

3 PASOS PARA IDENTIFICAR TU PROSPECTO IDEAL



Paso 1. COMO IDENTIFICAR A TU PROSPECTO.



Para iniciar tu proyecto de productos o servicios con éxito, lo primero que debes hacer es tener claramente identificado quién es tu prospecto ideal, esas personas que se convertirán en tu cliente potencial... debes saber dónde se reúnen, cuáles son sus gustos y cuáles son sus mayores retos o desafíos, se debe obtener la mayor información posible.

Debes crear un avatar, lo cual se refiere a ese perfil que te ayudará a conducir mejor tu estrategia de marketing y a lograr mejores conversiones en tu embudo de marketing.

Te ayudaré a crear ese avatar: con los datos obtenidos lo usarás para crear contenido en tu blog, crear tus mensajes de seguimiento, comprar tráfico y crear tus productos o servicios.

Comencemos:

Contesta la siguiente pregunta:

¿Quiénes comprarían lo que ofreces o lo que pretendes ofrecer?

¿Si ya tienes clientes, Que tipo de personas han comprado tus productos o contratado tus servicios?

Por ejemplo, mis prospectos tienen los siguientes perfiles

Profesionales en Redes de Mercadeo o venta directa: que desean crear su marca personal y quieren aprender cómo usar las nuevas tecnologías del internet para expandir sus negocios, para crecer su lista de prospectos e incrementar sus ventas.

Coaches que venden un servicio: personas que desean aprender cómo promover sus servicios, posicionarse en su nicho de mercado y conseguir más clientes usando el Internet.

Emprendedores de negocios y online: personas que desean aprender cómo generar ingresos por internet con un sistema de afiliados o marketing de afiliados.

Emprendedores tradicionales: Que desean incursionar al internet ofertando sus productos para incrementar su mercado debido a que por la contingencia sus ventas físicas en locales tradicionales se han visto afectadas seriamente y por ende sus ingresos están reducidos.

De los perfiles antes mencionados voy a escoger uno para hacer el avatar de un prospecto ideal:

Determina si tu avatar de prospecto ideal será hombre o mujer, o si tu servicio va dirigido a ambos géneros.

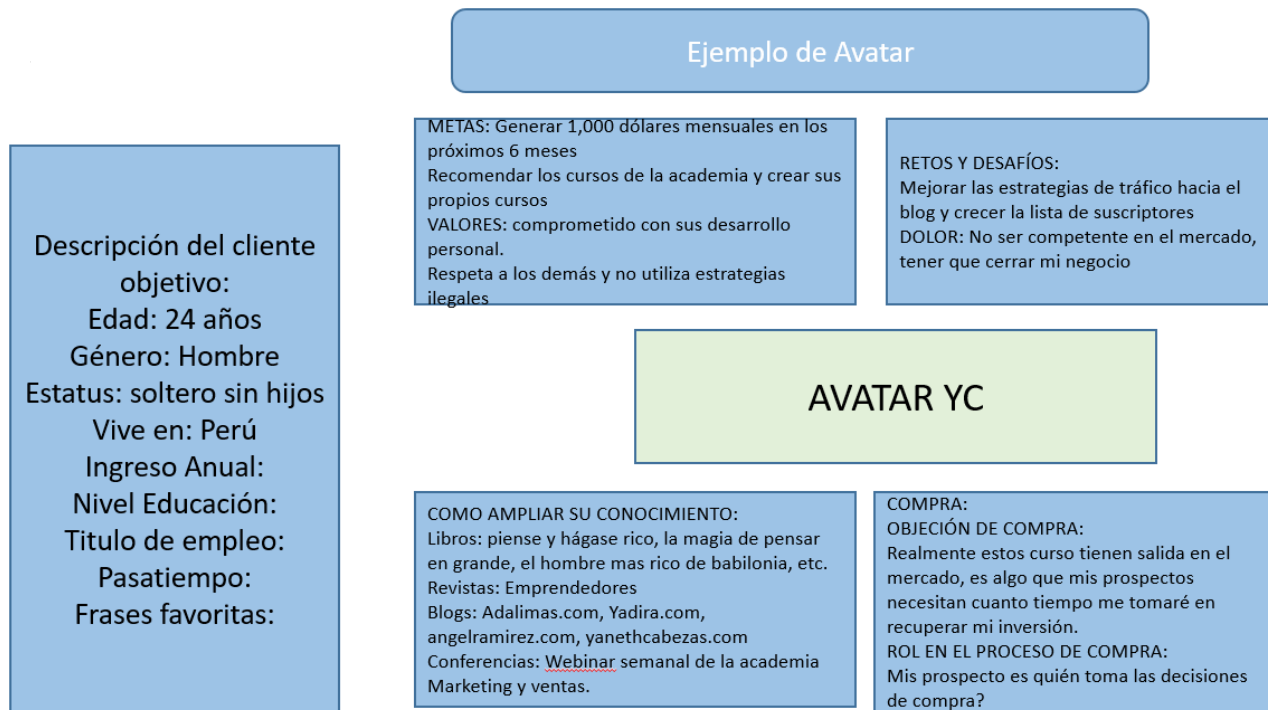
En el centro ponle un nombre a tu prospecto ideal... yo coloque YC.

