



INSTITUTO DE TRÁFICO
ONLINE

**LA CLAVE PARA CONSEGUIR QUE
TU CLIENTE IDEAL SE DESVIVA
POR COMPRARTE A TI**

NO HAY ÉXITO SIN TRANSFORMACIÓN

Estoy seguro de que más de una vez y en más de un lugar has leído eso de que:

Debes atraer tráfico, **entregarle mucho valor**, y con eso ya consigues que quieran comprarte...

Pues, ¿sabes qué?

Te han contado una **verdad a medias**.

Has de entregar mucho valor, sí, pero ese valor debe lograr una transformación en la mente de tu cliente ideal.

Si el valor que entregas a tu cliente ideal **no genera una transformación... nunca conseguirás vender.**



ESTA ES LA OTRA MITAD QUE NO TE HAN CONTADO

El contenido de valor que entregas como contenido preventa (da igual el formato: un post del blog, un webinar gratuito, un training en directo...) ha de funcionar como puente.

Estos son los tips que te doy para crear un contenido preventa top:

- Ha de hablar de las causas del mayor problema que tiene tu cliente ideal, para agitar su dolor.
- Has de presentar en él tu solución a su mayor problema.
- Esas claves que solucionan su problema las presentarás en modo de Método.

Si haces esto bien, habrás conseguido la transformación que buscas en su cabeza y tu producto o servicio pasará, de forma natural, a resultarle irresistible.

Habrás conseguido que la venta se produzca de una **forma suave y natural**.

Una conclusión necesaria.

CÓMO HACER UNA PROMESA IRRESISTIBLE

QUE LOGRE UNA TRANSFORMACIÓN Y CONSIGA QUE TU CLIENTE
IDEAL SE DESVIVA POR COMPRARTE

Para preparar un contenido preventa que cumpla con su objetivo (más allá de solo aportar valor) debes asegurarte de que **cumples los siguientes puntos:**

- Has hecho y tienes clara la definición exacta e inequívoca de quién es tu **avatar**.
- Sabes a la perfección cuál es **su mayor problema**, eso que no le deja dormir por las noches.
- Tienes claras qué **cosas ha intentado** ya para solucionar este problema, sin éxito.
- Conoces cuáles son las **objeciones** por las que cree que no va a conseguir resolver ese gran problema

Da igual que estés utilizando un webinar, un post, u otro tipo de contenido. El contenido que aportas debe tener un **sentido claro y estratégico** en tu sistema.

Su papel es claro: conseguir la transformación
y convertirte en la **solución ideal para el
mayor problema** de tu cliente ideal.

