



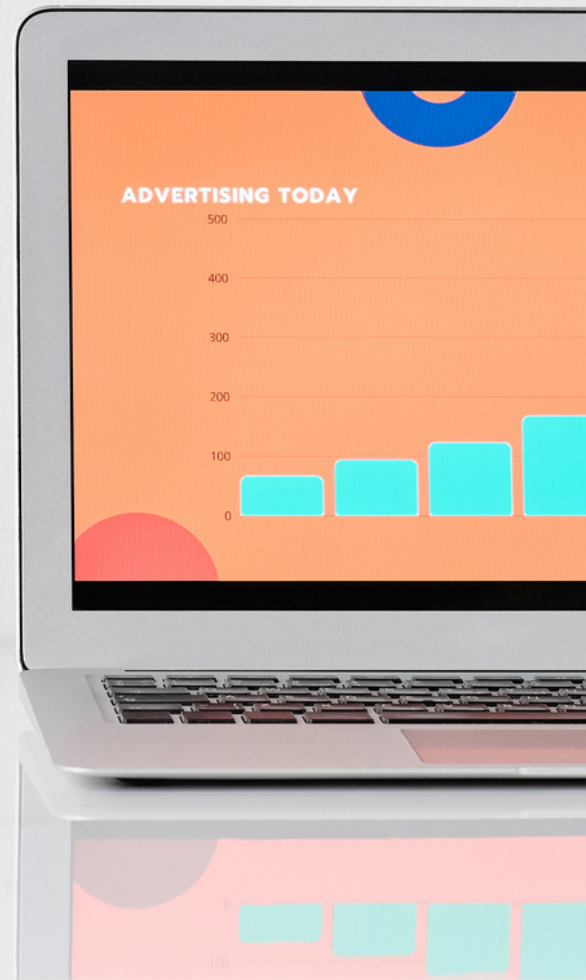
LULUVE DIGITAL

Riqueza Digital

GUIA

¡TODO LO QUE NECESITAS PARA CREAR UN
PRODUCTO DIGITAL QUE SE VENDA Y CÓMO
VENDERLO!

CREA INGRESOS PASIVOS





HOLA, SOY CAROLINA DE @LULUVEDIGITAL

soy venezolana actualmente vivo en Canadá y entre mi búsqueda de cómo aumentar mis ingresos me topé con un curso de Marketing Digital muy interesante porque tiene MRR, quiere decir que tengo los derechos de reventa como si lo hubiese creado YO MISMA.

Así que bienvenid@s, aquí estaré para enseñarte a hacer dinero online aprovechando al máximo todos los recursos digitales

VAMOS, VAMOS, QUE PA'LUEGO ES TARDE

¡HAGÁMOSLO!



EN ESTA GUÍA

Aprenderás no solo cómo crear tu propio producto digital, sino también cómo investigarlo para asegurarte de que sea algo que se venda. También te guiaré a través de la marca, la configuración de sus sistemas de back-end y todos los aspectos legales y de logística. ¡Va a ser muy DIVERTIDO!

¡Etiquétame en tus historias de Instagram (@luluvedigital) mientras trabajas en este proceso! ¡Me encantaría ver qué estás haciendo!



Tabla de **CONTENIDO**

- 01 preparándote
- 02 elegir un nombre comercial
- 03 definiendo tu nicho
- 04 conceptos básicos de marca
- 05 dominio y correo electrónico
- 06 creando tu idea de producto
- 07 elegir un nombre para tu producto
- 08 creación de producto
- 09 establecer un precio para tu producto
- 10 analizando la competencia



Tabla de **CONTENIDO**

- 11 comercializar tu producto
- 12 Instagram
- 13 tu lista de correo electrónico explicada
- 14 tu imán principal
- 15 formulario de inscripción
- 16 configurar tu campaña de correo electrónico
- 17 configurando Stan Store
- 18 lanzando Tu producto
- 19 establecimiento de objetivos y mentalidad



01: PREPARÁNDOTE

Antes de comenzar, creo que es importante que te familiarices (al menos un poco) con las diferentes herramientas que usaremos. ¡Incluso puedes seguir adelante y crear tus cuentas si lo deseas!

Canva: ¡así es como crearás tu producto digital y le darás vida! (y hazlo bonito) Puedes registrarte para obtener la cuenta gratuita por ahora, porque es todo lo que necesitas para comenzar. Es posible que desees actualizar en el futuro (yo lo hice) porque hay muchas más opciones con la versión paga, pero comienza con la gratuita.

Stan Store: ¡aquí es donde crearás tu página de ventas para tu primer producto! El enlace de tu tienda Stan es lo que terminará en tu biografía cuando hayas terminado. También podrás albergar otros enlaces (externos) en tu Stan Store, como enlaces de afiliados de Amazon, libros que le encantan, etc.

(obienes 14 días gratis con el enlace de arriba, así que espera para crear esta cuenta hasta que tengas tu producto terminado y listo para incluirlo en la lista).

¡StanStore también será tu plataforma de marketing por correo electrónico! ¡Es el que uso y estoy OBSESIONADA con él! ¡Los correos electrónicos son hermosos, simples y muy legibles!



02: ELIGIENDO UN NOMBRE DEL NEGOCIO

¡Ahora es el momento de elegir el nombre de tu empresa! Ser creativo con esto es una de las partes divertidas. :)

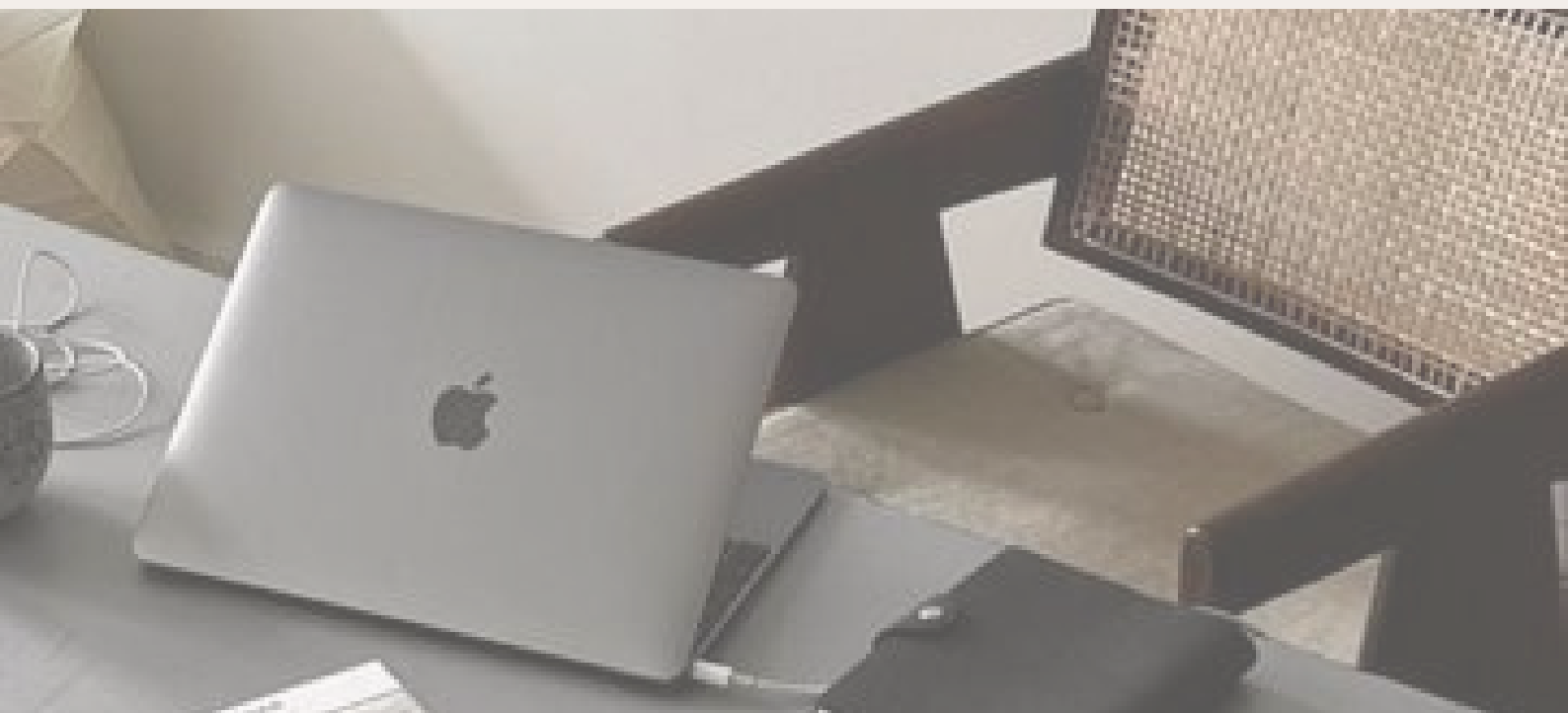
Pero antes de decidirse por el nombre perfecto, aquí hay algunas cosas a considerar:

