

YekaterinaGastelum

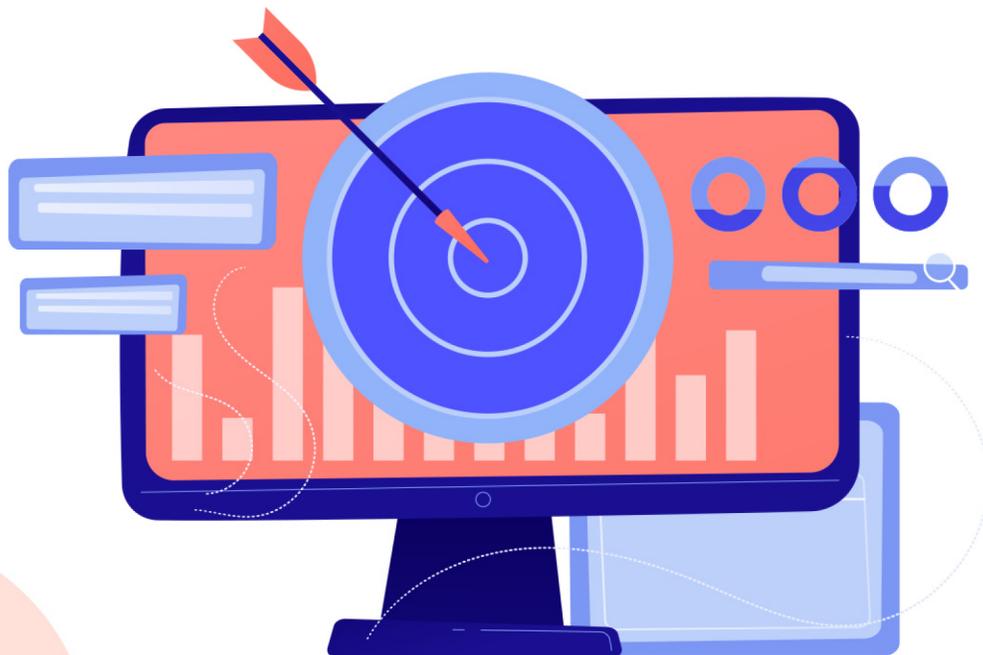
Mi Kit  
DE  
**HERRAMIENTAS**  
*para* **PROSPECTAR**  
**EN LÍNEA**



REUNIR LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS ES UNO DE LOS PRIMEROS PASOS QUE AYUDARÁ A TU NEGOCIO A DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE GRAN CALIDAD Y RÁPIDAMENTE.

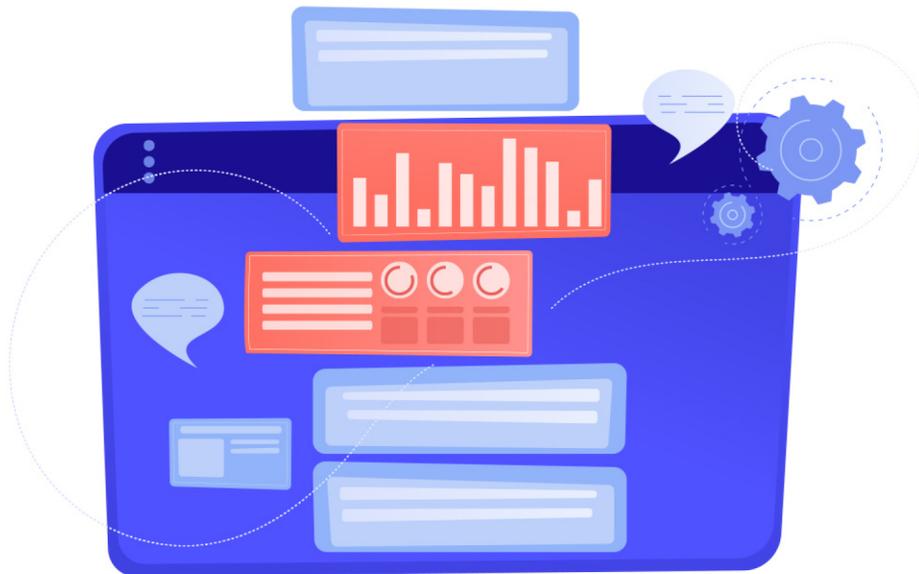
DURANTE TODOS MIS AÑOS DE EXPERIENCIA HE IDO RECOPILANDO PÁGINAS Y HERRAMIENTAS DIFERENTES QUE UTILIZO EN EL DÍA A DÍA Y QUE HAN CONTRIBUIDO, SIN DUDA, AL CRECIMIENTO EN COMUNIDAD Y VENTAS DE MI NEGOCIO.

NO NECESITAS SER UN EXPERTO PARA INICIAR EL CAMINO AL ÉXITO DE TU NEGOCIO CON ELLAS, PERO DEFINITIVAMENTE, EL UTILIZARLAS TE AYUDARÁ MUCHÍSIMO.



# Índice

- MI LISTA DE PLATAFORMAS PARA CAPTACIÓN DE PROSPECTOS EN LÍNEA
- 100 PALABRAS PERSUASIVAS PARA MEJORAR TUS PUBLICACIONES EN INSTAGRAM
- MI LISTA DE BANCOS DE IMÁGENES GRATUITAS
- HERRAMIENTAS DE EDICIÓN DE IMÁGENES
- HERRAMIENTAS DE EDICIÓN DE VIDEOS
- LA GUÍA DE OBJETIVOS DE CAMPAÑA SEGÚN TU TIPO DE NEGOCIO



# *Mi lista de plataformas para captación de prospectos en línea*

PARA MUCHOS LAS LLAMADAS TELEFÓNICAS SE HAN CONVERTIDO AHORA EN LA NUEVA MÁQUINA DE FAX... ¿SABÍAS ESTO? LA MAYORÍA DE LAS PERSONAS PREFIEREN HOY EN DÍA QUE LES ENVÍEN MENSAJES DE TEXTO EN LUGAR DE QUE LAS LLAMEN... SOBRE TODO, CUANDO NO TE CONOCEN.