Para esto es importante hacer una segmentación lo más estructurada posible con el objetivo de que te dirijas a la persona adecuada, a ese prospecto que cuando entra a google y escriba su necesidad, problema o dolor ... esa frase (de cola larga o de cola corta) lo canalice o lo lleve a tu sitio web o a tu canal de youtube, o a tu fan page o a cualquiera de tus redes en donde tú estás haciendo presencia y entregando soluciones a esa necesidad o a ese problema o a esos dolores que tus futuros clientes están buscando solucionar.

Así que esas soluciones que estas entregando a esos requerimientos deben estar enfocado a una persona claramente identificada.

A continuación, te muestro un diagrama que debes hacer también tu enfocado a tu producto o servicio...

"Si no sabes quién es tu cliente, entonces tampoco sabes cuál es tu negocio"



PASO 2. IDENTIFICAR LOS PROBLEMAS DE TU PROSPECTO IDEAL

Una vez que ha identificado a tu prospecto ideal necesitas resolver sus necesidades o problemas. Pero para resolver esas necesidades o problemas debes conocerlos. Muchos emprendedores cometen el error de tratar de vender algún producto o servicio sin conocer las verdaderas necesidades de su prospecto, creen que lo que están ofreciendo les va a ayudar, pero la realidad es que no es así y por supuesto no obtienen las ventas deseadas.

Entonces en su lógica el emprendedor piensa en hacer un producto, después crear una página donde publican la foto del producto o servicio en cuestión y por último generar visitas hacia esa página web; todo esto sin conocer los problemas y/o necesidades reales de su prospecto. Por esta razón es que la mayoría de los emprendedores fracasan.

Quiero que analices el porque te digo que crear un producto o servicio sin antes conocer los problemas de tu prospecto es un grave error. Tómame dos minutos de tu tiempo para analizarlo. Te estarás preguntando, ¿Cuál es el procedimiento correcto?

El procedimiento correcto es: primero buscas un mercado, encuentras los problemas que puedes resolver y luego creas el producto o servicio. Si ya tienes un producto o servicio que vender necesitas analizar si realmente ese

producto resuelve algún problema y adaptarlo a tu prospecto ideal. Ese es el inicio correcto de emprender tu negocio en Internet, encontrar las necesidades de tus prospectos.

Estamos en la era de la información, Google es el principal buscador en el mundo y su negocio se basa en proveer información a todos sus usuarios que están buscando una solución a sus problemas. Entonces la mayoría de los emprendedores nuevos primero buscan o crean el producto y luego buscan a los clientes, pero el procedimiento es al contrario ... primero se buscan las necesidades o los problemas de un nicho específico y luego se crea o se adapta un producto o servicio para solucionarlo.

¿Cómo saber cuáles son los problemas de tu prospecto ideal?

Vamos a hacer dos ejercicios con ejemplos que te ayudarán a saber cuáles son los problemas de tu prospecto ideal. Tomaremos el ejemplo del nicho de los profesionales de redes de mercadeo. Supongamos que tu producto o servicio es tu oportunidad de negocio de multinivel o venta directa y lo que quieres es “hacer crecer tu red de afiliados”.

Importante ser constante y hacer seguimiento a todas tus actividades

En la siguiente tabla vas a listar sus problemas, causas y soluciones de este problema o situación:

Problema	Causa	Solución
Falta de prospectos	No conoce mucha gente	Salir a las calles a prospectar. Usar las redes sociales para atraer clientes Unirse a grupos de emprendedores en Facebook.
	No es sociable	Inscribirse en clubes deportivos para hacer amigos Tratar de entablar conversación con personas en centros comerciales
	No tiene muchos amigos	Salir a fiestas para conocer más amigos. Agregar personas nuevas en Facebook que sean emprendedores.
		Involucrarse a grupos en la ciudad que vive.