Quieres que el nombre comunique claramente de qué se trata su empresa. Es útil utilizar palabras clave en el nombre de tu empresa que indiquen exactamente lo que hace.

En caso de duda, ¡usar tu nombre nunca es mala idea! Y un consejo: si tu nicho tiene que ver con ganar dinero, elija algo más exclusivo que "makemoneywith__". Ese nombre simplemente se usa en exceso y te hará pasar desapercibido. Quieres DESTACAR en tu nicho y tu nombre es el primer paso.

Mantenlo simple y directo al grano.

Pero tampoco pienses demasiado en esto. Puedes cambiarlo más tarde si es necesario, así que elige un nombre y ¡VAMOS!



04: DEFINIENDO TU NICHU

Definir tu nicho te ayudará a tener muy claro con QUIÉN estás hablando y a quién ayuda tu producto.

¿Qué es un nicho?

Algunas personas nunca ven el éxito en sus negocios porque nunca definen claramente su nicho. ¡Y nunca definen claramente su nicho porque confunden el avatar de su cliente (también conocido como su cliente ideal) con su nicho!

Tu nicho es simplemente el problema que resuelves. Período. No es la persona a la que le resuelves el problema.

Se cree que hay tres nichos “perennes”. Es decir, si permaneces en una de estas categorías, SIEMPRE ganarás dinero. Salud, riqueza y relaciones. Si tu nicho no está clasificado en uno de estos nichos generales, no se preocupe. ¡Aún PUEDES encontrar el éxito! Es mucho más fácil encontrar el éxito en uno de los tres grandes.

¿Qué problema puedes resolver?

Y no te presiones demasiado aquí. Solo necesitas llevar a las personas del punto A al punto B. No es necesario que las lleves desde un sobrepeso de 20 kg hasta la etapa de competencia listas con su producto. Sólo necesitas ayudarlos a perder los primeros 3 kg. (Esto es sólo un ejemplo, por supuesto)

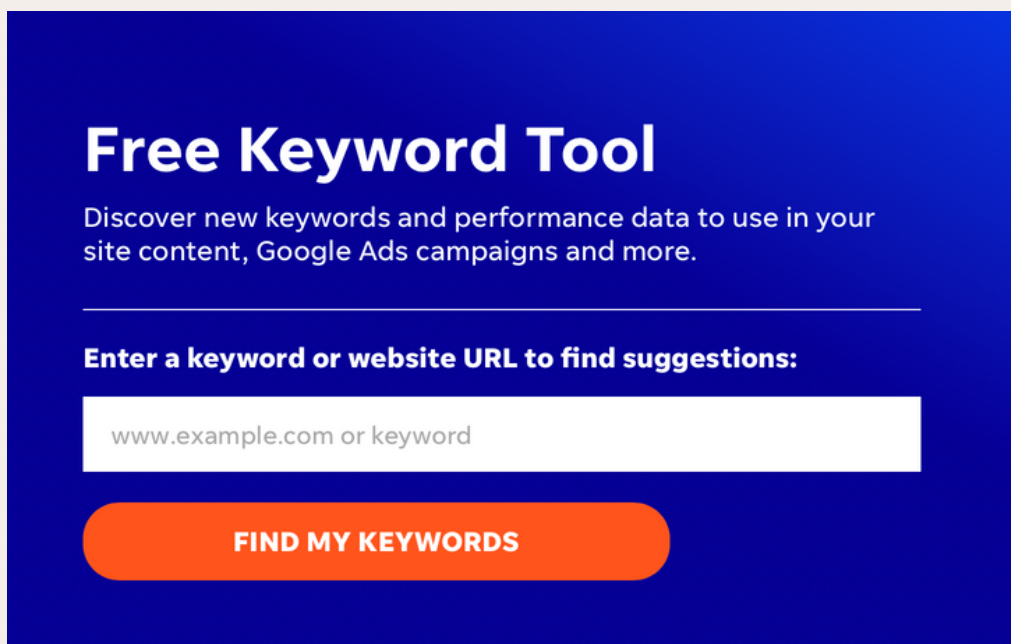


¡Esto te ayudara! Quiero que escribas TODOS los problemas que puedas resolver. No dejes ninguna piedra sin remover. Esto también servirá como lista de ideas de productos.

Investigación de palabras clave

Muy bien, aquí es donde descubrimos SÓLO qué tan rentables son tus ideas. Usa **Wordstream** y comienza a buscar algunas palabras clave en su lista de ideas de productos!

Las palabras clave son muy útiles para ayudarte a descubrir cuántas personas tienen el problema que resuelves, al descubrir cuántas personas buscan esos términos en los motores de búsqueda cada mes. Para encontrar un nicho verdaderamente rentable, debes apuntar a 20.000 búsquedas para cada palabra clave. Guarda todas las palabras clave que hayas buscado y asegúrate de anotar cuántas búsquedas tienen.



Free Keyword Tool

Discover new keywords and performance data to use in your site content, Google Ads campaigns and more.

Enter a keyword or website URL to find suggestions:

FIND MY KEYWORDS

Usaré mi nicho como ejemplo. Prácticamente creo y vendo productos digitales y ayudo a otras personas a crear y vender productos digitales. (¡como lo estoy haciendo ahora con esta guía!)

Así que busqué "productos digitales" y descubrí que solo tiene alrededor de 18.000 búsquedas por mes. No está mal, pero no es lo suficientemente bueno. (recuerda, dije que queremos al menos 20.000 búsquedas; de lo contrario, puede ser difícil encontrar a la persona con el problema que resuelves). ¡si es que existen!)

digital products

18,100

¡Es por eso que conocer el problema que resuelves es tan importante como el producto que vendes! Si bien puedo vender productos digitales que enseñan a las personas a crear sus propios productos, no es el problema en sí, sino sólo la solución al problema... Entonces, ¿cuál es el problema que estoy resolviendo?

Keywords	 Monthly search volume
make money online	301,000
make cash online	301,000
generate income online	301,000
create money online	301,000
ways to make money online	74,000
ways to earn money online	74,000
ways to get money online	74,000

Ayudo a la gente a ganar dinero en línea. (Puedo escuchar las bombillas apagándose en tu cabeza ahora mismo)

Otro consejo realmente útil cuando piensas en un problema que puedes resolver dentro de tu nicho es AnswerThePublic. Puedes descubrir qué términos busca la gente y asegúrate de incluirlos no solo en su búsqueda de palabras clave, sino también en tu contenido.

