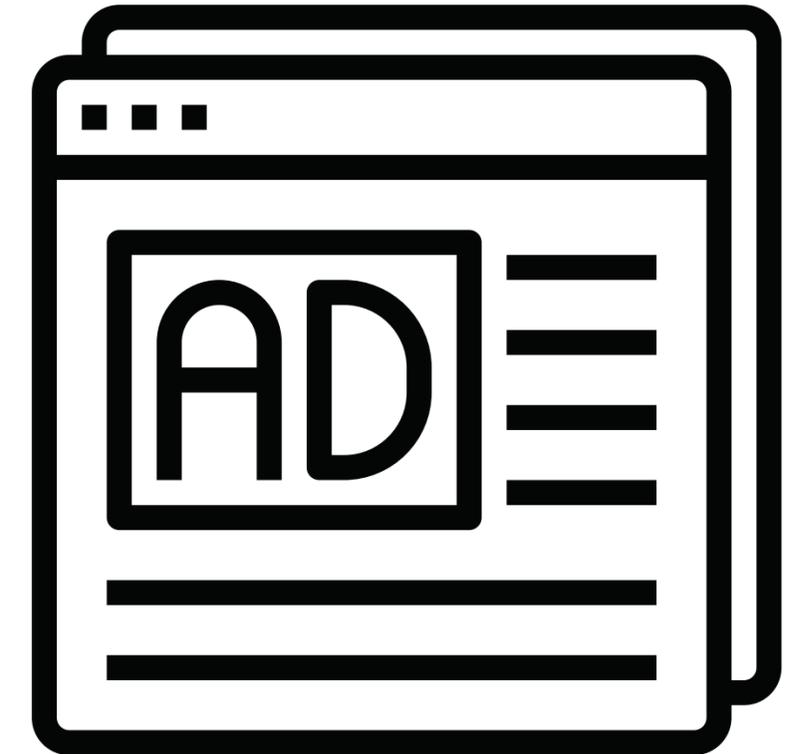
Es un error enviarlos a tu sitio web porque suele tener demasiados puntos de fuga y en esta etapa lo que nos interesa es solo capturar sus datos email y WhatsApp



Una landing page



Un formulario de google



Aviso FB/IG objetivo cliente potencial

De esta forma te evitas el tener que hacer una página web

Un **título** que le habla al dolor del prospecto, prometiéndole una solución si se inscribe con sus datos

En el **formulario** menos es mas, pide solo dos o tres datos, nombre, email y whatsapp por ejemplo

El **llamado a la acción** debe ser claro y conciso algo como "**INSCRÍBETE**" o "**INFORMACIÓN**" y que el botón tenga un color naranja o rojo o verde que sea llamativo

Para los **beneficios** de tu curso gratis o de descargar tu lead magnet, ten presente que en internet la gente no lee sino que escanea, así que usa párrafos cortos de máximo tres o cuatro renglones





¿Te gustaría aprender a generar nuevos ingresos con tus conocimientos OnLine?

Te invitamos a nuestra clase online (webinar) el lunes 6 de abril a las 5:00 pm



Este entrenamiento tiene un valor normal de \$380.000 pesos y Goldentech ha conseguido hacerlo disponible para sus clientes GRATIS, son pocos cupos, inscríbete YA.

Accede de inmediato con tus datos a esta lección donde en una hora te compartimos contenido valioso, sobre como generar ingresos construyendo cursos online o llevar tus servicios al mundo online

Al final de la lección recibirás un regalo sorpresa, asegúrate de dejar tu mejor email para que no te lo pierdas

Acepto los Términos de Uso y Políticas de Privacidad

Acceder al curso



Plantilla 12

Diseño de landing page

Título que llame la atención	
Subtítulo que apoye la inscripción al formulario	
Descripción de la imagen o video (usar lo mismo en el Ad ayuda)	
Llamado a la acción del formulario y datos que se van a pedir Nombre/Email/WhastApp	
Beneficio 1 del curso gratis una breve descripción de máximo tres renglones	
Beneficio 2 del curso gratis una breve descripción de máximo tres renglones	
Beneficio 3 del curso gratis una breve descripción de máximo tres renglones	

