



Crea tu propia forma de comunicarte con tu audiencia,
aprende a usar tu “propia voz”, enamora y vende a través de
tu Base de Datos



*Estructura de correos electrónicos + “asuntos
que venden”
para tus lanzamientos de cursos, charlas,
programas, etc.*

Cuando vas a hacer un lanzamiento de un curso online, necesitas hacer ciertos pasos antes.

El ideal es que idealmente 1 mes antes de que empiece el curso, taller o evento, comiences con tu estrategia comunicacional en tus redes sociales y en tu BDD (base de datos), si aún no tienes una BDD, puedes abrir una en www.mailchimp.com, systeme.io, hay cientos de lugares.

Es decir, **antes de lanzar tu curso tendrás que tener creado**, a lo menos:

- 4 correos: un correo semanal (para enviar a tu BDD)
- 3 post semanales
- Gráficas para esos post, reels, etc.
- 1 blog (si es que tienes página web)
- 1 video para Youtube (si es que tienes)
- Hacer a lo menos 2 lives
- 1 Masterclass o un entrenamiento gratis.
- Más el curso que puedes ir creando mientras vas hablando de él.
- Tienes que haber hecho la prueba social o **encuesta del dolor** para saber si tu audiencia quiere tu servicio.

Ejemplo de gráfica que yo usé y que tu puedes modelar para invitar a tu evento gratis, para luego vender tu curso online.



Te dejo estas preguntas para que te orientes antes de lanzar tu curso online:

1. ¿Cuál es tu objetivo al crear este curso? (validarlo, aumentar x clientes, ganar en experiencia, solo ganar x dinero)
2. ¿Cuál es tu meta de ventas? Es decir, cuánto quieres ganar o cuántos clientes nuevos quieres.
3. Siempre antes de lanzar un curso pagado, te recomiendo hacer un entrenamiento gratuito, puede ser: una masterclass gratis, un reto por whatsapp de 3 ó 5 días en relación al tema, un círculo de mujeres, etc.
4. Definir fecha, hora y lugar del evento: curso por whatsapp, curso online, charla,seminario, programa, etc.
5. Crear gráficas, post, reels, para tus redes sociales
6. Definir cuántos días vas a postear y que los temas sean relacionados sólo a lo que vas a vender, pero sin que le estés vendiendo, un buen consejo es que les hables a los **“dolores” o “futuros deseados”** que tiene tu audiencia.
7. Tienes que ser consciente que lo más importante al comenzar a vender cursos, talleres, etc, es tu **BBDD** (base de datos). Es muy importante que a lo menos una vez a la semana les envíes un newsletter, ya que la estadística dice que de la cantidad de gente que abre tus correos, pueden salir excelentes ventas en un promedio de 1 año. Por eso es tan importante que tu BDD crezca, y que la vayas fidelizando de a poco. No queremos gente por estar en nuestra BBDD, yo cada 3 meses limpio mi BDD, es decir si hay gente que no abre mis correos en 3 meses, la elimino, porque eso quiere decir que no les interesa lo que les comparto, y eso es estupendo, porque solo te vas quedando con quienes realmente estén interesados en tu comunicación o en lo que tú puedes ayudarles.

Sé que te estarás preguntando, pero Sandra, **¿Cómo puedo escribir buenos correos y que sean persuasivos?**

Soy brutalmente honesta contigo bella, a ***escribir solo se aprende escribiendo.***

Tienes que perderle el miedo y recordar que tu audiencia es la que te ha dado su correo electrónico y ha decidido estar en tu BBDD, a ellos y ellas les gusta algo de ti, y ese algo es lo que tú tienes que entregarles siempre a través de tu comunicación.

Acá te dejo algunas Ideas de correos para que vayas calentando a tu audiencia previo a tu curso online, taller o evento gratis:

Tienes que mandar a lo menos 5 correos previo al lanzamiento de tu curso online.