Simplemente busca las palabras clave que encuentraste en el flujo de palabras que están relacionadas con tu nicho, guarda las preguntas que hacen las personas que buscan usando esas palabras clave y listo.

Lo más probable es que encuentres MUCHO más de un problema que puedes resolver, pero elijamos uno por ahora. No es necesario que resuelva todos los problemas dentro de tu nicho en un solo producto digital.

Créame, se venderá MUCHO mejor si puede definir claramente UN problema que resuelva con ese producto. Recuerda, solo necesitas entregar un resultado a tu cliente. Punto A al punto B. No compliques demasiado esto.

Además, esto no será aplicable hasta más adelante, pero te prometo que recordarás que dije esto:

Presta atención a los otros problemas que tus clientes te dicen mientras resuelves un problema con tu primer producto digital. ¡Toma nota! Estas conversaciones te darán ideas para tu PRÓXIMO producto digital. (Y créame, ¡las ideas no dejarán de surgir!)

05: MARCA

¡Consigamos la marca perfecta para presumir!

Cuando piensas en branding, ¿en qué piensas? Para mí los colores son lo primero que me viene a la mente.

Los colores son muy importantes y comunican la vibra de tu marca a las personas incluso antes de que lean tus palabras.

Elegí colores limpios y nítidos para mi marca. El crema, el gris y el blanco son los principales. Siento que desprende una vibra tranquilizadora, concisa y profesional.

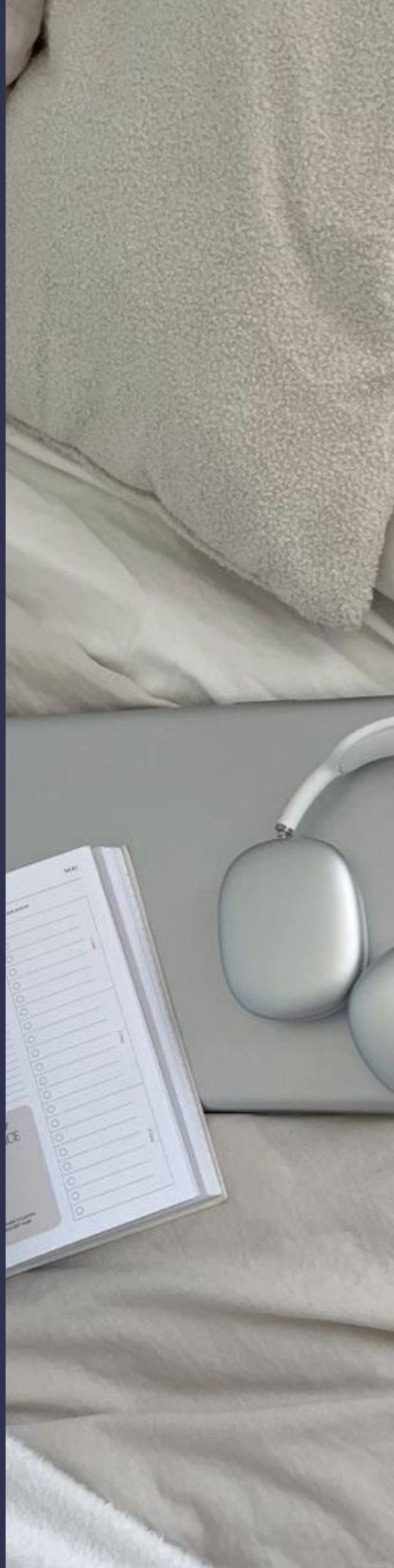
La paleta de colores de tu marca te ayudará a crear el sentimiento que quieres que alguien tenga sobre ti y tu negocio. Los colores pueden dar la impresión correcta de ti a las personas adecuadas. (Y una ventaja adicional: ¡atraerá a personas como tú que también se sienten atraídas por esos colores! ¡Así que asegúrate de que tu paleta de colores sea fiel a TI!)

Preguntas que debes hacerte antes de elegir colores...

¿Cómo quiero parecer? (enérgico, vibrante, calmante, confiable, profesional, etc.)

¿Qué emoción quiero provocar en mi audiencia?

¿Cuáles son las marcas populares favoritas de mi audiencia y cómo es su marca?



05: CONCEPTOS BÁSICOS DE MARCA

También es útil identificar a tus competidores exitosos (es decir, personas que resuelven el mismo problema que tú) y ver cómo luce su marca.

¡No los copie, inspírete en ellos!

Créame, copiar a alguien NUNCA funciona. Toma los principios que utilizan y aplícalos a tu propio contenido, pero nunca los copies.

Teoría del color

Diferentes colores provocan diferentes sentimientos en tu audiencia y también denotan diferentes cosas sobre TI y tu marca.



ideas de paleta de colores



Después de la psicología, también hay que tener en cuenta la practicidad. Asegúrate de que el color del texto se pueda leer en comparación con el color de fondo. (¡ESTO ES MUY IMPORTANTE Y NO PUEDE SER EXCESIVO!) Quieres que tu mensaje destaque.

¡**Namelix** es una herramienta útil para NOMBRAR tu negocio y crear colores para tu marca! Una vez que busque tus palabras clave y decidas el nombre y el logotipo de tu empresa, puedes hacer clic en el logotipo/nombre específico que desees y obtendrás una paleta de colores y una maqueta.

The image shows the Namelix Business Name Generator website. The header has the 'namelix' logo on the left and 'by Brandmark.io' with a right arrow on the right. The main heading is 'Business Name Generator' with the subtitle 'generate a short, brandable business name using artificial intelligence'. Below this is a search bar containing the text 'digital products by sarah' and a dark blue 'Generate' button. At the bottom, there are three columns of information: 1. 'Get name ideas' with a lightbulb icon, stating 'Namelix generates short, catchy names with a state of the art language model'. 2. 'Filter results' with a funnel icon, stating 'Decide whether you prioritize a shorter name, having a specific keyword or domain extension'. 3. 'Save your names' with a heart icon, stating 'Our algorithm learns from the names you like, giving you better recommendations over time'.

namelix

by Brandmark.io →

Business Name Generator

generate a short, brandable business name using artificial intelligence

digital products by sarah

Generate

Get name ideas
Namelix generates short, catchy names with a state of the art language model

Filter results
Decide whether you prioritize a shorter name, having a specific keyword or domain extension

Save your names
Our algorithm learns from the names you like, giving you better recommendations over time

06: DOMINIO Y CORREO ELECTRÓNICO

Este no es un paso clave a menos que desees un nombre de correo electrónico profesional. Podemos solucionar este problema implementando correos electrónicos a través de Stan Store que provendrán del nombre de tu empresa.

La razón principal por la que elegirías obtener un nombre de dominio no es necesariamente para poder configurar un sitio web ahora mismo. La razón principal por la que desees un nombre de dominio es para el correo electrónico profesional. De esa manera, puedes tener tu lista de correo electrónico en funcionamiento ahora y lista para funcionar tan pronto como lances tu producto digital.

Recomiendo permanecer lo más cerca posible del nombre de tu empresa, si no de todo el nombre de tu empresa.

Para tu nombre de correo electrónico profesional, recomiendo algo como esto: [una palabra@sunombredominio].

También puedes escribir tunombre@tudominio.com

Mire estos videos para aprender cómo...

