

INCLUYE:

- ✓ GUÍA PRÁCTICA
- ✓ CHECKLIST
- ✓ PLANTILLA



6 las claves para convertir desconocidos en clientes de forma automática

Hola!

Lo primero de todo, gracias por descargar esta guía práctica :)

Por si no me conoces todavía, soy **Toni Camí**, emprendedor digital y **experto en Marketing, embudos y automatizaciones para el sector del fitness y de la salud.**



Mi misión es **ayudar a entrenadores personales y nutricionistas a hacer crecer su negocio** mediante la creación de sistemas de ventas automáticos y estrategias de marketing digital para que consigan los ingresos necesarios para vivir la vida que desean.

Mi **objetivo** es que **puedas liberar tu tiempo para dedicarte a cosas mejores y mayores.**

Poseo una amplia experiencia y conocimientos en el ámbito del **marketing y el emprendimiento**, y junto a mi pasión por la formación y los negocios online me han llevado a fundar mi propia **consultoría digital especializada en el sector Fitness y Salud.**

Hoy, ya son **decenas de profesionales del fitness, de la salud y de la nutrición que han consolidado con éxito su negocio digital** y viven exclusivamente de ello gracias a mis programas de formación y de consultoría estratégica.

¿QUÉ ENCONTRARÁS EN ESTA GUÍA?

En esta guía voy a contarte de forma muy práctica y directa al grano:

- ★ Qué es un Funnel y las 5 etapas que debe tener cualquier embudo.
- ★ Los 2 tipos de embudos que debes tener en tu negocio para diversificar tus ingresos.
- ★ Las 4 razones por las que tu negocio no sobrevivirá sin un embudo de ventas.
- ★ Listado explicativo de los 6 elementos necesarios para crear tu primer embudo.

Sabiendo todo esto, estarás preparado para **crear tu primer embudo que te ayudará a aumentar tu lista de suscriptores de manera 100% automática.**

Además te voy a proporcionar una **plantilla** con el esquema del embudo y un **checklist práctico** donde **te mostraré el sistema que utilizo con mis clientes para captar leads de manera automática.**

Gracias por haber descargado esta guía y recuerda: SIN ACCIÓN NO HAY RESULTADOS!

Un fuerte abrazo,
Toni

Si quieres saber más haz clic aquí y sígueme en:



1

¿POR QUÉ DEBES TENER UN NEGOCIO AUTOMATIZADO?

Imagina que pudieras estar disfrutando de las playas de Tailandia con tu familia, o formándote en un congreso en San Francisco con los mejores referentes de tu sector.

Y durante esos días, nadie estaría al mando de tu negocio online, mientras tu sigues disfrutando de tus vacaciones familiares o del congreso.

Sin embargo, a pesar de esa “desconexión”, **sigues recibiendo notificaciones en tu móvil de cada venta que se realiza de tu programa online de nutrición o de entrenamiento personal**, o de cada nuevo suscriptor que se agrega en tu lista de correo.

Molaría ¿no?

Déjame contarte que muchas de estas tareas de captación, comunicación o venta pueden ser automatizadas, lo que significa que no requeriría de tu tiempo para que éstas se completaran.

Estoy hablando de los famosos **funnels o embudos de venta automatizados que permiten a miles de emprendedores y empresas, escalar sus negocios mediante la automatización** de diferentes procesos y ponerlos en modo de “piloto automático”.

Mi misión con esta guía práctica es ayudarte a **crear tu primer sistema automático de captación de leads**.

A partir de ahora, vas a empezar a optimizar tu tiempo, liberándote de tareas rutinarias y repetitivas, y poder invertir ese tiempo en otras cosas con las que más disfrutes.

Vamos a ello!

2

¿QUÉ ES UN FUNNEL O EMBUDO DE CONVERSIÓN?

Un funnel o un embudo de conversión son los pasos que recorre un determinado usuario en tu negocio para conseguir uno o más objetivos que tú has definido previamente.

Un funnel puede tener uno o varios objetivos, como por ejemplo; *que te dejen su email, que agenden una sesión de nutrición, que te reserven una sesión de crossfit o que generen una compra de tu curso online.*

En realidad, un buen funnel debería ser una combinación de:

1. convertir a extraños en visitantes de tu sitio web,
2. luego convertirlos en suscriptores,
3. a continuación convertir esos suscriptores en clientes
4. y finalmente a los clientes en prescriptores.

El **embudo de conversión** normalmente consta de las siguientes fases:



Fuente: www.vitaminasdigitales.com

Si piensas en un embudo como tal, lo entenderás mejor. En la parte superior tienes a todos los visitantes (o potenciales leads) que llegan hasta tu negocio; en la parte inferior a los que finalmente se convierten en clientes.