LOS MÉTODOS DE COMUNICACIÓN HAN CAMBIADO. ¿PORQUÉ SEGUIRÍAS ENVIANDO UN FAX A LAS PERSONAS SI PREFIRIERAN RECIBIR UN CORREO ELECTRÓNICO?

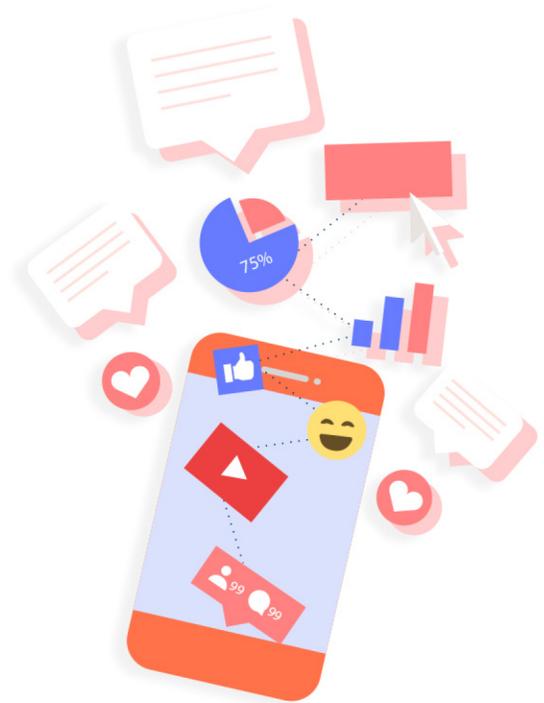
HOY EXISTE UNA NUEVA FORMA DE CAPTAR CLIENTES POTENCIALES PARA NEGOCIOS DE SERVICIOS PROFESIONALES (BIENES RAÍCES, SERVICIOS FINANCIEROS, MÉDICOS, DE CONSTRUCCIÓN, EVENTOS, MULTINIVEL, CONSULTORÍAS, COACHING, ENTRE OTROS).

EN EL PASADO, LO HABITUAL ERA OBTENER EL NÚMERO DE TELÉFONO DE UN PROSPECTO Y LUEGO GANAR SU CONFIANZA PARA HACER NEGOCIO.

# *Mi lista de plataformas para captación de prospectos en línea*

AQUÍ MI TOP 10 DE BUENAS PLATAFORMAS Y BUENAS PRÁCTICAS QUE PODRÁS UTILIZAR:

1. FACEBOOK MESSENGER
2. FACEBOOK RETARGETING ADS
3. INSTAGRAM DM
4. INSTAGRAM RETARGETING ADS
5. CHAT BOTS
6. MENSAJES DE WHATSAPP
7. GRUPOS DE WHATSAPP
8. CONTENIDO (VIDEOS / LIVE) EN REDES SOCIALES
9. EMAIL MARKETING
10. CAMPAÑAS DE CAPTACIÓN DE LEADS



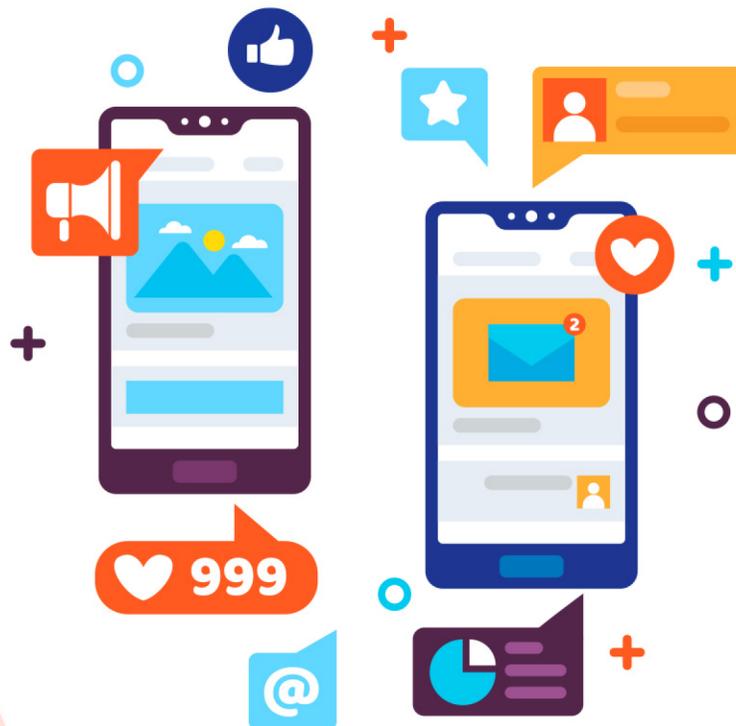
# *Mi lista de plataformas para captación de prospectos en línea*

¡COMO VES, AHORA HAY MUCHAS FORMAS DE COMUNICARSE CON NUEVOS CLIENTES POTENCIALES! NI SIQUIERA IMPORTA SI NO DESCUELGAN EL TELÉFONO.

... ASÍ QUE DEJA DE PREOCUPARTE.

MI CONSEJO ES: "CONVIÉRTETE EN UN LÍDER DE OPINIÓN ANTES DE RECIBIR LA LLAMADA".

ESE ES EL PODER DE SER UN INFLUENCER DE IMPACTO.



# *100 palabras persuasivas y útiles para mejorar tus anuncios en Facebook e Instagram al instante*

SI LO QUE DESEAS ES CONVERTIR A TUS PROSPECTOS EN CLIENTES DE UNA FORMA SEGURA Y RÁPIDA, UNA DE LAS MEJORES MANERAS PARA HACERLO ES TENER A LA MANO UNA LISTA CON LAS MEJORES FRASES Y PALABRAS QUE TE AYUDEN A CREARLES UNA IMAGEN VÍVIDA DE LO QUE TÚ QUIERES QUE ELLOS TENGAN EN SU MENTE.