Regístrate y configura tu dominio

- Configurar tu correo electrónico profesional (la moneda del video esta en pesos mexicanos, a ti te aparecerá el valor de tu moneda local)



07: CREANDO TU IDEA DE PRODUCTO

DE ACUERDO. Entonces, ahora que tienes tu nicho (problema que resolver), necesitas descubrir CÓMO quieres resolverlo.

¿Con un **ebook** lleno de consejos e información? ¿Con una **guía**? ¿**Diario**? ¿**Plantillas**? ¿**Suscripciones**? ¿**Vídeos**? ¿Un **curso** en toda regla? (¡NO recomiendo el último para tu primer producto digital!)

¡Aquí tienes un vídeo que te ayudará a hacer fluir tu creatividad!

Sólo debes saber que la gente pagará por cualquier cosa siempre que resuelva su problema.

Si ya tienes un negocio y tienes elementos en él que utiliza (plantillas de correo electrónico, paquetes de capacitación, etc.) que pueden convertirse en productos digitales, ¡puede comenzar por ahí!

En mi opinión, las guías o ebook son la forma más fácil y efectiva de poner un pie en la puerta con tu primer producto. También tienen un alto valor percibido.



08 ELEGIR UN NOMBRE PARA TU PRODUCTO

El nombre de tu producto es una pieza extremadamente importante. De hecho, puedes hacer o deshacer tus ventas... por más dramático que parezca.

Mi mentor dijo una vez "claro es mejor que inteligente" cuando se trata de nombrar un producto que vendes. Por lo tanto, es mejor comunicar claramente qué resultado ofrece tu producto frente a algo que suene bonito o que sea una aliteración.

Puntos de bonificación si tu producto tiene alguna de estas palabras en el título: cómo, guía, probado, definitivo, 101, marco o ___ días (ejemplo: 10 días, que muestra un período de tiempo para esperar resultados).

Ejemplo de nombre de producto que probablemente no se venderá: “mis recetas favoritas”

Ejemplo de nombre de producto que probablemente SE venderá: “7 recetas que a tus niños quisquillosos les encantarán, garantizadas”

Utiliza el nombre de tu producto como GANCHO para atraer a tus compradores a la página del producto. Si el nombre apesta, es probable que nunca lleguen tan lejos.



09 CREACIÓN DEL PRODUCTO

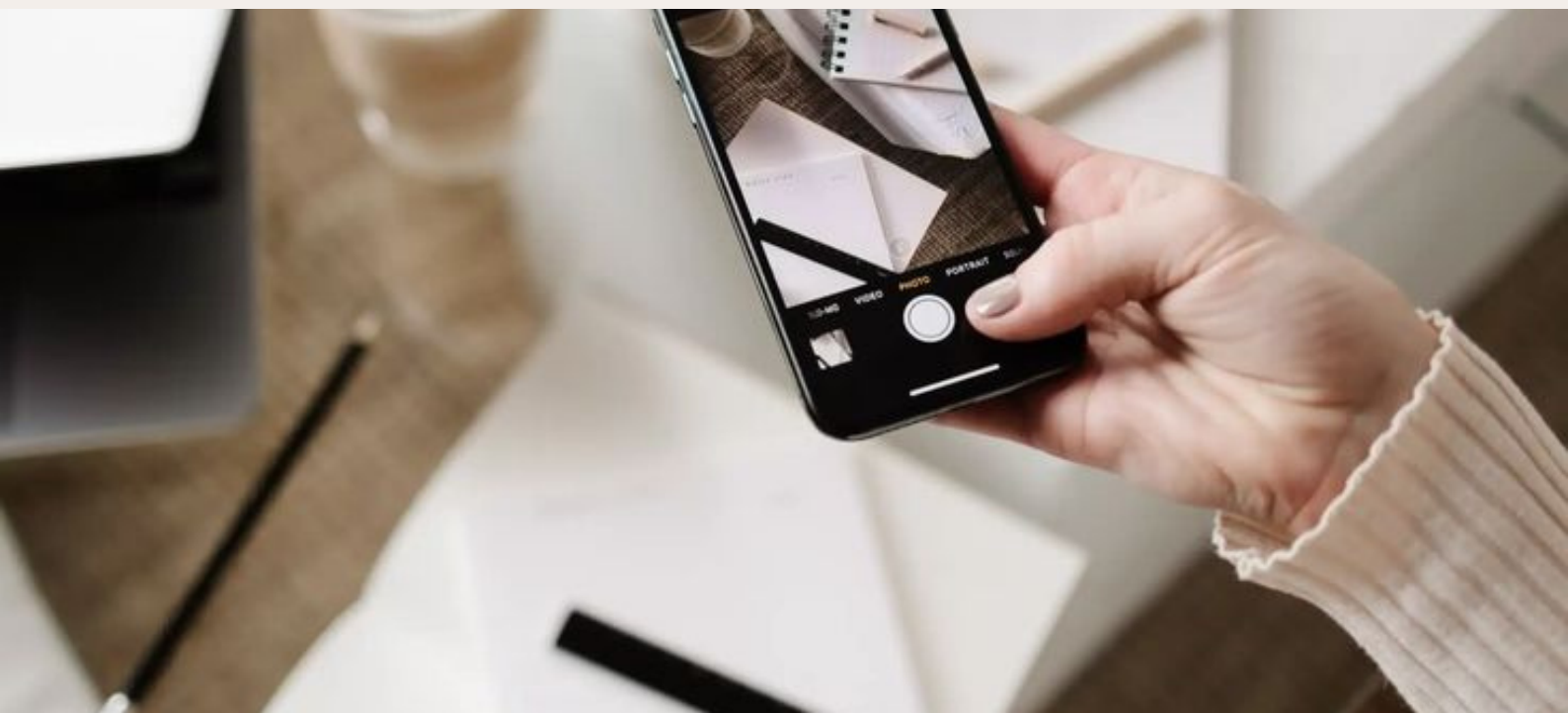
¡El lugar más popular (y mi favorito personal) para crear tus productos digitales es **Canva!** Canva tiene plantillas de ebook gratuitas (¡que pueden funcionar como plantillas de guía!) que son hermosas y realmente te ayudarán a pintar la visión y crear un hermoso producto digital.

Todo lo que realmente necesitas es la versión gratuita de Canva, pero la versión pro te dará MUCHAS más opciones. ¡Así que definitivamente es algo a considerar en el futuro! Pero por ahora, la version free es suficiente.

Si no te gusta ninguna de las plantillas de Canva, ¡puedes comprar una en etsy que te guste! De hecho, compré ESTA plantilla que estoy usando para esta guía en etsy por alrededor de \$5. Busqué "plantilla minimalista de Ebook" y pude encontrar una que se adaptaba perfectamente a mi personalidad :)

También querrás configurar Google Drive si aún no lo has hecho. (es gratis) Si tienes una cuenta de Gmail, ya deberías tener acceso a Google Drive. (Siempre que necesito encontrar mi Google Drive, literalmente busco en Google "Google Drive" y lo encuentro cada vez). Aquí es donde guardarás tu creación (asegúrate de guardarla como "cualquiera con el enlace puede verla" de esa manera). no todas las personas necesitan “pedir permiso” para ver el archivo)

Lo realmente interesante de Google Drive es que cada vez que realizas actualizaciones en el producto, tu cliente tendrá acceso automáticamente a todas las nuevas actualizaciones. (¡un gran punto de venta!)