3

LAS 5 FASES DE TU PRIMER EMBUDO

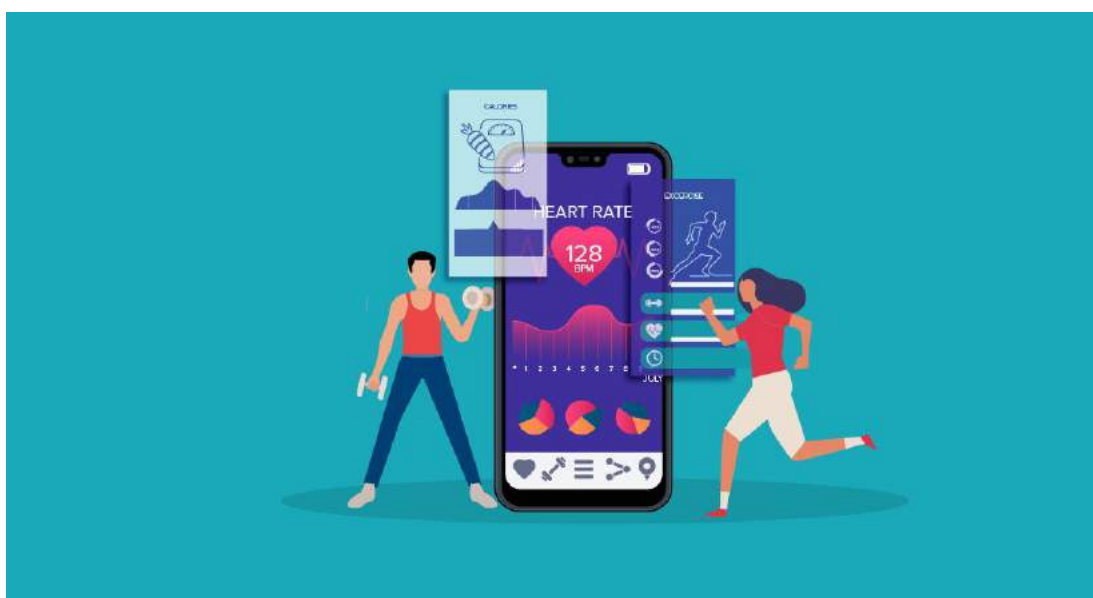
Ahora, te explicaré con más detalle cómo funciona un *funnel* y cuáles son las fases de un embudo de conversión tomando como *ejemplo un negocio de entrenamiento personal online*:

1| FASE DE ATRACCIÓN (O DESCUBRIMIENTO)

En una primera fase de tu embudo, tu público objetivo está buscando un servicio o producto, como por ejemplo: un **programa de entrenamiento funcional online** para poder entrenar desde su casa o cuando está de viaje.

El objetivo en esta fase consiste en **atraer potenciales visitantes a tu web que aún no te conocen** ni saben qué productos o servicios ofreces. Este público tiene claro cuál es su necesidad pero necesita investigar y descubrir que les puede ofrecer el mercado.

Los usuarios buscan información a través de diferentes canales como en las redes sociales, anuncios en Google, etc... y generan visitas a diferentes blogs o sitios web como el tuyo.



2 | FASE DE INTERACCIÓN (O CONSIDERACIÓN)

Tras la primera fase el usuario ya tiene claras cuáles son sus opciones y empieza a considerar aquellas que más se ajusten a sus necesidades.

Un ejemplo típico es cuando un usuario se suscribe a tu newsletter o rellena un formulario donde te deja sus datos a cambio de descargarse algún contenido o inscribirse a una sesión de evaluación gratuita.

Es en esta fase **debes potenciar la interacción con el usuario** centrándote en:

- crear contenidos relevantes y que aporten valor añadido a nuestros usuarios,
- y en establecer una buena estrategia de email marketing para ir “nutriendo” de contenidos a estos usuarios.

3 | FASE DE DECISIÓN

Después de tener varias interacciones contigo vía email, donde le has ido aportando contenidos de valor y demostrando tu experiencia y conocimientos, ha llegado el momento de presentarle tu **oferta irresistible de tus servicios**.

En esta fase el usuario considera que ha llegado el momento de tomar una decisión. Finalmente decide **pasar a la acción y tomar una decisión**.



4 | FASE DE CONVERSIÓN (O ACCIÓN)



En esta fase el usuario ha decidido optar por una decisión y realiza la compra de uno de tus servicios.

Finalmente ha pasado a la acción y ha generado, lo que en marketing se conoce como una **conversión**, y **has generado un nuevo cliente!**

5 | FASE DE FIDELIZACIÓN (O PRESCRIPCIÓN)

Una vez ya has convertido el lead en cliente, tu objetivo consistirá en seguir en contacto con él aportándole más valor y cubriendo sus expectativas, para poder fidelizarlo.

Al fidelizar un cliente, podrás generar nuevas ventas y/o conversiones, ofreciéndole otros productos o servicios de valor más elevado.

Esta sería la última parte del embudo, en la que tus clientes fidelizados se convierten en prescriptores, y empiezan a recomendar tu marca, servicios o productos.

Cómo ves, **el funcionamiento de un embudo** es muy sencillo.

Lo complejo aparece cuando empiezas a personalizar estos embudos en función del tipo de tus servicios/productos o en la fase en la que se encuentra tu usuario.

Piensa que la mayoría de empresas y emprendedores trabajamos con varios embudos a la vez, sin embargo el **poder automatizar estos funnels** nos hace la vida mucho más sencilla.

4

TIPOS DE EMBUDOS PARA DIVERSIFICAR TUS INGRESOS

¿Qué tipos de embudos existen?

La creación de un funnel puede ser algo muy sencillo, como conseguir suscriptores a tu newsletter, o extremadamente complejo que se integre en diferentes canales y hasta en el mundo offline, como hacen las grandes compañías.

En realidad, las posibilidades que nos ofrecen los funnels son enormes y permiten abordar acciones como cerrar ventas en automático, segmentar la base de datos u ofrecer contenido personalizado a cada usuario.