PALABRAS QUE PUEDES USAR A LA HORA DE ESCRIBIR UN TEXTO PUBLICITARIO, O AL MOMENTO DE GRABAR UN VIDEO PARA COMUNICAR TU MENSAJE Y TRATAR DE CONVENCER A TU AUDIENCIA DE ALGO. TAMBIÉN PARA EMPODERAR LAS HISTORIAS QUE NARRAS.

ESTO TE AYUDARÁ A INCREMENTAR TUS CONVERSIONES, TUS VENTAS Y HARÁ MUCHO MÁS EXITOSO A TU NEGOCIO. INCLUSO FUNCIONAN PARA CONVERTIR A LOS DETRACTORES.

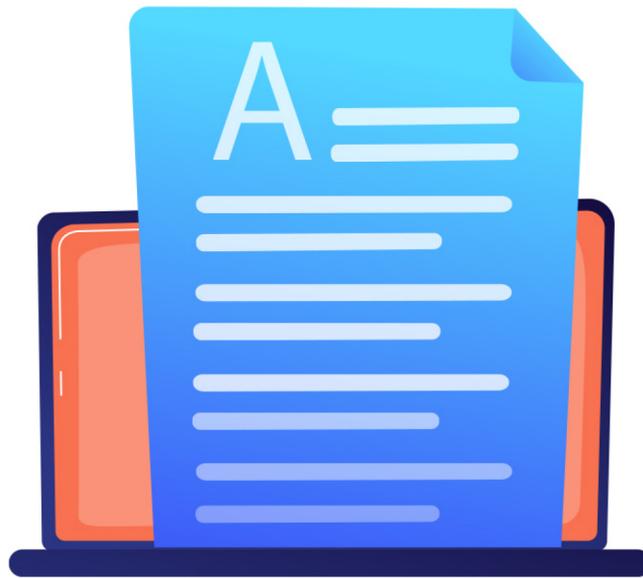
SON PALABRAS QUE GENERAN EMOCIONES, OTRAS QUE SON ÚTILES PARA REBATIR LOS ARGUMENTOS LÓGICOS. ALGUNAS PARA FOMENTAR COMUNIDAD, OTRAS PARA GENERAR EXCLUSIVIDAD. PERO, AUNQUE ESTAS PALABRAS SON “MÁGICAS”, NINGÚN TRUCO DE MAGIA FUNCIONA SIN QUE EL MAGO LO PRACTIQUE ANTES. POR LO QUE, SI NO LAS UTILIZAS CONSTANTEMENTE, SERÁ DIFÍCIL QUE VEAS RESULTADOS. POR LO TANTO, ENTRE MÁS LAS USES, MÁS LAS TENDRÁS EN TU MEMORIA Y SERÁ MÁS FÁCIL DE ACCEDER A ELLAS EN EL MOMENTO QUE LAS NECESITES.

# *Aquí la lista:*

1. ASOMBROSO
2. BENEFICIOSO
3. PROVECHOSO
4. COMPENSIVO
5. CONMOVEDOR
6. CONOCIDO
7. CLAVE
8. COTIDIANO
9. CRECIENTE
10. CRÍTICO
11. PERJUDICIAL
12. DÉBIL
13. DEPRIMENTE
14. DESTACADO
15. SOBRESALIENTE
16. DIDÁCTICO
17. DISPONIBLE
18. EMOCIONANTE
19. INEVITABLE
20. INJUSTO
21. JUSTO
22. LIBRE
23. LIMITADO
24. OSCURO
25. PARECIDO
26. POLÉMICO
27. CONTROVERTIDO
28. PRIVILEGIADO
29. REALISTA
30. SABIO
31. SIGNIFICATIVO
32. TORPE
33. VENTAJOSO
34. ÚTIL
35. SIMPÁTICO
36. TENEBROSO
37. FUERTE
38. LIMPIO
39. ESPECIAL
40. IRRESPONSABLE
41. INTRÉPIDO
42. ENFERMO
43. IMPULSIVO
44. VULGAR
45. FELIZ
46. MODESTO
47. SUTIL
48. PEQUEÑO
49. GRANDE
50. DISTANTE
51. ARDIENTE
52. MARAVILLOSO
53. SENSIBLE
54. APASIONADO
55. NUEVO
56. MODERNO
57. COLORIDO
58. ODIOSO
59. AMBICIOSO
60. VIEJO
61. AGRADABLE
62. PACÍFICO
63. DURO
64. CONTENTO
65. ESTRESANTE
66. REFINADO
67. ANGELICAL
68. VALIENTE
69. LINDO
70. TRANSPARENTE
71. FRÁGIL
72. INCÓMODO
73. DIFERENTE
74. GRIS
75. CALIENTE
76. AGOTADOR
77. DESCONFIADO
78. COMPLICADO
79. INTERESANTE
80. BRILLANTE
81. APÁTICO
82. GRUESO
83. AFECTUOSO
84. PELUDO
85. CUADRADO
86. DULCE
87. BURLÓN
88. ORDENADO
89. CÓMODO
90. ABSTRACTO
91. CRUEL
92. LARGO
93. DIFÍCIL
94. ANCHO
95. PERFECTO
96. INFANTIL
97. AMARGADO
98. LUMINOSO
99. COHERENTE
100. COMPLEJO

# *¿Dónde más puedes utilizar estas palabras?*

EN FRASES DE APERTURA, EN LA REDACCIÓN DE TU MENSAJE, SIEMPRE QUE QUIERAS DARLE MÁS “SABOR” A TU HISTORIA, E-MAILS, EN LAS PUBLICACIONES QUE HAGAS EN TUS REDES SOCIALES, ENCABEZADOS, **LLAMADOS A LA ACCIÓN.**



# Guías de objetivos de Campaña según tu tipo de Negocio

ANTES DE CREAR UN ANUNCIO, DEFINE CUÁLES SON TUS OBJETIVOS COMERCIALES. PARA ELEGIR EL OBJETIVO CORRECTO, ES IMPORTANTE QUE SEPAS LO QUE QUIERES LOGRAR.