10 ESTABLECER UN PRECIO PARA TU PRODUCTO

¿Alguna vez has notado que el precio de la mayoría de productos digitales termina en 7? \$27, \$37, \$47, etc. **Hay una psicología detrás de esto** y estadísticamente, los productos con un precio de 7 al final se venden mejor. (no me preguntes por qué, yo no hago las reglas)

Una cosa a considerar es que deseas que **el VALOR del producto sea mayor que el precio**. Por ejemplo, esta guía mía que estás leyendo ahora vale cada pedacito de \$157 (¡al menos!), pero yo le puse un precio de \$97. ¡El valor excede el precio! También quería asegurarme de que la “mamá de todos los días”, el estudiante universitario y el matrimonio joven pudieran permitirse esto sin tener que gastar mucho dinero o estresarse si no hacían NADA con ello. (Todos sabemos cómo va eso... ¡Tengo toneladas de cosas que compré y nunca leí!)

También hay algo que decir a favor de las **MENOS promesas y de las SOBRE entregas**. Creo que es una especie de arte perdido en estos días. Esto genera confianza en tu audiencia y generará clientes fieles que compren cualquier producto digital que usted publique.

Me gusta mantener mis productos con un precio inferior a \$100. Creo que es una buena regla general, especialmente cuando estás empezando. Es mucho más fácil para alguien apretar el gatillo de algo por debajo de \$100 que por algo de más de \$100.

Al fijar el precio de tu producto, también debes tener en cuenta TUS objetivos en la ecuación.

¿Cuál es tu primera meta de ingresos para tu primer mes? ¿\$2000? ¿Cuántos libros electrónicos necesitarás para alcanzar tu objetivo?

74 ebooks a \$27 cada uno (aproximadamente 3 ventas/día)

54 ebooks a \$37 cada uno (aproximadamente 2 ventas/día)

42 ebooks a \$47 cada uno (aproximadamente 1,4 ventas/día)

35 ebooks a \$57 cada uno (aproximadamente 1,1 ventas/día)

29 ebooks a \$67 cada uno (1 venta por día)

Esta parte me emociona mucho. Cuando ves un colapso así, te juro que le hace algo a tu cerebro e inmediatamente sientes como "¡guau, esto es factible!" (y si sientes lo contrario, ¡no dejes de leer esta guía hasta llegar al final de las recomendaciones de mentalidad!)



11 ANALIZANDO LA COMPETENCIA

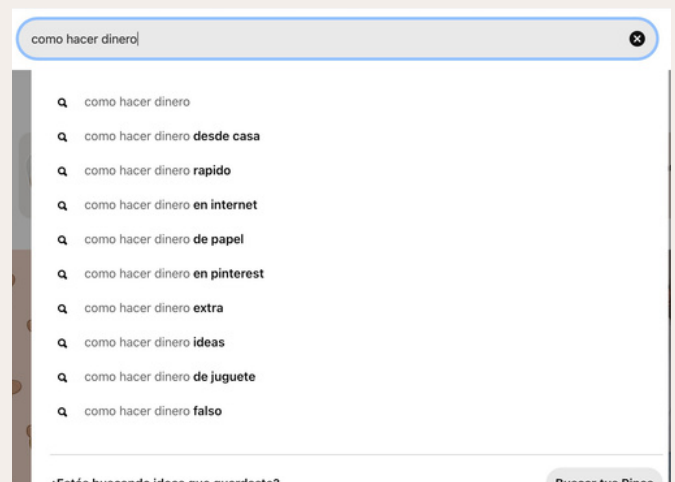
Esta parte es realmente importante, así que no te la saltes. ;)

Quieres saber lo suficiente sobre lo que está haciendo tu competencia para saber los vacíos que puedes llenar en el mercado, pero no tanto como para empezar a sonar exactamente como ellos y comenzar a hacer que tu contenido se vea exactamente como el de ellos. (Ya he hecho eso... ¡no lo hagas!)

También deseas ver cómo tu competencia fija el precio de sus productos para poder hacer lo mismo si tienes un producto similar.

¡El primer lugar donde quiero que realices tu investigación es en todos los canales de redes sociales que utilices! Pinterest es excelente incluso si no lo usas. Piensa en ello como un motor de búsqueda de redes sociales que te conectará con cosas y personas en MUCHAS plataformas.

Cuando buscas algunos de tus palabras claves, presta atención a lo que se completa automáticamente. tu lo harás también ver algo de tu marca ¡Nueva competencia emergente! Hacer clic y examinarlos. Yo siempre dirígete directamente al enlace en la biografía.



SI AÚN NO LO HAS HECHO...

¡Es hora de comenzar a armar tu producto real!

Primero, recomiendo que pienses en cada tema que quieras tocar, y LUEGO organizadlos en secciones (o días, o pasos). Una vez que hayas organizado cada tema en una sección, ¡puedes comenzar a juntarlo todo.

No sé ustedes, pero yo necesito una guía/esquema que me ayude cuando estoy creando. Es posible que funcione mejor simplemente improvisando, pero hacerlo de esa manera en el pasado me ha dejado MUCHOS proyectos sin terminar porque empiezan a parecer súper desorganizados y abrumadores.

Entonces, ¡organízate PRIMERO!

Luego crea.

Y mi mayor consejo aquí es simplemente HACERLO. Hecho es mejor que perfecto, y siempre puedes volver atrás, modificarlo y editarlo más tarde. Tus clientes tendrán el enlace de Google Drive cuando compren y también podrán acceder a todas esas actualizaciones.



12 COMERCIALIZAR TU PRODUCTO

La forma en que aprendí a comercializar mis productos digitales fue a través de un curso que me costó \$497

(¡Todavía lo vendo y creo sinceramente en él! Viene con derechos de reventa para que también puedas venderlo como tu artículo de mayor precio, [clic aquí para obtener más información al respecto](#). Pero resaltaré los puntos clave cuando se trata de comercializar su producto. .

Por ahora, sólo quiero que te concentres en Instagram. A menos que ya estés familiarizado con otras plataformas como TikTok y Pinterest, en cuyo caso puedes reutilizar tu contenido para generar tráfico a tu Instagram.

Pero Instagram es un lugar único y una plataforma excelente no solo para crear una audiencia sino también para NUTRIR a tu audiencia. El algoritmo es muy singular en ese sentido. ¡Definitivamente es mi plataforma preferida y donde concentro mis esfuerzos!



13 INSTAGRAM

Al comercializar tus productos en Instagram, **debes tener en cuenta que Insta es primero una plataforma NURTURE** antes de ser una plataforma de conversión. Es decir, tu audiencia quiere conocerte más que cualquier otra cosa. ¡Así que entrelaza tu personalidad a lo largo de tu contenido!

