

Lección 2. Por qué el marketing por Internet necesita más que ningún otro ser hipnótico.

El vendedor entró por la puerta, una vez que la secretaria le brindó el paso. Por fin... había esperado meses por esta oportunidad. Incluso llegó a pensar que la pitonisa, estaba realmente equivocada. Pero, ¿realmente todo lo que había hecho fue necesario ó hubiera conseguido la cita de cualquier forma?

“Nunca lo sabré”, comentó para sí mismo. Pero desde el momento en que se empezó a preparar para esta cita que se le había negado por años, se puso a estudiar hipnosis y manejo de voluntades. Ya era todo un experto en torcer las voluntades de los demás y conseguir que hicieran lo que a él se le antojaba. Pero, ¿Cómo conseguirlo si no estaba en frente de este infeliz?

Ahora lo tenía delante de si mismo y sabía lo que tenía que hacer. La pitonisa le había dicho: “Te recibirá y las primeras palabras que dirá son *Sea breve, porque tengo poco tiempo*”. El cliente, sin mirarle siquiera a los ojos y en un tono de voz en exceso monótono comentó: “Sea breve, tengo poco tiempo”.

Al fin, vas a ser mío, pensó entusiasmado el vendedor. E inmediatamente, sacó un reloj de cadena y una vela, que encendió ante la mirada atónita del cliente y comenzó a cantar un ritual, un mantra ininteligible. Al mismo tiempo, empezó a mover de un lado a otro el reloj con la vela encendida de fondo, e interrumpiendo el mantra, pronunció: “Tienes sueño, mucho sueño. Los párpados te pesan y tus ojos se cierran conforme me oyes pronunciar palabras que no entiendes”.

El cliente cerró los ojos y pareció entrar en un profundo trance. El vendedor continuó: “No importa el precio que te ofrezca, vas a comprar gustosamente todas las cotizaciones que yo te presente sin alterar ninguna condición de pago”...

Al abandonar el despacho del cliente con el contrato firmado en su bolsillo, se preguntó inocentemente: “¿Cómo le harán esos pobres diablos que tienen un negocio por Internet, para poder aplicar en sus clientes las extraordinarias técnicas que yo he aprendido? Vamos, es que no me lo explico cómo pretenden siquiera vender algo”.

Regresando a nuestro curso. Tal vez tú te has hecho la misma pregunta y te ha costado encontrar una respuesta. ¿Cómo venderle a alguien que no ves, que no habla contigo, con quien no estás en contacto? Bueno, no quiero adelantarte nada, pero de eso trata este curso. Y sí, sí hay técnicas y maneras. Por el momento, concéntrate en el poder de las palabras.

Al contrario que en nuestra historia, nosotros no tenemos contacto con el cliente y no queremos tenerlo. ¿Cómo tener contacto con 100,000 personas? ¿Cómo siquiera atreverte a recordar sus nombres? Es por eso, que más que ningún otro mecanismo de desplazamiento de productos o servicios, tenemos que generar una metodología que haga que una vez que el cliente entra en contacto con nosotros, continúe leyendo y leyendo y leyendo y comprando.

Y esto no va a pasar a la primera, sino que será todo un proceso. Tal vez, en este momento, valga la pena que te recuerde que el crecimiento de personas que se conectan a Internet es 10 veces más alto que el crecimiento de la población de los países de mayor natalidad del mundo. Vamos, hombre, que no se te va a acabar en esta vida tu mercado potencial.

Pensemos en este concepto de generar un negocio. La base de cualquier negocio es la confianza y en Internet no lo es menos. Vamos a generar confianza en nuestro cliente a través de varios pasos:

- ❖ **Cómo contactas a tu visitante o prospecto.**
- ❖ **Qué le dices.**
- ❖ **Qué tan accesible eres.**

Este es el momento exacto para hablar de **PREventa**. Cada vez que tu sitio web tiene extraordinario contenido, ya sea tuyo o de alguien más, PREvende. Cada vez que tu sitio web brinda soluciones sin pedir nada a cambio, PREvende. ¿Entiendes el concepto? Tienes que generar confianza al menos 7 veces antes de que te compren. Las estadísticas son frías pero reveladoras. En promedio, una persona va a visitar un sitio web 3.5 veces antes de comprar. Y no lo va a visitar más de una vez sino tiene algo interesante que revisar CADA VEZ.

En promedio, una persona va a comprar un producto en el séptimo mensaje promocional de dicho producto. ¡Y todos los mensajes fueron interesantes! Es decir, cada mensaje, motivó a la compra, aunque de hecho compró en el séptimo correo.

Es por todo esto que todos tus contactos con el prospecto, en Internet, deben de ser HIPNÓTICOS.