Rechazo	Vive en una nueva ciudad	Comprar un curso para aprender como prospectar en Internet.
	No sabe buscar prospectos en el mercado frio	Buscar prospectos que si tengan dinero para invertir. Buscar prospectos que tengan altos ingresos.
	Los prospectos no tienen dinero.	Tomar un curso de capacitación en ventas.
	No sabe cómo vender.	Entregar contenido de valor a mi prospecto para generar confianza.
	A su prospecto no le interesa el producto.	Estas llegando al prospecto equivocado, cambia la estrategia de búsqueda.
No venden productos	Su prospecto dice que no lo necesita	Encontrar gente que si necesite el producto.

Crea tantos problemas y causas como puedas, sigue llenando la lista si es que estás en el nicho de redes de mercadeo. Imprime estas hojas y llénalas a mano. Ahora veamos un ejemplo de cómo encontrar problemas en el nicho de pérdida de peso:

problema	Causa	Solución
No funcionan las dietas	Tienen malestar estomacal	No comer mucho después de hacer la dieta. Crear un hábito de comer saludable.
	Les da hambre	No comprar comida chatarra Tomar suplementos alimenticios
	Se marean	Comer sanamente con un plan alimenticio. Ir con un nutricionista para elaborar un buen plan de comida.
Falta de ejercicio	Les da pereza hacer ejercicio	Crear el hábito del ejercicio con una pequeña rutina diaria. Hacer ejercicios que le causen emoción. Buscar compañía para tal fin.
		Seguir las recomendaciones médicas entre medicamento y rutina de ejercicios.

Enfermedad	Tienen problemas respiratorios	Seguir las recomendaciones terapéuticas que solucionen con una rutina de ejercicio este dolor
	Tienen problemas de espalda	Ver testimonios y programas de autoayuda que motiva a una rutina de ejercicios.
	No se siente motivado	Meditar Tomar masajes Eliminar ansiedad
	Estrés	Cambiar los medicamentos por otros que no hagan subir de peso.
	Tomar medicamentos	

Del mismo modo si estás en este nicho de mercado agrega tantos problemas, como causas complementado con su respectiva solución.

Haz lo mismo con el nicho de mercado que hayas elegido, si eres coach, si eres abogado, si eres profesional independiente, si quieres vender zapatos, ropa, revistas, si eres diseñador gráfico en fin

Lo importante es que determines la mayor cantidad de problemas para después encontrar una solución.

En el siguiente capítulo veremos cómo saber si realmente las soluciones que estamos brindando son las que busca nuestro prospecto ideal.

El mismo Google nos va a decir que es lo que realmente está buscando tu prospecto y de esta forma lograrás darle la mejor solución a tu prospecto ideal.

“Si tu propuesta de valor no emociona a tu prospecto, no estas resolviendo ningún problema con tu negocio”

Paso 3. RESOLVER LOS PROBLEMAS DE TUS PROSPECTOS

En este punto ya conoces a tu cliente ideal, y sabes los problemas o situaciones que le generan dolor y preocupación a tus prospectos. Ahora lo que debemos hacer es solucionar esos problemas y para ello necesitamos dominar algunas estrategias que generen valor alrededor de nuestra propuesta.

La mayoría de los emprendedores al encontrar un prospecto simplemente le muestra su producto de forma directa y la verdad esto no funciona muy bien. En Internet mostrar tu oferta directamente va a generar rechazo en tus

prospectos. Por ello es más inteligente compartir algún material de valor con tu prospecto antes de pedirles que te compren o mostrarle tu oferta.

“A nadie le gusta que le vendan, pero a todos nos gusta comprar”

Este material de regalo también es conocido como imán de prospectos. Esto hará que tú puedas generar deseo en las personas y sobre todo que quieran recibir ayuda de tu parte.

En Internet la gente busca soluciones que lo puedan llevar a una transformación; por eso el contenido generado y relacionado con tu producto debe hablar de esas soluciones enfocadas a unas necesidades ya identificadas que disminuyan sus miedos y le permita soñar y visualizar las respuestas a esas situaciones que le incomodan, para que sus ilusiones afloren y tenga nuevos pensamientos y sentimientos que cambiarán su vida.

Esta es la razón por la cual NO podemos comenzar a promover las características de nuestros productos o servicios de manera directa en Internet, porque lo que vamos a conseguir es rechazo y frustración. Este es el error que la mayoría de los emprendedores cometemos; de ahí la importancia de capacitarnos y entender este maravilloso mundo de la tecnología y sus canales de comunicación.