Podemos distinguir entre **dos tipos de embudos o funnels** según su duración:

- ★ **Funnels evergreen:** son aquellos que están siempre en marcha y generan leads, ventas u otro tipo de conversiones de forma recurrente. Sin duda, son fundamentales en negocios escalables. Dentro de esta categoría podemos encontrar:
 - Funnel de captación de leads
 - Funnel de nutrición de leads
 - Funnel de ventas online

- ★ **Funnels puntuales:** son los que se crean para una acción específica de duración determinada. *Por ejemplo, el lanzamiento de un programa formativo con fechas determinadas.*

5

4 RAZONES POR LAS QUE TU NEGOCIO NO SOBREVIVIRÁ SIN UN EMBUDO

★ Porque convertirás más, mucho más!

Diseñar tus diferentes procesos de ventas, comunicación, captación, etc... a través de embudos te ayudará a conseguir que tus leads o clientes realicen aquellas acciones que te interese de una manera más rápida y organizada.

★ Porque podrás automatizar tareas y procesos, y ganar más tiempo!

Gracias a la tecnología y a la selección de las herramientas adecuadas, como Active Campaign, con la creación de un funnel transformarás cada paso que debe dar el usuario en pequeñas acciones automatizadas.

Ni te imaginas el tiempo que vas a ganar una vez pongas en marcha tus sistemas automatizados.

★ Porque podrás segmentar a tu audiencia, y conocerla mejor

Las automatizaciones te permitirán segmentar a cada usuario en función de sus intereses y ofrecerles contenidos, servicios o productos de forma personalizada.

De este modo la conversión se incrementa y la satisfacción del usuario con tu marca también. Dejarás de usar un marketing invasivo para conectar mejor con tu público, y ofrecerles un mejor servicio, más adaptado a sus necesidades.

★ Porque podrás medir con mayor precisión, y obtener mejores conclusiones

Un funnel te proporcionará información de tus clientes y de su comportamiento en cada una de sus fases. Esto te permitirá poder analizar mejor a tu audiencia y sus intereses, así como saber qué fases del funnel convierten y cuáles no.

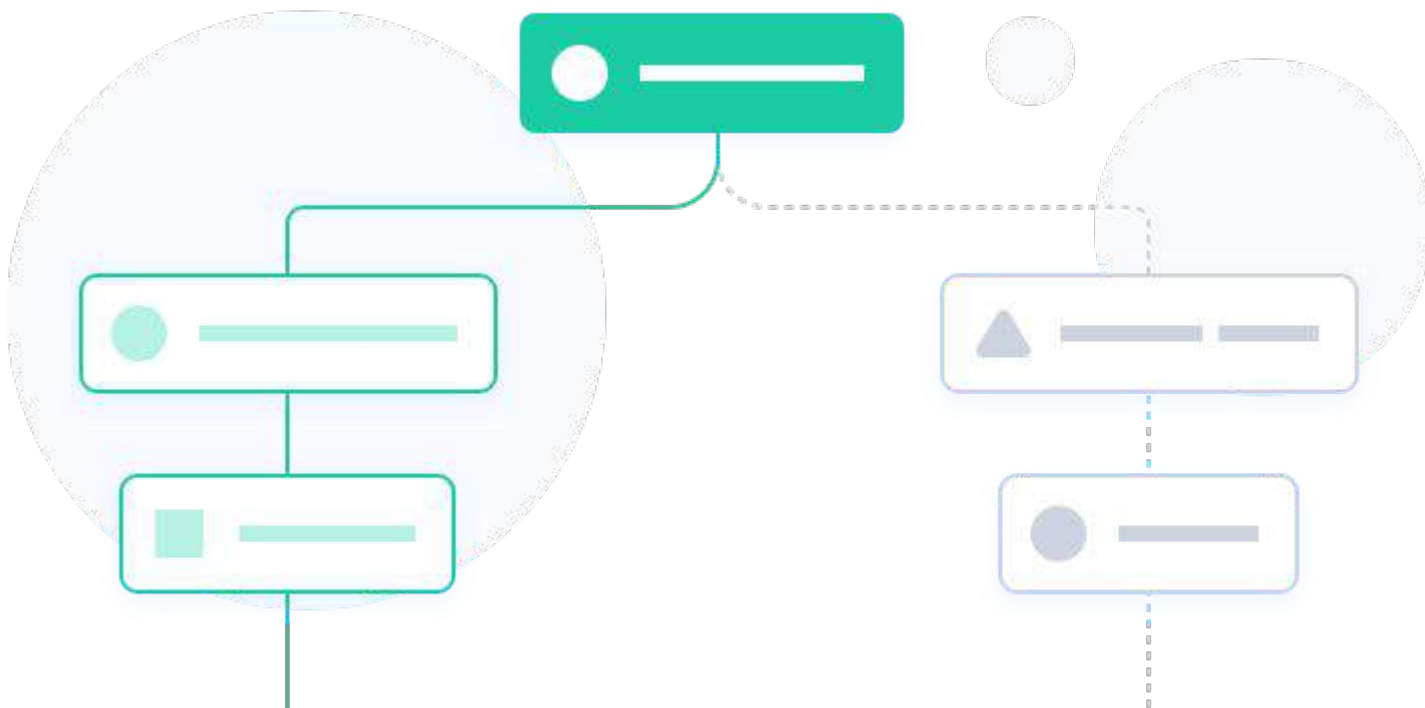
Recuerda que el trabajo no acaba con la puesta en marcha del funnel, ya que una vez esté funcionando, debes optimizarlo para conseguir mejores resultados y una mayor conversión.

6 ¿QUÉ NECESITAS PARA CREAR TU PRIMER FUNNEL?