EL OBJETIVO PUBLICITARIO ES LO QUE QUIERES QUE LAS PERSONAS HAGAN CUANDO VEAN TUS ANUNCIOS. POR EJEMPLO, SI QUIERES MOSTRAR UN SITIO WEB A PERSONAS INTERESADAS EN TU NEGOCIO, PUEDES CREAR ANUNCIOS QUE ALIENTEN A LAS PERSONAS A VISITAR EL SITIO WEB. A CONTINUACIÓN, TE PRESENTO LAS TRES CATEGORÍAS AMPLIAS A LAS QUE PUEDEN CORRESPONDER TUS OBJETIVOS.

## -RECONOCIMIENTO

LOS OBJETIVOS QUE GENERAN INTERÉS EN TU PRODUCTO O SERVICIO. PARA AUMENTAR EL RECONOCIMIENTO DE LA MARCA, DEBES CONTARLES A LAS PERSONAS POR QUÉ TU EMPRESA ES VALIOSA. POR EJEMPLO, SUPONGAMOS QUE LUCY'S MARKET VA A LANZAR UNA PEQUEÑA CADENA REGIONAL DE TIENDAS DE ALIMENTOS. CON EL OBJETIVO DE RECONOCIMIENTO DE MARCA, LA EMPRESA PUEDE CREAR UNA CAMPAÑA QUE PROMOCIONE SUS PRODUCTOS FRESCOS Y ORGÁNICOS ENTRE LAS PERSONAS DE LA ZONA.

## -CONSIDERACIONES

LOS OBJETIVOS QUE AYUDAN A QUE LAS PERSONAS PIENSEN EN TU NEGOCIO Y BUSQUEN MÁS INFORMACIÓN AL RESPECTO. POR EJEMPLO, LUCY MARKET TIENE UN SITIO WEB CON LA HISTORIA DE LA EMPRESA Y ALGUNAS DE LAS OFERTAS EXCLUSIVAS DE LAS TIENDAS. CON EL OBJETIVO DE TRÁFICO, LA EMPRESA PUEDE CREAR UNA CAMPAÑA QUE ALIENTE A LAS PERSONAS A VISITAR EL SITIO WEB PARA OBTENER MÁS INFORMACIÓN.

## -CONVERSIONES

LOS OBJETIVOS QUE ANIMAN A LAS PERSONAS INTERESADAS EN TU NEGOCIO A COMPRAR O UTILIZAR TU PRODUCTO O SERVICIO. SUPONGAMOS QUE LUCY'S MARKET ABRIÓ ALGUNAS SUCURSALES NUEVAS. CON EL OBJETIVO DE VISITAS EN EL NEGOCIO, LA EMPRESA PUEDE CREAR UNA CAMPAÑA PARA ALENTAR A LOS CLIENTES POTENCIALES A IR A LA TIENDA MÁS CERCANA.

# RECONOCIMIENTO

## OBJETIVO EL OBJETIVO COMERCIAL ES:

---

RECONOCIMIENTO DE MARCA	AUMENTAR EL RECONOCIMIENTO DE TU NEGOCIO, MARCA O SERVICIO ENTRE LAS PERSONAS.
-------------------------	--

---

ALCANCE	MOSTRAR EL ANUNCIO A LA MAYOR CANTIDAD DE PÚBLICO OBJETIVO.
---------	---

# CONSIDERACIÓN

## OBJETIVO EL OBJETIVO COMERCIAL ES:

---

TRÁFICO	LOGRAR QUE LAS PERSONAS VAYAN DESDE FACEBOOK HACIA CUALQUIER URL QUE DEFINAS, COMO LA PÁGINA DE DESTINO DE TU SITIO WEB, UNA ENTRADA DE BLOG, UNA APP, ETC.
---------	---

---

INTERACCIÓN	LLEGAR A LAS PERSONAS QUE TENGAN MÁS PROBABILIDADES DE INTERACTUAR CON TU PUBLICACIÓN. LA INTERACCIÓN COMPRENDE LOS ME GUSTA, LOS COMENTARIOS Y EL CONTENIDO COMPARTIDO, PERO TAMBIÉN PUEDE INCLUIR LAS OFERTAS SOLICITADAS DESDE TU PÁGINA.
-------------	--

---

INSTALACIONES DE LA APP	ENVIAR A LAS PERSONAS A UNA TIENDA EN LA QUE PUEDAN DESCARGAR LA APP DE TU NEGOCIO
-------------------------	--

# CONSIDERACIÓN

## OBJETIVO EL OBJETIVO COMERCIAL ES:

---

REPRODUCCIONES  
DE VIDEO

COMPARTIR VIDEOS DE TU NEGOCIO CON LAS PERSONAS QUE TENGAN MÁS PROBABILIDADES DE VERLOS EN FACEBOOK.

---

GENERACIÓN  
DE CLIENTES  
POTENCIALES

RECOPILAR DATOS DE CLIENTES POTENCIALES PARA TU EMPRESA. CREA ANUNCIOS PARA RECOPILAR INFORMACIÓN DE LAS PERSONAS INTERESADAS EN TU PRODUCTO, COMO EL REGISTRO PARA RECIBIR UN NEWSLETTER.

---

MENSAJES

CONECTARTE CON PERSONAS A TRAVÉS DE MESSENGER O WHATSAPP O COMUNICARTE CON CLIENTES POTENCIALES O EXISTENTES PARA GENERAR INTERÉS EN TU NEGOCIO.

# CONVERSIÓN

## OBJETIVO EL OBJETIVO COMERCIAL ES:

---

CONVERSIONES

ALENTAR A LAS PERSONAS A REALIZAR UNA ACCIÓN ESPECÍFICA EN EL SITIO DE TU NEGOCIO, COMO AGREGAR ARTÍCULOS AL CARRITO, DESCARGAR UNA APP, REGISTRARSE EN EL SITIO O HACER UNA COMPRA.