Cabe mencionar que la capacitación requiere tiempo, esfuerzo y dinero, pero si lo piensas bien es lo que invertimos cuando estudiamos una carrera universitaria que duró en promedio 5 años y que exigió bastante esfuerzo, tiempo y dinero, que en algunos casos fue financiada y por ende sumada a intereses.... Y que se hizo “rentable” en algunos casos después del grado... Con este entrenamiento a los 3 meses máximo 6 ya estas generando ingresos con una inversión mucho más pequeña. Con tu dedicación y entrega al año o menos ya eres toda una autoridad para tu nicho de mercado en Internet y habrás recuperado tu inversión...

Luego de este pequeño preámbulo, continuamos con el ejercicio.

Ahora veamos un ejemplo:

Si el problema de mis prospectos es querer bajar de peso. Podemos hacer un análisis del problema para verificar las emociones del prospecto. Si determinamos que la emoción más dominante es la falta de confianza y autoestima personal podemos crear una solución acorde al sentimiento del prospecto.

Posible solución:

Programas de dieta y ejercicios corporal para recuperar tu autoestima y confianza en solo 30 días con eslogan y campañas como esta: “Luce radiante y atractiva con nuestro sistema de mejoramiento y belleza corporal”

Si el producto que vendes son unos batidos este programa puede ser perfectamente una propuesta de valor para tu cliente y por ende será mucho

más fácil vender tus batidos una vez que tus prospectos hallan probado tu propuesta de valor.

Si quieres te voy a dejar una lista de posibles soluciones a problemas que te sirva como guía. Así motivamos tu creatividad para generar soluciones que ayuden a tus clientes.

“Para generar deseo en tu prospecto, la clave esta en crear buenos imanes que aporten valor y ayuden a solucionar problemas”

Aquí menciono otros posibles problemas que pueden apuntar a tu negocio

Problema	Soluciones
No tener presencia en internet	Programa de 4 pasos para prospectar, presentar y vender en internet como un profesional
Sobre peso y obesidad	Programa de 30 días para bajar de peso y sentirse altamente sexy y atractivo
No obtener prospectos	Programa para obtener de 20 a 30 prospectos en piloto automático.
¿Estás en un empleo que no gusta ni te renta?	Descubre 5 pasos para cambiar de empleado a emprendedor

Nota lo siguiente: en el cuadro no hacemos referencia al producto que vendemos, básicamente porque el producto deja de ser importante si el prospecto no entiende el valor de nuestra ayuda. Si dominas la habilidad de crear imanes o propuesta de valor aumentará tus probabilidades de vender tus productos o servicios.

Ahora la cosa se pone más interesante porque desde este momento puede comenzar a promover tu negocio desde el valor que aportas a tu cliente. Incluso con esta información podemos mejorar la promoción y campañas que hacemos alrededor de nuestros productos, siendo esta una forma inteligente de hacer marketing en internet.

El tiempo es oro, comienza entonces a desarrollar tus imanes de prospectos y veras cambios inmediatos en las respuestas de tus potenciales clientes y prospectos.

PROXIMO PASO

Ya comenzaste a crear la base de tu negocio, ahora es importante comenzar a mostrar un poco de este análisis inicial que acabas de hacer para precisar con éxito a tu cliente ideal. Tenemos que mostrar tu trabajo en internet y redes sociales. Por ello te sugerimos ahora tomar el siguiente entrenamiento:

7 Claves infalibles para crecer un Negocio con un Blog

En este reporte queremos ayudarte a:

- Clave 1: Investiga detalladamente tu nicho de mercado
- Clave 2: Crea un blog enfocado en ayudar a ese nicho de mercado

- Clave 3: Crea tu Marca Personal y posíciónate como una autoridad en ese nicho de mercado
- Clave 4: Crea un info – producto que ayude a tu nicho de mercado a pasar del punto A al punto B.
- Clave 5: Véndele a tu nicho de mercado
- Clave 6: Genera publicidad o tráfico hacia tu sitio web o blog
- Clave 7: Apaláncate de las redes sociales para relacionarte con tus prospectos.

Espero de todo corazón que pongas en práctica este conocimiento y lo apliques a tu negocio y que no dudes en capacitarte para crecer mucho más de lo que te imaginas. “Nuestro propósito es ayudar a un Emprendedor o Networker a cambiar su carrera profesional para siempre, entregándoles nuevos conocimiento, herramientas y técnicas para que puedan llevar sus negocios de forma profesional al internet”

Comunícate ahora mismo y te informaremos de todo el proceso que necesitas para continuar tu crecimiento en el marketing digital.

Es el momento perfecto para iniciar con tu capacitación en marketing digital ¡comunícate ahora!

Cordialmente,



Ma. Yaneth Cabezas G.
Consultor en Marketing Digital

Tel – WhatsApp 310 310 1380
consultoria@yanethcabezas.com
www.yanethcabezas.com