Antes de empezar a crear e implementar un funnel te recomiendo que tengas en cuenta estas dos acciones:

- 1) Define cuál es el **objetivo** que quieres conseguir con este funnel (*conversión*): captar leads, nutrir leads, vender, fidelizar, etc...
- 1) Diseña y **dibuja en una hoja de papel** cuales son los pasos que puede dar el usuario, cómo vas a responder a ellos y qué información puedes obtener de su comportamiento para etiquetarlo e ir segmentando así tu base de datos.

A este esquema de procesos o acciones se le suele llamar **workflow**.



*Imagen: Ejemplos de un mapa de procesos o **workflow** con diferentes alternativas.*

El workflow es el diagrama donde se definen y detallan todos los pasos a automatizar.

Al crear este workflow trataremos de mapear todos los pasos de cada proceso y sus variantes. Por ejemplo: *¿Qué ocurre cuando el usuario hace clic en un enlace? ¿Y qué ocurre si no hace clic en ningún enlace?*

Es imprescindible tener muy claro cuáles son las variantes y opciones que seguirá el usuario en función de su comportamiento antes de implementar su automatización.



TIP/ CONSEJO: En tu caso, cómo estás aprendiendo a crear tu primer embudo, te aconsejo que empieces por un embudo simple, y posteriormente ya lo irás completando con fases más complejas.

Una vez ya tengas listo el diseño en papel de tu primer embudo ya podrás empezar a crearlo a través de diferentes piezas.



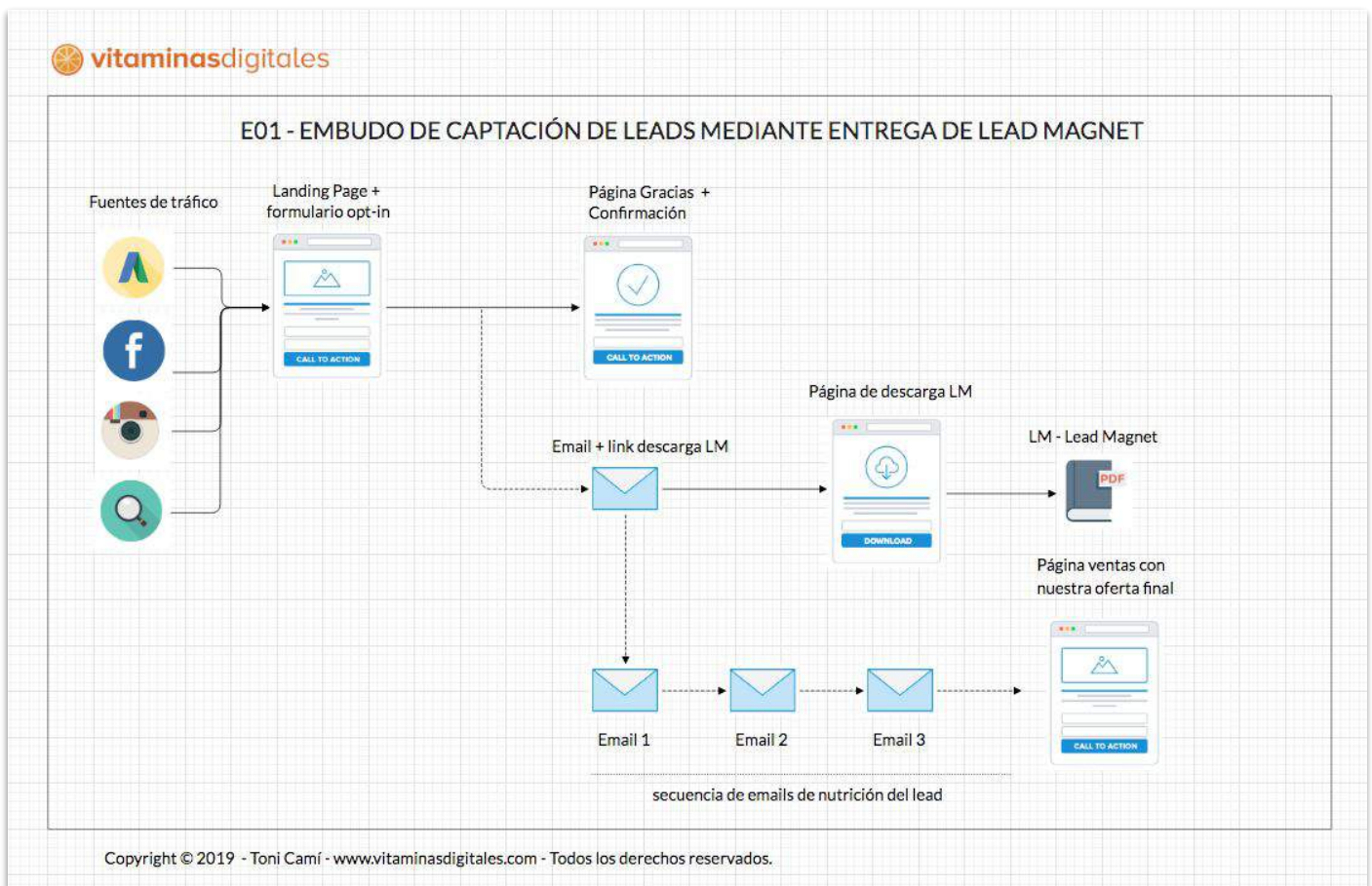
Imagen: Ejemplo de workflow en papel para un cliente..