Recuerda escribir los correos con la fórmula:

“dolor – empatía – llamado a la acción”.



A continuación, te comparto la estructura que yo uso para mis lanzamientos de cursos, talleres, charlas, programas.

Va variando en cada caso, pero acá tienes una bomba de correos que ***puedes ir modelando a tu antojo***.

Si la usas bien y eres **constante**, te irá muy bien.

Ya verás que pronto encontrarás tu propia voz al escribir, mientras tanto, usa esta estructura en todo lo que puedas.

ESTRUCTURA DE MAIL DE VENTA PARA VENDER TUS CURSOS, PROGRAMAS O LANZAMIENTOS (post evento gratuito masterclass, reto por wtspp, etx)

Pero antes de la estructura de los correos, empecemos por lo primero: ***¿Qué escribo en el asunto de mis correos?***

Este es un dolor de cabeza para casi todas las emprendedoras, incluso si llevas tiempo emprendiendo y ya sabés bien quién es tu cliente ideal y conoces tú diferencial.



Ideas para “Asuntos de correo”

El **asunto del correo** es tremendamente importante, ya que las personas según lo que leen, deciden si abren o no el correo, los asuntos por lo general **tienen que ser cortos, llamativos, graciosos, puedes agregarles un emoticón**, pero no más de dos.

El asunto debe ser *algo entretenido, en pregunta o con estadísticas*, son los que funcionan mejor, pero hay varios tipos de asuntos, acá te comparto algunos para que empieces a usarlos desde ya:

Ejemplos de “asuntos con preguntas”:

- ¿No sabes usar Mailchimp? Abre este email
- ¿Por qué contratar un diseñador para tu negocio?
- ¿Sabías que de 10 mujeres 8 se sienten poco merecedoras?
- ¿Eres la mujer que tu negocio necesita?
- ¿Qué estás dispuesta a hacer para tener el negocio de tus sueños?

Ejemplos de “asuntos con números y listas”:

- 5 errores que estás cometiendo a la hora de perder peso
- Las 3 claves que debes seguir para vender tu casa
- Evita estos 5 ejercicios si te duele la espalda
- 15 trucos poco conocidos para mejorar tu autoestima
- Con esta lista sabrás exactamente lo que tienes que comprar para bajar de peso
- Más de 500% ha aumentado la violencia durante la pandemia

Ejemplos de “asuntos” de “URGENTE”

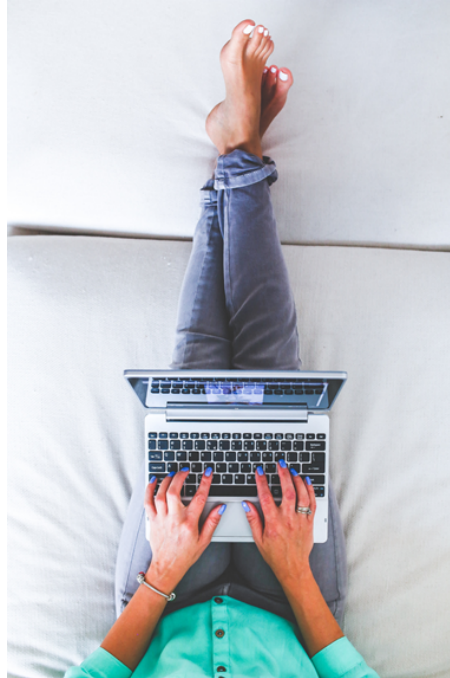
- ¡Último recordatorio! [te vas a quedar fuera]
- Mañana cierro inscripciones y solo faltas tú
- En 2 horas se acaba la oferta xxxx
- Solo quedan 3 cupos para xxxxx
- Los bonos se están acabando...