---

VENTAS DEL  
CATÁLOGO

MOSTRAR EL PRODUCTO DEL CATÁLOGO DE TU TIENDA DE COMERCIO ELECTRÓNICO PARA GENERAR VENTAS.

# CONVERSIÓN

## OBJETIVO

## EL OBJETIVO COMERCIAL ES:

TRÁFICO  
EN EL NEGOCIO

PROMOCIONAR LOS ESTABLECIMIENTOS FÍSICOS DE TU NEGOCIO ENTRE LAS PERSONAS QUE SE ENCUENTRAN CERCA. (SE USA PARA NEGOCIOS QUE TIENEN VARIAS SUCURSALES, NO SOLO UNA)

*¿Por qué es importante  
fijar un objetivo?*

PUES PORQUE **META** OPTIMIZARÁ LA ENTREGA DE TUS ANUNCIOS EN BASE AL OBJETIVO QUE TENGAS, ES DECIR, MOSTRARÁ LOS ANUNCIOS A AQUELLAS PERSONAS QUE TENGAN MÁS PROBABILIDADES DE AYUDARTE A CONSEGUIR TUS OBJETIVOS, POR LO QUE NO SERÁ LO MISMO ELEGIR “CONSEGUIR TRÁFICO A TU WEB” QUE “LLEVAR TRÁFICO A TU TIENDA FÍSICA”.

ADEMÁS DE POR CUESTIONES TÉCNICAS, TENER CLARO EL OBJETIVO DE TU CAMPAÑA DESDE EL PUNTO DE VISTA DE **MARKETING** ES NECESARIO PARA PODER EMPEZAR CON NUESTRA PUBLICIDAD, Y ES QUE SI NO SABEMOS QUÉ QUEREMOS CONSEGUIR, SERÁ IMPOSIBLE SABER SI ESTÁ FUNCIONANDO CORRECTAMENTE O, SIMPLEMENTE, DISEÑAR EL CONCEPTO DE LA CAMPAÑA.

# Importante

AHORA, A CONTINUACIÓN TE HARÉ MIS SUGERENCIAS SOBRE QUE OBJETIVOS DE CAMPAÑA PODRÍAN UTILIZAR DISTINTOS GIROS O INDUSTRIAS. ES IMPORTANTE ACLARAR QUE CUALQUIER NEGOCIO PUDIERA ESTAR UTILIZANDO ENTRE 2 O 4 OBJETIVOS DISTINTOS PARA PODER OBTENER LOS RESULTADOS QUE BUSCAN, SIN EMBARGO, LO QUE YO TE PLANTEO A CONTINUACIÓN NO SE TRATA DE UN DEBER SER. TÚ MISMO TENDRÁS QUE DECIDIR, CON EL TIEMPO, CON QUE OBJETIVOS OBTIENES LOS MEJORES RESULTADOS, ESTO ES SÓLO UN GUÍA QUE TAL VEZ TE AYUDE UN POCO A INICIAR Y TAL VEZ HUBIERA OTROS DISTINTOS A LOS QUE TE PLANTEO A CONTINUACIÓN

## BIENES RAÍCES

**-TRÁFICO:** PUDIERA LLEVAR TRÁFICO A SU BLOG O PÁGINA WEB Y LUEGO REALIZAR RETARGETING CON *GENERACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES*.

**-GENERACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES:** TOMAR EN CUENTA QUE PUEDE GENERAR MAYOR CANTIDAD DE PROSPECTOS PERO NO NECESARIAMENTE DE LA MEJOR CALIDAD.

**-CONVERSIONES:** LIGADA A UNA BUENA LANDING PAGE. ES UNA CAMPAÑA MÁS CARA, GENERA MENOS VOLUMEN DE PROSPECTOS, PERO DE MUY BUENA CALIDAD.

## SERVICIOS (DENTISTAS/PSICÓLOGOS/NUTRIÓLOGOS)

**-CONVERSIONES:** LIGADOS A UNA LANDING PAGE DONDE PUEDEN REALIZAR ALGUNA PROMOCIÓN A CAMBIO DE LOS DATOS DEL PROSPECTO (NOMBRE, EMAIL, TELÉFONO)

**-INTERACCIONES**

**-GENERACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES**

# NEGOCIOS LOCALES

RESTAURANTES/TINTORERÍAS/LAVANDERÍAS/COSTURERÍA/ETC.

**-INTERACCIONES**

**-RECONOCIMIENTO DE MARCA**

**-CONVERSIONES:** LIGADOS A LA LANDING PAGE DONDE PUEDEN REALIZAR ALGUNA PROMOCIÓN A CAMBIO DE LOS DATOS DEL PROSPECTO (NOMBRE, EMAIL, TELÉFONO) PARA GENERAR UNA BUENA BASE DE DATOS.

# CONFERENCISTAS

**-CONVERSIONES:** LIGADA A UNA LANDING PAGE

**-GENERACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES**

# MULTINIVEL

**-GENERACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES:**

(SI NO TIENE PÁGINA DE ATERRIZAJE)

**-CONVERSIONES**

**-MENSAJES**

# INFOPRODUCTOS

**-CONVERSIONES:** DE UN 90 A UN 100% DE LAS CAMPAÑAS.

**-REPRODUCCIONES DE VIDEO**

**-EN AMBOS CASOS ES MUY BUENO REALIZAR RETARGETING**

# E-COMMERCE

**-CONVERSIONES:** DIRIGIDOS A VENTAS.

**-VENTAS DE CATÁLOGO**

**-EN AMBOS CASOS ES MUY BUENO REALIZAR RETARGETING**

# Banco de Imágenes

DENTRO DE INTERNET EXISTE UNA CANTIDAD INTERMINABLE DE RECURSOS GRÁFICOS PARA PODER COMPLEMENTAR TUS ANUNCIOS, EN ALGUNOS NECESITAS DE MEMBRESÍAS MENSUALES Y ANUALES PARA ACCEDER A SU MATERIAL, Y SI BIEN MUCHAS VECES VALEN LA PENA, SI GUSTAS COMENZAR Y TRATAR TUS OPCIONES ANTES, AQUÍ UNA LISTA DE AQUELLOS SITIOS QUE ME HAN AYUDADO.