7

CREA UN EMBUDO PARA AUMENTAR TU LISTA DE CONTACTOS

En las próximas páginas voy a mostrarte cómo será el funnel que vas a construir y qué elementos necesitas para llevarlo a cabo.

El **sistema de captación de leads** que te propongo y que utilizo con mis clientes tiene el siguiente aspecto:



Este funnel tiene como **objetivo captar los datos básicos de un usuario** que visita tu web para convertirlo en un nuevo suscriptor de tu lista de correo (lead) a cambio de la entrega de un lead magnet (*ebook PDF descargable*).

Además, el funnel está estructurado para que una vez el usuario te entregue sus datos, se genere una secuencia de emails automáticos en las que irás nutriendo a ese lead (aportándole valor) hasta que esté preparado para recibir tu mejor oferta (venta de servicio o producto).

8

¿QUÉ NECESITAS PARA CREAR TU PRIMER EMBUDO?

Para su construcción necesitarás estos **6 elementos**:

1 - LEAD MAGNET

Es el principal elemento de este embudo y es el gancho o “imán” para la captación de leads.

Un lead magnet no es más que el recurso de valor que ofreces a cambio de los datos básicos de aquel usuario o visitante que quieres convertir en lead.

Algunas de las principales recomendaciones para crear un lead magnet de éxito son:

- Tiene que estar íntimamente relacionado con alguno de tus servicios o productos
- Tiene que resolver un problema específico de tu audiencia
- Tiene que aportar valor para tu usuario
- Tiene que ser 100% práctico y fácil de aplicar
- Tiene que ser rápido de consumir, si es posible en pocos minutos.
- Tiene que generar confianza a tu potencial cliente



Imagen: Ejemplo de Lead Magnet de la web de Sergio Peinado.

Existen muchos tipos de lead magnets, de los que destacaría los siguientes:

- un ebook en formato pdf
- una masterclass en video
- un mini-curso por email
- un check-list de herramientas, trucos, casos de éxitos,...
- un conjunto de plantillas
- sesiones o muestras gratuitas
- ...



Imagen: Ejemplo de Lead Magnet de la web de Carla Zaplana.

Si quieres más información sobre **cómo crear un lead magnet de éxito** te recomiendo que eches un vistazo en [este enlace](#).

2 - LANDING PAGE CON OPT-IN

Se trata de una página ubicada en tu sitio web cuyo **único objetivo es captar los datos básicos del usuario a través de un mini formulario** (conocido como **opt-in**).

Es importante que esta página no tenga ninguna distracción, por lo tanto es recomendable eliminar cualquier menú o enlace que pueda distraer o llevar al usuario a otra página.

Los elementos más importantes de esta página son

1. el **formulario opt-in** donde el usuario deberá ingresar sus datos
2. el **texto (copy)** que tiene que ser suficientemente atractivo y persuasivo para incentivar al usuario a dejar sus datos a cambio de descargar el lead magnet.

Para la creación de estas páginas de aterrizaje (landing pages) puedes usar herramientas como [Leadpages](#), [Unbounce](#) o plugins para Wordpress como [Thrive Architect](#).



Aquí te comparto algunos ejemplos:

¿CÓMO SER VEGAN AND FIT? PASO A PASO

***Importante:** Aunque no seas una persona vegana vas a aprender mucho y te va a encantar porque descubrirás las claves para mejorar tu salud y tu físico.



☐ Acepto la política de privacidad (la puedes ver abajo)
 ☐ Quiero recibir comunicaciones por email

¡Me Apunto Ya! :)

*No enviamos SPAM :)

🔴 **SEMINARIO EXCLUSIVO** 🔴
GRATIS

Quiero regalarte una plaza para el seminario online que doy el 9 de agosto a las 19:00 (hora de Madrid, España) 😊




📅 Por apuntarte AHORA te vas a llevar los primeros regalos📅

📖 El cuaderno de trabajo para aprovechar el Seminario al 100%

📺 Videotutorial YA para que HOY tu vida empiece a cambiar 😊

Imagen: Ejemplo de landing page con formulario opt-in de la web de Miguel Camarena.



¡PREPÁRATE PARA ENTRENAR A TOPE!

Nombre*

Correo electrónico*

Real Origin

Real Campaign

País*

Sexo*

☐ Hombre

☐ Mujer

☐ Acepto* [política de privacidad](#)

Imagen: Ejemplo de landing page con formulario opt-in de la web de Sergio Peinado.

¿Quieres ponerte en forma y estar a gusto con tu cuerpo de una vez por todas?

Transforma tu físico y siéntete más atractivo sin tener que pasarte horas en el gimnasio.



Te regalo mi guía + rutina + dieta para ponerte en forma con:

- ✓ Programa de rutina de 4 semanas para hacer en el gimnasio o en casa con la explicación de todos los ejercicios.
- ✓ Guía de los 10 wod de CrossTraining para hacer solo con tu peso corporal (sin material).
- ✓ Pautas alimentarias sencillas y eficaces que a mí me han funcionado para que comer sano no se vuelva una pesadilla.



☐ Acepto la [Política de Privacidad](#)

ENVÍAME LA RUTINA GRATUITA

Responsable: Fabri Orlandi, desde la finalidad de envío de publicaciones así como correo electrónico. La Legitimación es gracias a tu consentimiento. Destinataria: tus datos se encuentran alojados en las plataformas de email marketing Active Campaign alojada en EEUU y acogida al Privacy Shield. Podrás ejercer Tus Derechos de Acceso, Rectificación, Eliminación o Supresión tus datos en info@fabriorlandi.com Para más información consulta nuestra [política de privacidad](#)

*Imagen: Ejemplo de landing page con formulario opt-in de la web de **Fabri Orlandi**.*

3 - FORMULARIO OPT-IN

Para recoger los datos de los usuarios vas a necesitar crear un formulario o bien desde tu propia web o bien desde la plataforma de email marketing.