Ejemplos de “asuntos que van Directo al Grano”

- Apúntate a mi nueva Masterclass
- Hoy comienzan las rebajas en la tienda online
- Cómo hacer un helado saludable en 5 minutos
- Aprende a crear tu curso online en 5 días
- Si te apuntas hoy tienes un 70%
- Abre este correo solo si eres [y acá pones algo de tu cliente ideal]

Ejemplo de “Asuntos para Crear Curiosidad”:

- No crees contenido antes de saber esto
- Lo que le pasó a mi gato al llegar a casa
- ¡Ellas lo han conseguido!
- Lo que aprendí de Patricia....
- Lo que me enseñó la cocina el fin de semana
- Necesito tu ayuda....
- Me cansé....
- El día que me dijeron “cabeza de choclo”...
- Estás dentro del % de personas que



Listo bella, ahí te regalé muchos tipos de “asuntos” para que comiences a inspirarte y crees los tuyos, simplemente tienes que pensar en los problemas que tiene tu cliente ideal y dónde quiere estar de aquí a 6 meses o 12 meses por ejemplo.

Esta secuencia de correo/ emails que te regalo ahora, son para ser enviadas a tu BBDD luego del **entrenamiento gratis, reto por whatsapp o Masterclass que hiciste para ofrecer tu curso online de pago**, ejemplo “reto de 3 días de autocuidado de emprendedoras del bienestar”

La idea es que una vez que terminaste tu entrenamiento, le vas a escribir a tu BBDD para contarles que estás abriendo cupos para tu curso o programa online “wichi wichi” (ya sabes que uso esta palabra para cualquier cosa jejej)

Así aumentan las probabilidades de que te compren cupos para tu curso online.

Secuencia de correos de venta post entrenamiento gratis **(módelala a tu segmento o nicho)**

CORREO 1: correo que le mandarás a tu BBDD y a quienes hayan estado en tu entrenamiento gratuito (ahora les ofrecerás el servicio pagado)

ASUNTO: (elige un asunto poderoso)

Fecha de enviar correo: inmediatamente cuando termina tu evento gratis

- Saludar comentando la Masterclass, reto o entrenamiento gratuito.

Hola bella [nombre] ,

Este email es a modo de refresh sobre lo que hablamos recién en la Masterclass, reto x whatsapp, entrenamiento.

Espero que lo hayas visto hasta el final y que te haya sido de mucha utilidad...me encantará que respondas este correo y me cuentes cuál fue tu mayor aprendizaje.

- Recuérdales que el replay (repetición) del evento gratis estará disponible por tiempo limitado

- Entrar en la venta

"Si viste la Masterclass (o lo que hayas hecho gratis) hasta el final, te hice una invitación para **[y acá pones tu propuesta de valor]**...

- Contar los dolores y por qué es para él o ella este servicio

Por ejemplo:

"¿Cuánto tiempo más vas a estar navegando sola con tu proyecto online?

Yo sé que quieres que el mundo digital se convierta en un universo de posibilidades.

Y que todo lo buena que eres se vea reflejado en atraer más clientes para poder ayudar a más personas...

- Presenta los beneficios de tu curso o programa online (o lo que vendas a vender)

"Con este curso/programa vas a ser capaz de llevar una rutina diaria de ejercicios sin que sea una carga para ti..."

"Podrás derribar las creencias limitantes que te impiden escalar tu negocio..."

"Duplicar tus ingresos y trabajar menos" (el sueño de todas)

- Llamada a la acción con escasez

"Te recuerdo que este link especial caducará este Domingo, luego de ese día ya sabré que todavía no es tu momento..."

"Me gusta premiar a las personas/mujeres que toman acción rápidamente, por eso si te inscribes ahora vas a acceder al bono exclusivo [nombre del bonus] para [beneficio que obtiene]."

Tendrás hasta mañana a las 23:59 para acceder...

- Agradecer por haber estado en la Masterclass, reto por whatsapp, entrenamiento gratuito, o lo que sea que hayas hecho de forma gratuita.

