

cómo componer comienzos eficaces en un mensaje de Marketing

Objetivo a conseguir: **Que el destinatario escuche o lea nuestro mensaje de Marketing completo. Y NO OTRA COSA, NI SIQUIERA VENDER EL PRODUCTO**

Antes de empezar

- 1.- ¿Sabemos qué conversación hay en la mente del cliente sobre el tema que vamos a tratar?
- 2.- ¿Estamos teniendo en cuenta el medio que usamos y el contexto en el que se encuentra el cliente?

Método de creación

Paso 1.- “Brainstorming”. Coger los modelos de la derecha y empezar a idear comienzos sin pensar ni juzgar demasiado. Mínimo 10, mejor si son más.

Paso 2.- Comprobar. Responder con cada comienzo creado las preguntas de la efectividad de antemano.

Paso 3.- Reposo. Dejar “descansar” esos comienzos 24-48 horas.

Paso 4.- Elección. Tras 48 horas retomarlos y elegir los dos que estimemos más convenientes, si es necesario de nuevo pasamos por las preguntas.

Paso 5.- Probar. Montar un split test y recoger datos e nuestras llamadas, envíos, etc. Tras un tiempo comprobar y repetir.

Preguntas a responder para calibrar efectividad de antemano

- 1.- **¿Contiene algún incentivo o recompensa para el destinatario en caso de leer el mensaje completo?** Si no, ¿qué se podría ofrecer (conocimiento, obsequio, solución, alivio, descuento,técnica...)?
- 2.- **¿Es creíble?** Si no, ¿qué podría usar para aumentar credibilidad (números, fuentes de autoridad, especificidad, palabras que concretan)?
- 3.- **¿Despierta alguna emoción en el destinatario?** Si no, ¿cuál es la emoción o sensación que el cliente realmente busca? ¿Se puede incluir alguna palabra que describa la emoción o un concepto que la dispare?
- 4.- **¿Puedo hacerlo más breve y/o con palabras más sencillas** para el destinatario sin que se pierda el sentido de lo que se quiere decir? ¿Qué palabras serían más breves o sencillas en ese caso?

8 Fórmulas probadas para comienzos

- 1.- **Comienzo Directo con Beneficio:** comentamos el beneficio más importante para el cliente: *“Ahorre un 10% de coste telefónico”*. *“Pierda 7kilos en 1 mes”*.
- 2.- **Cómo...(+ beneficio buscado):** *“Cómo ahorrar un 10% en el teléfono”*
- 3.- **El testimonio:** Comenzar con el testimonio de un cliente. *“Conseguí ganar 1000 euros más con X”*.
- 4.- **La inclusión de una garantía:** combinable con las 2 primeras. *“Pierda 7 kilos en un mes o se le devuelve el dinero”*, *“Consiga (beneficio X) en 1 hora. Garantizado”*.
- 5.- **La pregunta:** *“¿Quiere saber cómo asegurar sus ahorros cobrando un X% de interés?”*, *“¿Cómo conseguir (beneficio X)?”*
- 6.- **El descuento:** a usar cuando es el principal beneficio. *“Obtenga el portátil X con un 50% de descuento”*.
- 7.- **El enigma:** que se resuelve al leer el elemento de Marketing. *“Sepa cómo un emprendedor novato consiguió hacer rentable su empresa en 30 días”*.
- 8.- **La Lista:** *“Los 7 secretos para ahorrar con Hacienda”*, *“Las 5 claves para...”*