Será imprescindible que estos datos se envíen de manera automática a tu herramienta de email marketing a través de una integración entre ambos.

Si tu web está creada bajo la plataforma Wordpress algunas de las herramientas recomendadas para la creación de formularios son [Thrive Leads](#), o bien usar un gestor de correo electrónico como [Active Campaign](#), Mailchimp o Mailerlite.



Aprende de los nutricionistas más influyentes de la red y posiciona tu marca personal como ellos.

GUÍA GRATUITA

10 claves prácticas para construir tu marca personal con éxito

Introduce tu nombre

Introduce tu email

☐ He leído y acepto la política de privacidad

DESCARGAR LA GUÍA GRATIS

Imagen: Ejemplo de formularios opt-in que aparecen en mi sitio web www.vitaminasdigitales.com para la captación de leads a través de un lead magnet (pdf descargable).

4 - PÁGINA DE GRACIAS O CONFIRMACIÓN

Esta página será la que aparecerá una vez el usuario haya rellenado el formulario y enviado los datos.

El principal objetivo de esta página es:

1. confirmar al usuario que el formulario ha sido cumplimentado y enviado con éxito,
2. comunicar al usuario, que según marca la RGPD, éste deberá confirmar su dirección de email (o la suscripción a tu lista de correo) a través del mail que habrá recibido de forma instantánea en su gestor de emails (Gmail Hotmail, Outlook,...) después de haber enviado sus datos.

Si no realiza este paso, el usuario no quedará confirmado en tu lista de correo y, por consiguiente no seguirá recibiendo tus comunicaciones (ni el enlace de descarga o acceso a tu Lead Magnet).

Para la creación de esta página puedes utilizar tu mismo editor de Wordpress o plugins como [Thrive Architect](#) o la plataforma de [Leadpages](#).

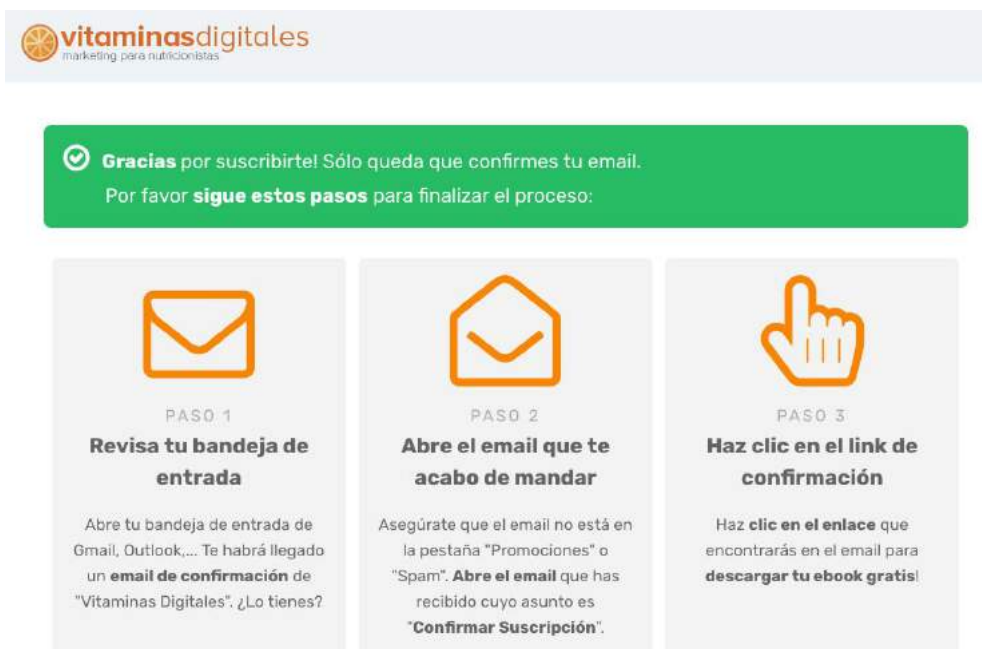


Imagen: Ejemplo de página de Gracias y confirmación realizada con Thrive Architect que le aparece al usuario después de haber completado el formulario.

5 - PÁGINA DE DESCARGA DEL LEAD MAGNET

Una vez el usuario confirme su dirección de email en su gestor de correo electrónico, recibirá un nuevo correo con el enlace a una página donde podrá descargar o acceder al Lead Magnet (o bien un enlace directo al PDF).

Esta página será la encargada de comunicar a nuestros sistemas que se ha generado una conversión. O lo que es lo mismo, hemos conseguido nuestro objetivo, el usuario se ha descargado el lead magnet después de haber confirmado que quiere ser miembro de nuestra lista.

Esta página también la puedes usar como una pequeña oportunidad para generar una primera venta (de un valor económico reducido).

Para la creación de esta página puedes utilizar tu mismo editor de Wordpress o plugins como [Thrive Architect](#) o la plataforma de [Leadpages](#).



Imagen: Ejemplo de página de descarga realizada con Thrive Architect donde se incluye el enlace para descargar el ebook.