EXPLORA Y CONSIGUE MATERIAL GRÁFICO PARA TUS REDES SOCIALES, GRATIS Y LIBRES DE COPYRIGHT EN BANCOS DE IMÁGENES COMO **PEXELS**, **FREEPIK** Y **UNSPLASH**, CADA UNO TIENE DIFERENTES REGLAS DE COPYRIGHT PARA EL USO DE SUS IMÁGENES ASÍ QUE NO OLVIDES LEERLAS ANTES DE UTILIZAR ESTOS RECURSOS.

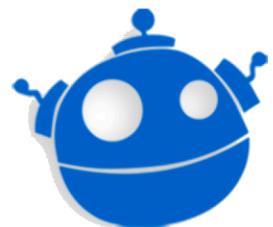
## PEXELS

OFRECE FOTOS DE STOCK COMPLETAMENTE GRATUITAS Y DE ALTA CALIDAD. TODAS LAS FOTOS ESTÁN ETIQUETADAS, SON FÁCILES DE ENCONTRAR EN LAS BÚSQUEDAS.



## FREEPIK

ENCUENTRA VECTORES, FOTOS DE STOCK Y ARCHIVOS DE PSD GRATUITOS



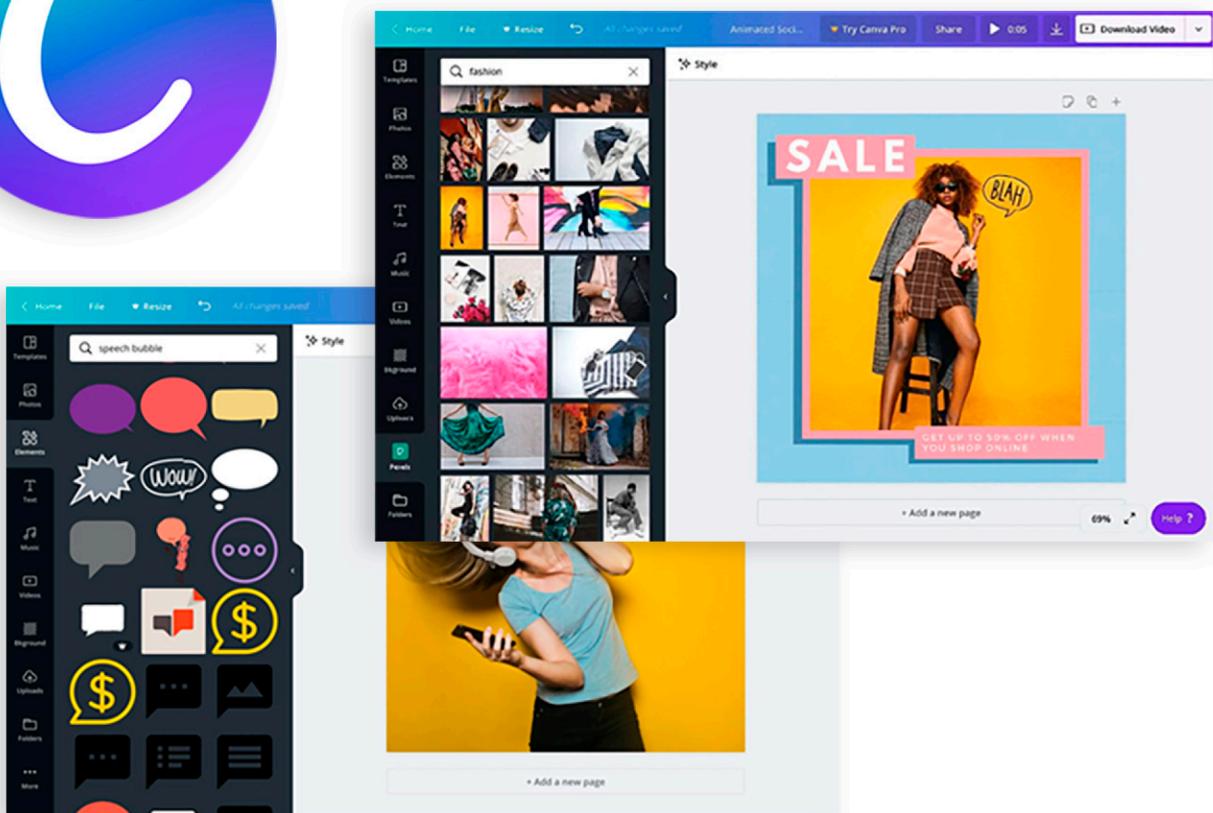
## UNSPLASH

EL SITIO WEB EN EL QUE ESTÁN COLOCADAS LAS FOTOGRAFÍAS DE STOCK CON LICENCIA UNSPLASH.