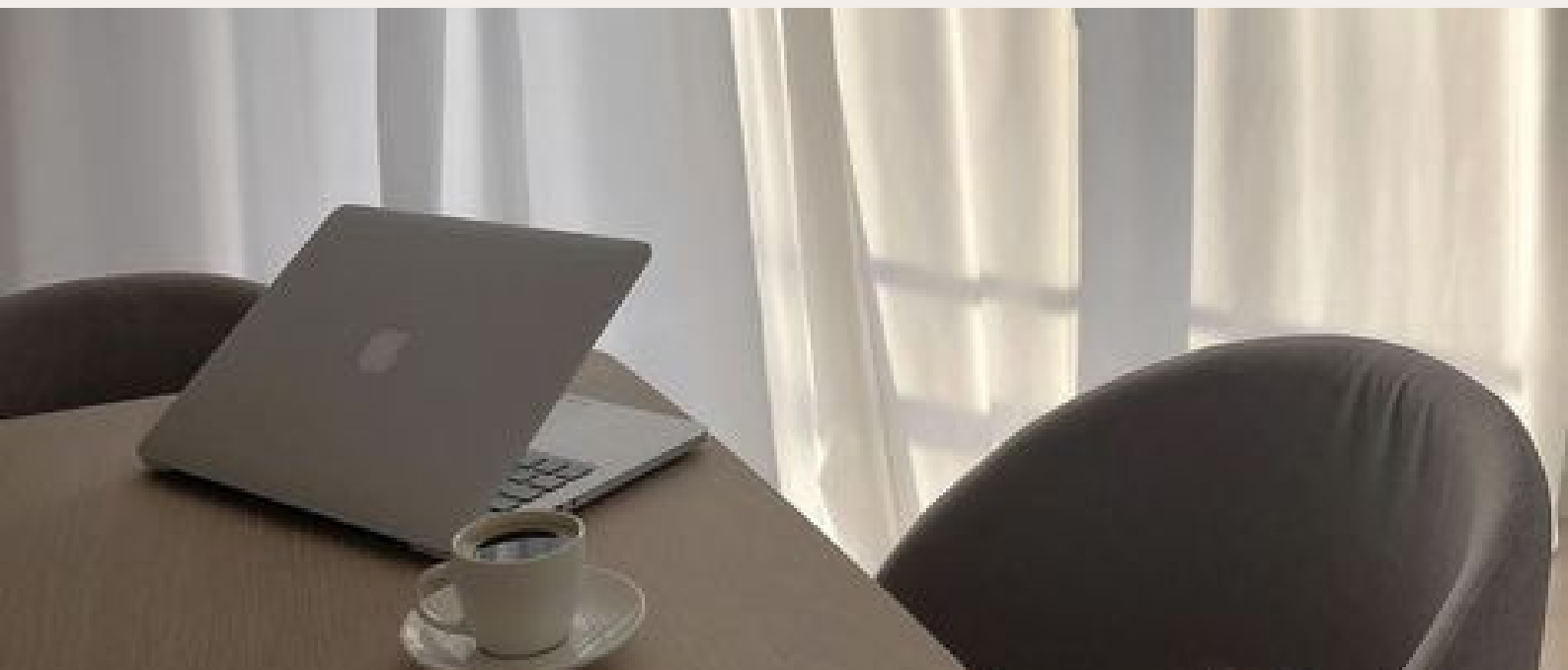
Recomiendo seguir con REELS y **mantener tu feed principalmente comercial**. Lo que quiero decir con esto es... no pongas videos tuyos y de tus amigos en conciertos sin ningún contexto detrás y sin vincularlos de alguna manera con tu oferta.

¡Es mejor limitar tu vida personal a tus HISTORIAS!

¡Piensa en tus carretes de Instagram como la fiesta y en las historias de Instagram como tu CASA! Estás invitando a la gente a que te conozca más íntimamente, ¡así que ahí es donde deben ir todas las cosas personales! Esto también te ayudará a generar un factor de conocimiento, me gusta y confianza con tu audiencia.

Sin embargo, mantén tus historias entre 6 y 8 historias por día y opte por la CALIDAD. ¡Menciona tu oferta **AL MENOS** una vez al día!

También es aconsejable entrelazar contenido empresarial y personal tanto en carretes como en historias **CONTANDO** historias. Al publicar sobre POR QUÉ comenzaste a crear tus propios productos digitales, puede conectarse con tu audiencia en un nivel más profundo que si simplemente enumeraras las características de tu producto o los beneficios que tu producto puede brindar.



3 CUENTAS A SEGUIR PARA CONSEJOS DE INSTAGRAM



@EVELONGFIELD

sonidos de tendencia +
ganchos



@MISSCAROLINEFLETT

consejos y trucos
interesantes de Instagram



@HERCONTENTCOACH

IA y todo lo relacionado con
Chat GPT para obtener
contenido

AUTOMATIZACIONES PARA INSTAGRAM

Many chat es el SECRETO MEJOR GUARDADO que en realidad no es un secreto en absoluto.

Prácticamente cualquier persona que veas que publique un llamado a la acción preguntando a su audiencia, comentar con una palabra clave para que reciba cierta información, está usando manychat!

Para ilustrar, puedes pedirle a la audiencia que comente una palabra clave y mi chatbot les enviará más información automáticamente. ¡Mientras DUERMO! Por eso esto es tan útil y tan grande.

Puedes usar la versión básica gratuita, pero te advierto que hay MUCHAS más funciones y flexibilidad con la versión paga.

¡Aquí hay un excelente tutorial sobre cómo usar ManyChat! (pero es bonito ¡Fácil de descubrir por tu cuenta también!)

¿AHORA QUE?

Ahora comienza a documentar el viaje de creación de tu producto. ¡Empieza a hablar DIRECTAMENTE con la persona que tiene el problema que tu producto resolverá!

¡También puedes comenzar a recopilando correos electrónicos a través de un sticker de preguntas en tus historias! De esa manera, tendrás una lista de clientes potenciales a los que dirigirte cuando lances tu producto.



14 TU LISTA DE CORREO ELECTRÓNICO

¿No está muerto el correo electrónico?

¡De ninguna manera! De hecho, el marketing por correo electrónico siempre ha sido el más probado y verdadero método para convertir ventas a largo plazo que cualquier otro método. Piénsalo. Si alguien te encuentra en Instagram, hace clic en tu enlace para comprar, pero no compra... ¿entonces qué? Se han ido para siempre.

Eso es...

¡A menos que tengas un sistema de marketing por correo electrónico!

Piensa en su Instagram, el enlace de su biografía, etc. como el marketing frontal y tu campaña de correo electrónico como el marketing final. ¡Quieres cubrir ambos extremos!

Yo actualmente utilizo Systeme.io para mis campañas de email marketing, esta plataforma se gratuita hasta 2000 seguidores así que es una opción excelente para comenzar.

Puedes comenzar haciendo click aquí!

Systeme.io es simple, fácil de navegar, fácil de usar y personalizable. ¡Es una de mis herramientas favoritas para usar!



15 TU IMÁN PRINCIPAL

¿Qué es un imán de leads?

Un lead magnet es otra cosa increíblemente simple, pero mucha gente parece estar complicándola demasiado.

¿Alguna vez has visto a alguien ofrecer una guía o un recurso gratuito con información relacionada con tu nicho? Sí, ese es su imán principal.

Así es como construyen su lista de correo electrónico con personas interesadas en el tema para el que resuelven un problema. Y con el lead magnet, pueden ofrecerles valor gratuito a cambio de su dirección de correo electrónico.

NO deseas que tu imán principal sea algo que sea pura basura (eso no generará confianza). ¡Quieres que sea algo por lo que realmente pagarían dinero! Algo con algunos pasos, consejos o información reales y prácticos.

Puede ser cualquier cosa, desde un Ebook hasta una guía, un diario y cualquier cosa intermedia. ¡Incluso un simple documento de Google con consejos es aceptable! Solo asegúrate de que sea algo para lo que TÚ pondrías tu dirección de correo electrónico en un cuadro



16 TU FORMULARIO DE SUSCRIPCIÓN

Tu formulario de suscripción es la forma en que capturarás esas direcciones de correo electrónico a cambio de tu valioso imán de clientes potenciales.

¡Puedes configurar el tuyo maravillosamente usando **Flodesk!**

1. Ve a tu cuenta de flodesk y haz clic en FORMULARIOS. Me gusta utilizar los formularios sociales para mis suscripciones.

2. Puedes hacer que el botón redirija a una URL diferente (en lugar de una página de agradecimiento o de confirmación), y recomiendo que lo redirija al enlace de Google Drive para obtener el obsequio. ¡Simplemente llévalos directamente ya que ahora tienes su correo electrónico!

3. Querrás agregar un segmento y nombrarlo como “obsequio” o “lista de obsequios” para saber para qué está ahí esa audiencia y poder realizar un seguimiento de quién lo descargó.