6 -SECUENCIA DE EMAILS AUTOMÁTICOS

Crear una **secuencia de emails automáticos** es otra de las piezas clave para la construcción y puesta en marcha de cualquier funnel o embudo.

El email va a ser nuestra principal herramienta de comunicación con nuestros suscriptores, leads o clientes.

Por esta razón, es aconsejable seleccionar una buena **plataforma de email marketing con autoresponders** que nos facilite la gestión de los contactos, emails, campañas, etc... y que además ofrezca buenas opciones para poder automatizar todos estos procesos.

Algunas de las mejores plataformas que existen en este momento son [Mailchimp](#), [MailerLite](#), [Keap](#) (antes Infusionsoft) o [Active Campaign](#), mi favorita.

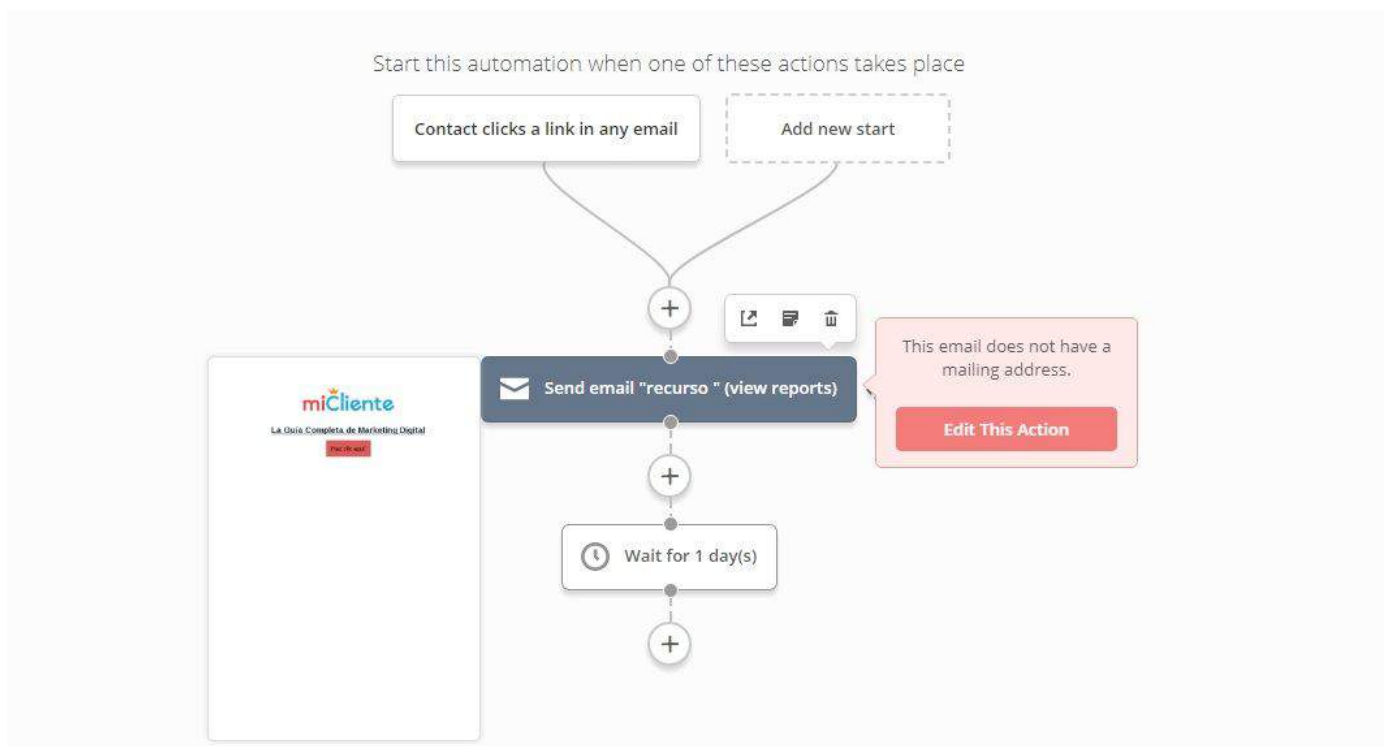


Imagen: Ejemplo de funnel automatizado con Active Campaign.



HOJA DE RUTA: CREACIÓN DE FUNNELS

ETAPA 1 - Define el objetivo de de tu próximo embudo. ¿Qué deseas conseguir? *Vender uno de tus servicios, captar leads, realizar un lanzamiento de tu próximo infoproducto, conseguir suscriptores a tu próximo webinar, dar la bienvenida a los alumnos y pedir feedback de un curso que has lanzado,...*

ETAPA 2 - Dibuja el esquema o el proceso de tu workflow en un papel. Recuerda mapear todos los pasos y posibles acciones en cada etapa del embudo. También deberás tener en cuenta las diferentes piezas que integrará el funnel (páginas, formularios, lead, magnet,...)

ETAPA 3 - Crea un listado de los diferentes elementos que necesitas para crear el embudo que acabas de diseñar:

- ☐ lead magnet (PDF, masterclass, webinar,...)
- ☐ landing page, páginas de gracias y de confirmación con link de descarga
- ☐ crear e integrar el formulario (web > herramienta email marketing)
- ☐ secuencia de emails
- ☐ pasarela de pagos (en caso de ser un funnel de venta)
- ☐ fuentes de tráfico (Google Ads, Facebook Ads, SEO, afiliados,...)