- PD. recuérdales los beneficios de inscribirse ahora

Correo 2: enviara toda tu BBDD

ASUNTO: xxxx

FECHA de envío: depende qué tipo de lanzamiento estés haciendo, pero puede ser al día siguiente de tu evento gratis

En este correo la idea es que hables del dolor de tu cliente ideal:

- Presentación del dolor - Historia personal

- Comenzar empatizando, hablando desde tu propia experiencia:

"Esto también me pasó a mí..."

"Cuando tenía 25 años/ Hace 3 años Yo también [dolor]..."

En 6 a 10 líneas, mostrar tu punto A (el dolor) y cómo llegaste al punto B (estado de solución).

“Créeme, lo sé. Invertir en cambios implica entrar en terrenos desconocidos, es hacerse cargo, es el temor a no poder, a no ser suficiente, a que te vaya muy bien.

Desde marzo del 2019 a hoy, llevo invertido más de 15 mil dólares en cursos y mentorías.

¿Sabes algo? Si no fuese por todas esas decisiones que he tomado, no estaría acá. No podría estar ayudando a profesionales de la ayuda como tú a crear una estrategia de comunicación online con sus proyectos, ni que al 90% de las participantes de mis programas salgan con resultados materiales a la vista (de esto te voy a contar en otro email) .

- Mencionar que te hubiese encantado haber tenido ayuda en aquel momento (esto hace la transición a presentar el servicio que les vas a ofrecer)

- Presentar tu servicio de pago (curso/programa online)

Destaca 3 beneficios (por qué este servicio es para la persona)

- Llamada a la acción (link a la página de ventas si es que hiciste una landing pages de venta, si no le envías el link de pago directo de paypal o del país donde estés, ejemplo en Chile podría ser: flow, mercado pago, etc). Picha aquí para entrar de las primeras.

Escasez:

Las inscripciones cierran en xx horas ó x días.

+ bonus 1ras 48 horas o las primeras 5 que se inscriban tendrán una sesión personalizada conmigo de 90 minutos para que veamos tu estrategia de forma minuciosa.

- Despedida

- PD. Recordatorio a la inscripción

- PD. Pronto le contarás más de lo beneficioso que fue para otras personas

Correo 3: En este correo vas a agitar a las personas...

ASUNTO: xxx

FECHA: enviar 3 días antes de que comience el curso/programa

Introducción de tu propósito,, cuenta un poco por qué y para qué haces lo que haces, muestra algún testimonio que sea prueba de tu propósito y de haber trabajado contigo.

"Cuando decidí ayudar a las personas a llevar una vida más saludable lo hice porque veía a muchas mujeres con su autoestima por el piso debido a lo que dicen de su peso, como Clara que luego de terminar mi programa pudo encontrar su ritmo en las comidas y...

- Mostrar testimonio idealmente en video, audio o escrito. Ojalá con foto de tu cliente.

- Contar un beneficio que tienen tus clientes y convertirlo en una historia que toque las emociones del lector.

Mostrar cómo sería su vida una vez adquirido tu servicio

- Segundo testimonio (si es con capturas de pantalla, mejor)

- Cerrar con una pregunta:

¿Te gustaría estar así en [período que dura tu servicio]? (proyección a futuro)

O decir que te gustaría que el próximo testimonio sea el suyo (proyección de logro y reconocimiento)

- Llamada a la acción

- Recordatorio de cierre de inscripciones

Recuerda que, al igual que [persona que hayas mencionado en el testimonio] tú puedes ser la siguiente

Llamada a la acción

Despedida

Correo 4: mostrando la prueba social.

ASUNTO: xxx

fecha: enviar un día antes de que comience tu curso online

Mostrar lo feliz y sorprendida que estás: X personas se han inscripto a tu programa

"Hace solo 5 días abrí las inscripciones y ya se sumaron 19 personas"

- ¿Quiénes se han sumado?

"María, Gabriela, Amanda, Juan, Sofía,, Nicolás, Jeniffer, Álvaro, José y Ramón, son parte del programa "wichi wichi" y están listos para **[solución]**..."