Querrás entregar tu obsequio a través de los flujos de correo electrónico de StanStore. Lo que harás es ingresar y configurar un flujo de correo electrónico (DESPUÉS de configurar tu audiencia) y luego el primer correo electrónico también contendrá el enlace de Google Drive a tu obsequio.



17 CONFIGURAR TU CAMPAÑA DE CORREO ELECTRÓNICO

Tu campaña de correo electrónico es realmente lo que le permitirá automatizar tus ventas y ganar dinero mientras duermes.

¡Así que ahora necesitas escribir algunos correos electrónicos en tu secuencia para vender tu producto gratuito!

¡Aquí tienes una serie de correos electrónicos gratuitos que puedes tener y adaptar a tu oferta paga!

¡Y! ¡No olvides PROBAR todo antes del lanzamiento!

Ingresa tu correo electrónico en tu suscripción de obsequio y asegúrate de recibir ese primer correo electrónico y de que el obsequio se entregue sin problemas. Pruébalo todo y realiza los cambios correspondientes.



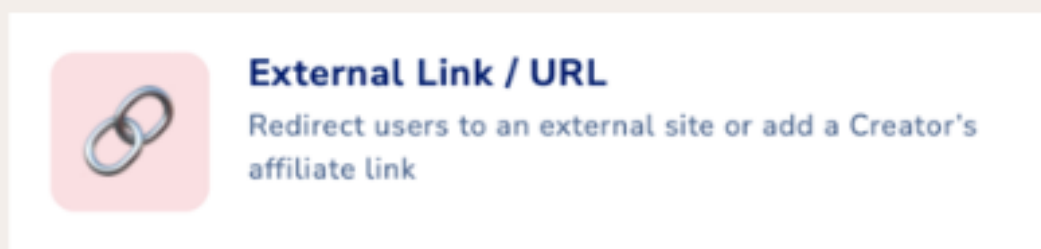
18 CONFIGURANDO STAN STORE

¡Tu Stan Store será tu TIENDA ÚNICA para todas las cosas que crees! ¡Tu obsequio, tus productos digitales y todos tus enlaces! (Incluso las cosas que te gustan) Piensa en ello como un árbol de enlaces y una tienda, todo en uno.

Paso 1: **Crea tu cuenta de Stan Store usando este enlace** si aún no lo has hecho (¡esto te dará 14 días gratis!)

Paso 2: **¡Siga esta secuencia de introducción** para asegurarte de configurarlo de la manera correcta!

Paso 3: agregue el enlace a su formulario gratuito como producto y elija agregarlo como "enlace externo"



Incluso si tu producto aún no está terminado, ¡adelántate y comienza a configurar la página de ventas!

¡Este es un buen momento para volver a analizar la etapa de competencia y leer algunas páginas de ventas! ¡Obtén algunas ideas y aplícalas a las tuyas!

Cuando se trata de páginas de ventas de STAN STORE, cuanto más cortas son, mejor se venden.

No te vuelvas loco con los detalles.

¡Utiliza un video tuyo explicando todos los detalles si es necesario!

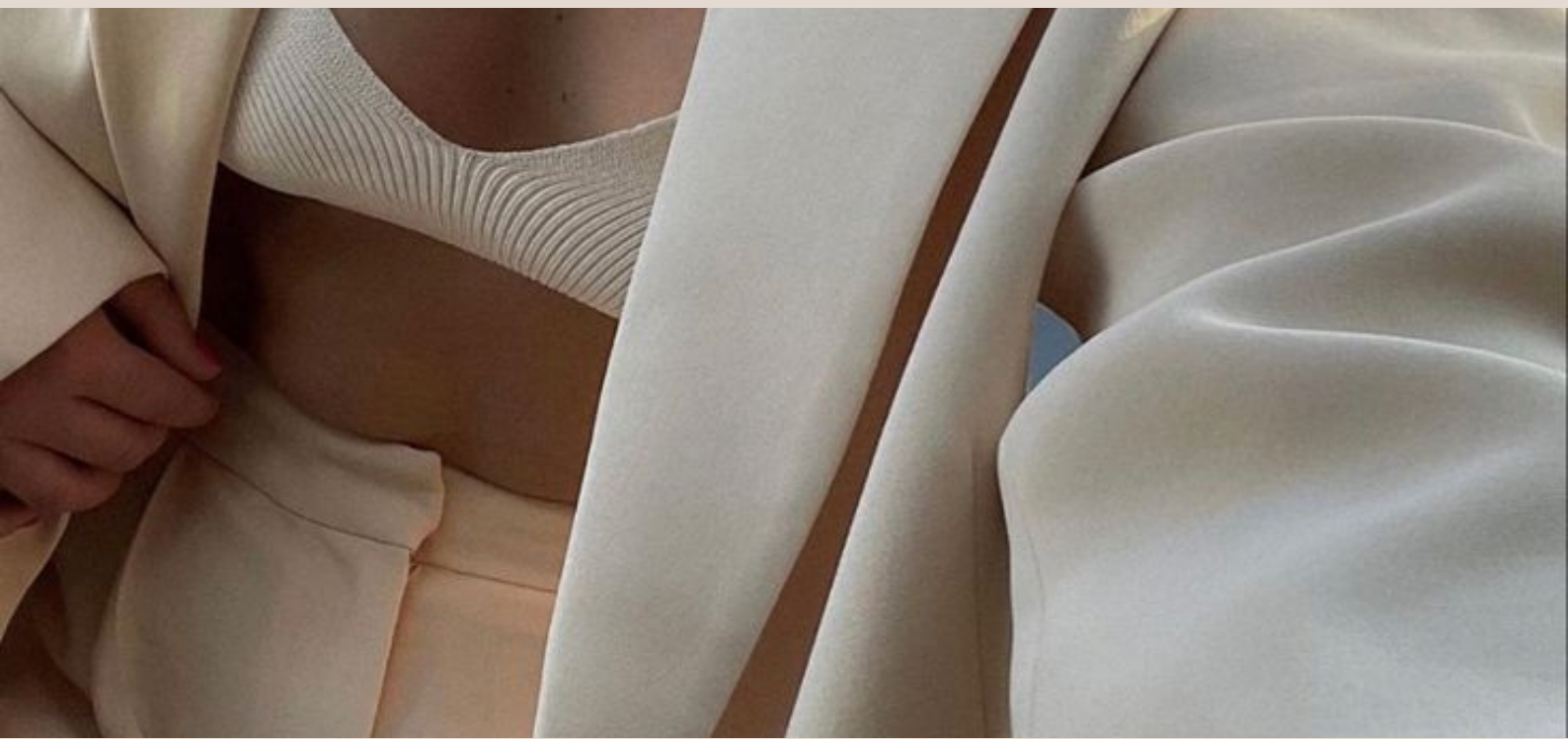
19 LANZANDO TU PRODUCTO

¡AQUÍ VAMOSSS!

Estoy muy emocionada de que LANCES tu primer producto digital. HICISTE EL TRABAJO DURO, ¡ahora es el momento de ejecutar los pasos! Y, por supuesto, continúa creando contenido para atraer tráfico a tu obsequio y tu oferta.

Primero, ¡asegúrate de tener el enlace de Systeme.io o StanStore en tu biografía de Instagram! ¡Entra en tus historias y COMPARTE TU EMOCIÓN! ¡La energía es muy contagiosa! Lo juro, durante mi primer mes vendiendo mi producto digital, muchas personas que me compraron me dijeron que fue mi ENERGÍA y EMOCIÓN lo que los vendió primero.