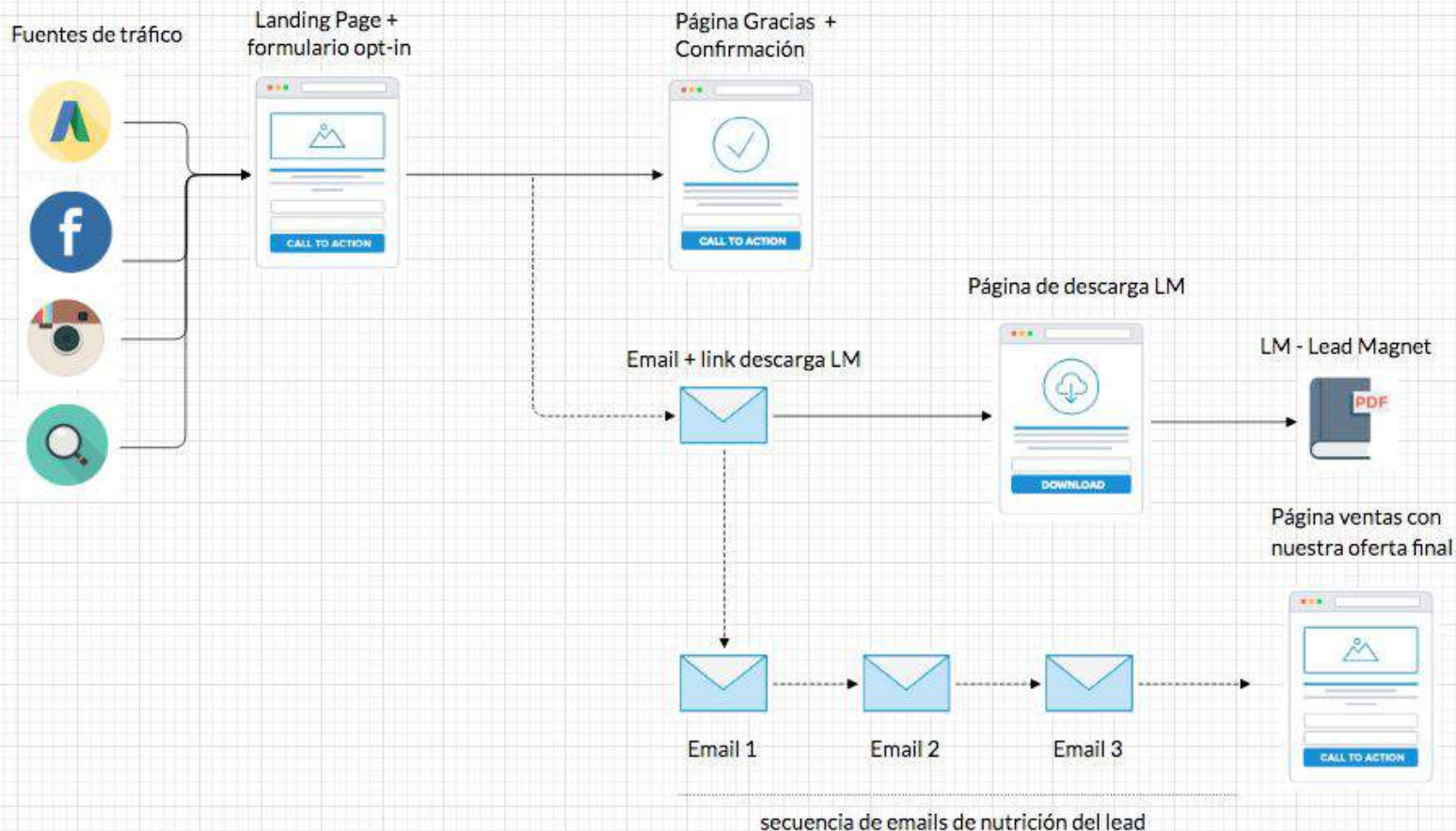
ETAPA 4 - Crea los elementos que necesitas e implementa el embudo con las diferentes herramientas. Y sobre todo no te olvides de testear todas las fases antes de lanzarlo!



PLANTILLA: FUNNEL CAPTACIÓN LEADS (I)



E01 - EMBUDO DE CAPTACIÓN DE LEADS MEDIANTE ENTREGA DE LEAD MAGNET



Y AHORA... ES TU TURNO

Ahora te toca decidir si quieres tomar acción o no **para conseguir más clientes** automatizando tu negocio y liberando tu tiempo.

Pon en práctica desde hoy mismo esta guía para crear tu primer embudo y escríbeme a hola@vitaminasdigitales.com para contarme como te ha ido o qué te ha parecido esta guía. Me encantaría tener tu feedback y conocer tus resultados.

Además, como agradecimiento por haber descargado esta guía y haber llegado hasta aquí, te voy a ofrecer otro regalo: **una sesión estratégica online conmigo**.

En esta **sesión estratégica de 45 minutos** me explicarás en qué punto estás en tu **negocio de fitness o de nutrición** y veremos lo siguiente:

1. Te daré un **listado con 6 herramientas imprescindibles** para automatizar tu negocio.
2. Revisaré contigo **tu estrategia actual de ventas y captación** de clientes y la implementación de tu embudo de ventas.
3. Finalmente, te diré 3 acciones que puedes implementar de manera inmediata para mejorar tus resultados

Reserva ahora tu sesión conmigo >>

Haz clic en este botón y a reserva tu sesión personalizada en el horario que mejor te vaya.

SI, QUIERO RESERVAR UNA SESIÓN CONTIGO >>

Te espero dentro!



Toni Camí

www.vitaminasdigitales.com