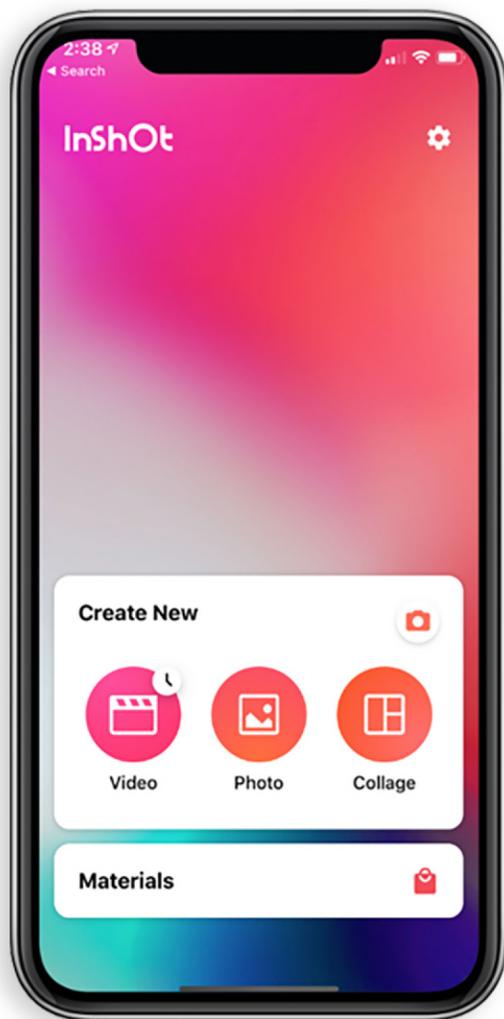
# *Edición de Imágenes*

CANVA ES UN SOFTWARE Y SITIO WEB DE HERRAMIENTAS DE DISEÑO GRÁFICO SIMPLIFICADO, UN CREADOR DE CONTENIDO GRÁFICO **GRATIS, FÁCIL** DE USAR SIN NECESIDAD DE SER DISEÑADOR, CONTIENE UNA LIBRERÍA EXTENSA DE **ÍCONOS Y FOTOS** Y SU VERSIÓN **PRO** CON MUCHAS MÁS HERRAMIENTAS ES SUMAMENTE ECONÓMICA.



# *Edición de Videos*

PARA **EDITAR** VIDEO COMPATIBLE CON LOS REELS, HISTORIAS Y TU PERFIL **INSHOT**, ES UNA HERRAMIENTA GRATIS Y FÁCIL DE USAR DESDE TU CELULAR, NO NECESITAS PROGRAMAS COMPLICADOS Y PROFESIONALES PARA PODER DARLE UNA APARIENCIA PROFESIONAL.



# 44 Grandes títulos personalizables y probados para facebook.

¿ALGUNA VEZ TE HA PASADO ESTO?

TIENES UNA CANTIDAD IMPRESIONANTE DE SEGUIDORES EN TUS REDES SOCIALES, PERO CUANDO SE TRATA DE CONVERTIR A ESAS PERSONAS EN CLIENTES A TRAVÉS DE TUS ANUNCIOS PUBLICITARIOS, SIMPLEMENTE NO LO LOGRAS.

CUANDO LOS SEGUIDORES DE LAS REDES SOCIALES NO SE ESTÁN CONVIRTIENDO EN CLIENTES Y LOS ANUNCIOS PAGADOS NO ESTÁN HACIENDO SU TRABAJO, ES PROBABLE QUE ESTÉS HACIENDO UNA COSA MAL: ESTÁS ESCRIBIENDO MALOS TÍTULOS.

LOS MALOS TÍTULOS PARECEN AFECTAR AL MUNDO DEL MARKETING, ESPECIALMENTE EN FACEBOOK. NO ES TU CULPA. ESCRIBIR TITULARES NO ES COSA FÁCIL. HAY UNA RAZÓN POR LA QUE A LOS REDACTORES SE LES PUEDE PAGAR \$100 DLLS O MÁS POR HORA, Y NO ES SÓLO PORQUE ESCRIBEN BONITO, SINO PORQUE OBTIENEN CLICS.

ESCRIBIR GRANDES TÍTULOS ES ESENCIAL PARA OBTENER CLICS EN LAS REDES SOCIALES, PERO LOS MISMOS TÍTULOS SE PUEDEN APLICAR EN TU PÁGINA WEB, BLOG E INCLUSO EN LA PÁGINA DE VENTAS.

UNA VEZ QUE SEPAS CÓMO ESCRIBIR TÍTULOS BUENOS, PUEDE USARLOS TAMBIÉN EN:

- TÚ PÁGINA DE VENTAS
- COMO TÍTULO DE ALGUNA PRESENTACIÓN
- COMO TÍTULO DE TUS PUBLICACIONES DE BLOG
- CON COMUNICACIÓN DE VENTAS EN PERSONA

USAR ESTRATEGIAS DE TITULARES QUE REALMENTE FUNCIONAN, TE ABRE EL CAMINO PARA CONVERTIRTE EN UN MAESTRO DE TITULARES. LO QUE SIGNIFICA QUE PRONTO OBTENDRÁS MÁS CONVERSIONES DE TUS SEGUIDORES EN LAS REDES SOCIALES, MÁS CLICS EN TUS ANUNCIOS PAGADOS Y POR LO TANTO MÁS VENTAS.

TE COMPARTO AQUÍ UNA LISTA DE TÍTULOS QUE PODRÁS COPIAR, PEGAR Y ADAPTAR A TUS PROPIOS ANUNCIOS. ÉCHALES UN VISTAZO:

# *Títulos de prueba social*

1. AQUÍ HAY UN MÉTODO QUE ESTÁ AYUDANDO [EJEMPLO DE CLASE MUNDIAL] A [LO QUE LOGRA]
2. LAS PERSONAS INTELIGENTES / PREPARADAS / INNOVADORAS HACEN... XYZ
3. YO [ALGO Q HACE MUY BIEN] (TAL VEZ DEBERÍAS DE HACERLO TÚ TAMBIÉN)
4. [HAZ ALGO] COMO [EJEMPLO DE CLASE MUNDIAL]
5. EL [RESULTADO DESEADO] DEL QUE SE ESTÁ HABLANDO [EJEMPLO DE CLASE MUNDIAL]
6. ÚNETE AL [NÚMERO IMPRESIONANTE] DE [XXXXXX] QUE [TOMAN LA ACCIÓN DESEADA]
7. [RESULTADO DESEADO] COMO UN [GRUPO O PERSONA DESEADA]
8. CÓMO [NÚMERO IMPRESIONANTE] OBTUVO [RESULTADO DESEADO] EN [PERÍODO DE TIEMPO]
9. CÓMO [EJEMPLO DE CLASE MUNDIAL] PUEDES [RESULTADO DESEADO]
10. [EJEMPLO DE CLASE MUNDIAL] REVELA FORMAS DE [DESEADO RESULTADO]
11. POR QUÉ [NÚMERO IMPRESIONANTE] DE PERSONAS ESTÁN [TOMANDO LA ACCIÓN DESEADA]
12. UNA FORMA SIMPLE DE [RESULTADO DESEADO] QUE FUNCIONA PARA [GRUPO / PERSONA DESEADA]