Además, está bien estar nervioso e inseguro. Pero recomiendo replantear tu forma de pensar. (¡Hablaemos de eso en un minuto!) Esto es algo EMOCIONANTE que estás haciendo por ti y tu familia. ¡Esto tiene el potencial de CAMBIAR tu vida para siempre y ayudar a tantas personas a resolver un problema!



¡Empieza a compartir tu historia!

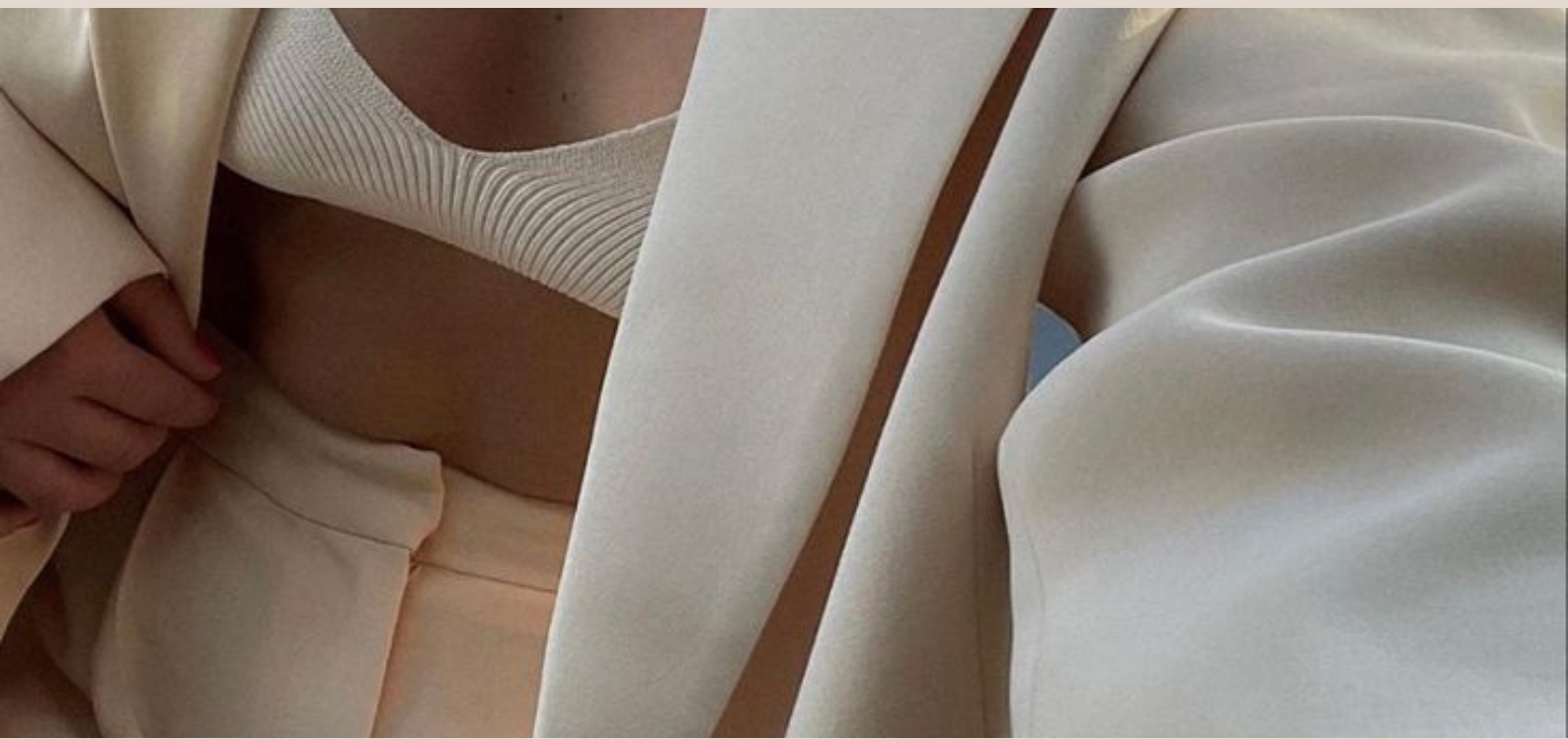
¡Esto es tan vital! ¡Empieza a crear contenido y compartir tu historia ahora! Habla sobre por qué creaste tu producto, qué método de resolución del problema te ha funcionado, explícales el panorama.

Se necesitan más de 100 puntos de contacto para que alguien se familiarice con usted, y entre 7 y 8 puntos de contacto para que alguien que ya está familiarizado con usted quiera comprar su producto. ¡Lo bueno de esto es que cada historia, comentario, reel, etc. con el que interactúan es un punto de contacto! Entonces, si publicas 2 reels por día, 6 historias por día e interactúa con comentarios, esto puede suceder rápidamente. Deja que el efecto compuesto suceda a tu favor.

Así que ten en cuenta que incluso si vendes CERO el primer día, eso no significa nada. En su lugar, ¡realiza un seguimiento de tus análisis! ¿Estás creciendo tu alcance o participación en Instagram? Realiza un seguimiento de ESAS cosas y te prometo que te mantendrá animado.

Además, toma nota de qué tipo de contenido funciona bien y repítelo de DIFERENTES maneras. (Por favor nunca copies, te lo ruego)

¡Y no olvides pedir testimonios de tus compradores! Puedes hacerlo enviándoles un correo electrónico y preguntándoles, o si conoces a personas específicas que han usado tu producto y han hablado en voz alta sobre sus resultados, ¡usa esas capturas de pantalla como testimonios!



20 ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS Y MENTALIDAD

¿Qué importancia tiene la mentalidad para una empresa?

Literalmente te hará o te deshará. Creo firmemente que lo que ofreces es lo que obtienes a cambio. ¡Y si tienes una mentalidad de mierda, actuarás en consecuencia y eso será lo que estarás publicando en el mundo! ¡CAMBIALO! Te lo digo, la mejor inversión que jamás harás está en tu MENTE.

Mira este Ted Talk sobre el secreto para cambiar tu mentalidad.

Si buscas algo mas completo, te recomiendo ver “Seminario Fenix” de Brian Tracey, este seminario esta valorado en mas de \$10000 y lo tienes todo gratuito y completo en youtube, mi vida fue un antes y un despues al verlo, asi que te lo recomiendo al 100%, te dejo el link en español

El establecimiento de metas

Escucha, establecer metas es VITAL. Sé que probablemente quieras saltarte este paso, pero no lo hagas.

Piensa en tu objetivo de ingresos mensuales y divídelo entre 30. Divide por el precio de tu producto. Esa es la cantidad que necesitas vender.

Crea tu programación de contenidos en consecuencia. ¿Necesitas publicar MÁS para llegar a más personas? ¡Hazlo! ¿Necesitas estar más en tus historias? ¡Hazlo! ¿Necesita enviar correos electrónicos de incentivo una vez a la semana? ¡Hazlo! Lo que sea necesario. No busques algo realista. Se MUY POCO REALISTA. Ahí es donde ocurre la magia.



Felicidades

¡Felicitaciones por comenzar a crear tu propio producto digital!
¡Y no sólo eso sino hacer la INVESTIGACIÓN para asegurarnos de que se venda! Comunícate conmigo en IG si tiene alguna pregunta o escríbeme a info@luluvedigital.com

Además, ¡me encantaría que me etiquetaras en una historia y me mostraras lo que estás haciendo y lo que creaste!

¡Salud por los ingresos pasivos durante los AÑOS venideros!

XOXO

CONÉCTATE CONMIGO EN INSTAGRAM
@LULUVEDIGITAL



www.luluvedigital.com