Capítulo 9

Nurturing

Seguir en contacto

¿Y si no te compran? Mantén el contacto - Nurturing

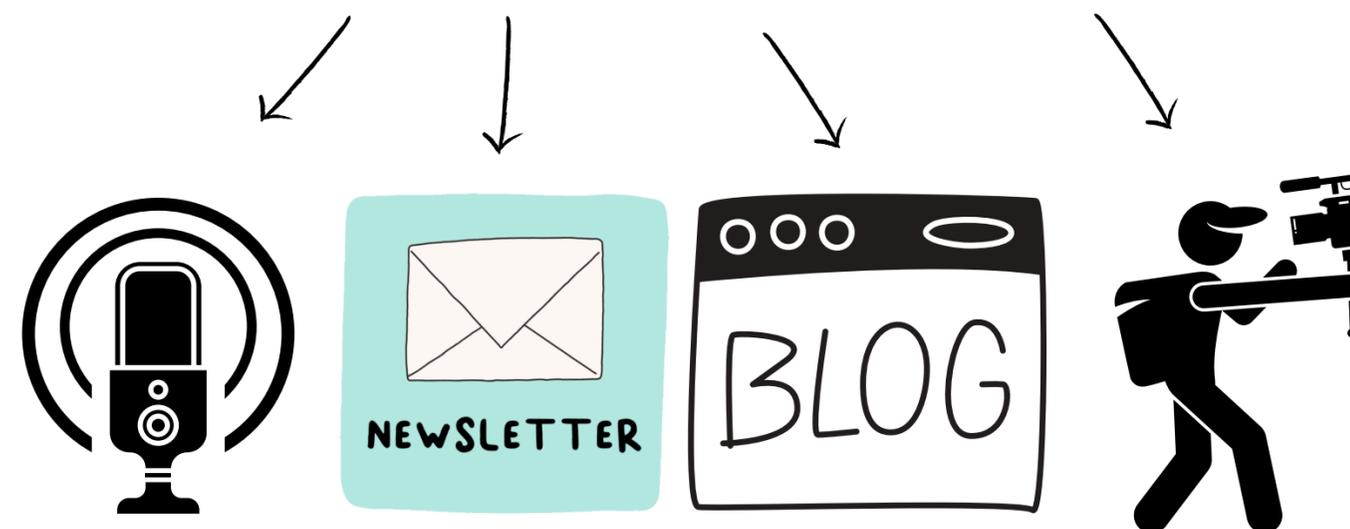


El pixel rastrea hasta donde ha llegado el viaje de cada cliente para ayudarnos a crear audiencias que tengan diferentes avisos

	Página de captura	Página Educación	Página de venta	Página de pago	Página gracias
Audiencia 1 - Fría	Si	X			
Audiencia 2 - Tibia		Si	X		
Audiencia 3 - caliente			Si	Si	X
Audiencia 4 - Clientes					Si

Retargeting o remarketing

Trafico que controlas o propio son todas las personas que te han dejado su email y a las que puedes contactar con enviar un email



Email Marketing

Capítulo 10

Programa de mentoría

Te acompaño a formar tu sistema

Programa de coaching 1 a 1

Mis primeros 100 clientes potenciales

- Crear el ecosistema para ti
- Escoger dominio
- Darle seguridad al sitio con certificado ssl
- Configurar el sistema de Whatsapp
- Crear el administrador de anuncios de FB / IG
- Activar el Pixel de FB
- Administrar tus campañas
- Configurar el embudo de ventas
 - Aviso
 - Organización del WhatsApp
 - Entrenamos tu Francy
 - Coaching para la creación de tu curso gratis
 - Coaching para la revisión de tu oferta
 - Creamos tu pasarela de pagos y podemos ofrecerte la administración