# *Títulos de “amenaza”*

1. SI NO HACES [EN BLANCO] AHORA, TE ARREPENTIRÁS DESPUÉS
2. TE HE MENTIDO POR [PERÍODO DE TIEMPO]
3. LA MENTIRA MÁS GRANDE EN [TU INDUSTRIA]
4. X ERRORES IMPACTANTES MATANDO A TU [EN BLANCO]
5. NO INTENTES [EN BLANCO] SIN [ACCIÓN DESEADA] PRIMERO
6. [EN BLANCO] PUEDE SER PELIGROSO PARA [ALGO MUY BUENO]
7. [EN BLANCO] PUEDE ESTAR CAUSANDO QUE PIERDAS EL [RESULTADO DESEADO]
8. EL RIESGO [EN BLANCO] OCULTO EN TU [EN BLANCO ]
9. ¿POR QUÉ NO DEBERÍAS [HACER LO QUE DESEO QUE HAGAN?]
10. POR QUÉ [EN BLANCO] FALLA Y [EN BLANCO] TIENE ÉXITO
11. NO INTENTES CON OTRO [EN BLANCO] HASTA QUE [TOME LA ACCIÓN DESEADA]
12. LA TRISTE REALIDAD SOBRE [EN BLANCO]
13. LO QUE TU [EN BLANCO] NO LE DIRÁ Y CÓMO PUEDE SALVARTE [EN BLANCO]
14. LO QUE TODOS DEBEN SABER SOBRE [EN BLANCO]
15. TU [EN BLANCO] NO QUIERE QUE LEAS ESTO [EN BLANCO]
16. CUANTO ANTES SEPAS [EN BLANCO] MEJOR

# *Títulos de “ganadores”*

1. POR FIN, SE REVELA EL SECRETO DEL [RESULTADO DESEADO]
2. ¿DÓNDE ESTÁ EL [RESULTADO DESEADO] Y CÓMO OBTENERLO?
3. DESCUBRE EL SECRETO DEL [RESULTADO DESEADO]
4. [EN BLANCO] TU CAMINO HACIA UN [RESULTADO DESEADO]
5. TÚ, UN [RESULTADO DESEADO]
6. DETÉN [RESULTADO NO DESEADO]
7. TÚ TAMBIÉN PUEDES [RESULTADO DESEADO] EN [PERÍODO DE TIEMPO]  
CON [EN BLANCO]
8. CÓMO CONVERTIRSE EN [RESULTADO DESEADO] CUANDO [ALGO DESAFIANTE]
9. HAY UN GRAN [RESULTADO DESEADO] EN [EN BLANCO]
10. NO TIENES QUE SER [ALGO DESAFIANTE] PARA SER [RESULTADO DESEADO]
11. FORMAS POCO CONOCIDAS DE [EN BLANCO]
12. CÓMO ACTIVAR [EN BLANCO] EN [RESULTADO DESEADO]
13. CÓMO CONSTRUIR UN [ESPACIO EN BLANCO] DEL QUE PUEDE ESTAR ORGULLOSO
14. OBTÉN [RESULTADO DESEADO] SIN [RESULTADO NO DESEADO]
15. DESHAZTE DEL [PROBLEMA] DE UNA VEZ POR TODAS
16. MEJORA / AUMENTA TU [RESULTADO DESEADO] EN [PERÍODO DE TIEMPO]

# ¿Y ahora qué sigue?

¡AHORA QUE YA SABES QUE TÍTULOS UTILIZAR EN TUS ANUNCIOS, ES HORA DE USARLOS!

PERO EL SABER UTILIZAR BUENOS TÍTULOS SÓLO TE LLEVARÁ HASTA CIERTO PUNTO.

EL USO EFECTIVO DE ESTA INFORMACIÓN REQUIERE DE OTRAS HABILIDADES: DESDE REDACCIÓN PUBLICITARIA HASTA TRÁFICO PAGADO:

NECESITA ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS QUE ATRAIGAN A TU CLIENTE IDEAL.

ESCRIBIR TEXTOS CONVINCENTES QUE HAGA QUE EL USUARIO TERMINE COMPRANDO.

REALIZAR UNA CAMPAÑA DE RETARGETING PARA PODER LLEVAR A TU CLIENTE A DONDE TÚ QUIERES.

SIN MENCIONAR QUE NECESITAS UNA OFERTA ATRACTIVA EN PRIMER LUGAR PARA QUE TU RESULTADO SEA EFECTIVO.



ESTOY SEGURA QUE MI KIT DE HERRAMIENTAS DIGITALES TE AYUDARÁ A COMPLEMENTAR LA EXPERIENCIA Y EL APRENDIZAJE QUE HAS OBTENIDO EN MI ENTRENAMIENTO GRATUITO “MÁQUINA DIGITAL DE PROSPECTOS”

PERO SI LO QUE DESEAS ES ACELERAR EL PASO Y COLOCARTE COMO EL VERDADERO EXPERTO EN TU MERCADO, CRECIENDO EN COMUNIDAD Y POR SUPUESTO EN VENTAS, DEBES CONOCER LA ESTRATEGIA COMPLETA DENTRO DE MI PROGRAMA:

# PROSPECCIÓN DIGITAL

INGRESA AQUÍ PARA OBTENER TODA LA INFORMACIÓN A DETALLE:

[www.yekaterinagastelum.com/prospecciondigital](http://www.yekaterinagastelum.com/prospecciondigital)