(Utilizar nombres reales genera empatía)

- Poner prueba social (para esto es importante si tienen capturas de pantalla de personas que hayan compartido en RRSS o vía mail sus inscripciones, ayudará mucho a crear anhelo en quienes no hayan comprado aún)

- Mencionar que queda poco tiempo para sumarse a las X personas que ya están dentro

(miedo a la exclusión)

Quedan X días para cerrar las inscripciones ¿Te sumas a los X participantes? ¿Serás una de esas personas que podrán **[beneficio]**?...

Es hora de pensar en ti y lo que te hace bien...

- Describir principales módulos del programa o los Bonus

Recuerda que con la inscripción te llevas el BONUS X que te posibilitará **[beneficio]**...

- Llamada a la acción con escasez

- Cerrar con pregunta a futuro

¿Te sumas a la transformación?...

PD. Llamada a la acción

Correo 5:

ASUNTO: últimas 12 hrs. Último día. No me digas que no te dije...(elige uno solo)

Fecha: la noche anterior a que empiece tu curso online

Comenzar con un saludo y decir que estás feliz por cómo se está dando todo mejor o igual a como lo habías soñado.

Hacer un resumen de lo que le has contado hasta ahora:

¿Recuerdas que te conté que tenía X problema? [dolor que contaste en el mail 1]

Estoy feliz porque, como te dije días atrás, ya son X los inscriptos al programa (curso, taller) que han tomado acción para **[beneficio]**

- Insertar pregunta poderosa para conectar con el problema:

¿Hasta cuando vas a **intentar por tus medios** superar **[Problema/dolor]**...

¿Qué sucedería si conversamos en 5 años y me contaras que aún tienes/sigues **[Problema/dolor]**? ¿Cómo te sentirías?...

- Insertar pregunta de proyección:

Si pudieras **[estado de solución]** ¿cómo te sentirías?

¿Qué significaría para ti poder lograr **[estado de solución]**?

- Llamada a la acción con escasez

Ya casi no queda más tiempo para sumarte...

En X horas cerramos las inscripciones...

- Conectar con la sensación de pérdida si hiciste preguntas de proyección

"Mañana ya estarán cerradas las inscripciones y no podrás **[estado de solución]**..."

- Llamada a la acción

- Saludo final

- PD con el resumen de la inscripción

Fin de secuencia de correos de venta para tu curso online.

También puedes agregar otro correo a las personas de tu BBDD que no compraron, hazlo al día siguiente de que empiece tu curso online, mostrándoles alguna foto o mini video del primer encuentro con las que sí entraron a tu curso online y lo hermoso de empezar con personas que se han comprometido con su transformación.

Haz énfasis en: sabes que si están en tu BBDD es porque están interesadas en el contenido que tú les entregas, pero que, probablemente, aún no es su momento de accionar con este curso, pero que siempre pueden hablarte para ver cómo pueden trabajar juntas.

Y el CTA o llamado a la acción puede ser que si aún no te siguen en las redes sociales, lo hagan, y les dejas tus redes sociales con link para que vayan directo a seguirte.

Espero de corazón que estas herramientas que te acabo de compartir, te sirvan para avanzar a paso seguro en la venta de tus servicios.

Es la misma secuencia de correos que les enseñé y comparto a mis clientes de negocios femeninos en mi mentoría y programa: *Emprende desde el Amor y Abundante y Expansiva*.



Tú solamente tienes que modelarla a tu favor y comenzar a vender desde ya.

Y si necesitas una ayudita extra, recuerda que siempre podemos trabajar juntas, tengo varios servicios para ayudarte a simplificar tu vida, tú simplemente **pide una sesión de claridad gratis** y vemos en qué etapa de tu negocio estás y cómo puedo ayudarte mejor. Haz **clik AQUÍ**

Con amor,

Sandra Martínez | Tu coach y mentora

Crea el negocio de tus sueños