El proceso consta de 3 pasos:

1. Hacer que te visiten.
2. Agregar valor y gran contenido a sus preocupaciones ó problemas.
3. Generar cartas de venta para cada uno de tus productos o servicios que hagan que el prospecto saque la cartera y pague por el producto o servicio de manera inevitable. Desde luego, tiene que ser fácil comprarte o ya perdiste al cliente.

Te lo voy a recordar por si lo olvidaste. Tú no vendes el producto o servicio; **creas el ambiente en el cual el cliente quiere comprar.**

Quieres que el prospecto regrese varias veces (al menos 3.5) a tu sitio web. Si desde la primera visita te encuentras una página de “venta dura” como se conoce en el medio, es decir, de venta directa, entonces es muy probable que nunca más regrese. Lo que debes de buscar en un proceso de relación con tu cliente de 2 pasos:

Primero PREvendes hasta que tu cliente te da su máspreciado don en Internet: su correo electrónico.

Entonces, y sólo entonces, vendes y cierras el trato, entregando la tan ansiada solución al cliente.

Si tus visitantes perciben una venta directa en su primera visita, entonces este proceso de dos pasos se convierte en un proceso de 1 paso: Vender- Vender. Es por ello que el cliente tendrá miedo ó sentirá innecesario regresar a tu sitio, disminuyendo las probabilidades de compra.

La fórmula infalible para construir un negocio redituable en Internet.

Como todo lo que se puede aprender y repetir, poner un negocio en Internet se ha convertido más en una ciencia viva que en un misterio. Existe una fórmula que hoy en día priva a la hora de desarrollar un negocio rentable y próspero en Internet. El propósito de este curso es poner a trabajar esta fórmula. La fórmula es:

1. Diseñar un producto o servicio que vender.
2. Diseñar un sitio web rico en contenido que capture las direcciones electrónicas de los visitantes.
3. Generar tráfico de visitantes con el diseño del sitio y ciertas herramientas de comercialización.
4. Establecer una comunicación sistemática y valiosa con las personas suscritas.
5. Crear páginas de venta hipnóticas para cada uno de los productos ó servicios que se venden en tu sitio web.
6. Diseñar e implementar un proceso para el cobro y surtido de los productos y servicios comprados.
7. Mantener una relación de por vida con los clientes.

Para entender los costos de implantación y diseño probables de un sitio web, lee [mi artículo](#) acerca de este punto.

A lo largo del curso, vamos a aprender a realizar cada uno de estos 7 pasos. Desde luego, cada paso requerirá de tu parte más profundidad de la que este curso te puede dar. Verás: al diseñar este curso, me enfrenté con la siguiente disyuntiva. Por un lado, necesito darles toda la información para tener un negocio exitoso. Por otro, no puedo darles tanta que les resulte imposible empezar por la complejidad. Lo más importante es empezar y el resto, “se os

dará por añadidura”. Así que diseñé este curso con la información suficiente para empezar con un rumbo exitoso, lo cual quiere decir que conforme vayas avanzando, necesitarás profundizar en cada tema. Pero, te repito, lo importante es empezar.

Miguel Hernández, el famoso poeta español gracias a Joan Manuel Serrat, escribió:

“Caminante, no hay camino: se hace camino al andar. Golpe a golpe, verso a verso.

Y al volver la vista atrás, se ve la senda que nunca se ha de volver a pisar. Caminante no hay camino, sino estelas en la mar”.

Y en Internet es más cierto que en ningún otro lugar.

Resumiendo:

El camino al éxito en Internet.

1. Una actitud diferente. En Internet, las actitudes básicas acerca del éxito en la vida son tan válidas como en cualquier otro lugar. Lo que cambia es la manera de entender el negocio y su éxito. Se necesita trabajar y hacer algo que verdaderamente ames, pero la manera en que lo vas a hacer es radicalmente diferente a la sabiduría tradicional. No se necesitan grandes inversiones ni grandes conocimientos técnicos. Internet cada día será más barato y el conocimiento es del que lo busca, no del que lo posee.
2. PREvender y no vender. Debes aprender a PREvender. Entender este concepto, te va a hacer extremadamente exitoso en cualquier negocio, offline y online.

Al mismo tiempo, una de tus constantes preocupaciones es maximizar el tráfico de personas hacia tu página. Y creo que con esto terminamos la segunda lección.

Si estás generando extraordinario tráfico hacia tu sitio... **y** si tu sitio está consiguiendo clientes potenciales que te llamen por teléfono o te den su mail para recibir más información o noticias... **y** si estás consiguiendo un buen “conversion rate” (prospectos convertidos en clientes)...

¿No es este el camino seguro para usar la RED y construir un negocio rentable?

Resumamos en unas cuantas palabras todo el concepto de PREvender respondiendo a una sola pregunta: ¿A quién piensas que tú le comprarías con más facilidad? ¿A un extraño con un discurso de ventas ó a... una persona

conocida, con un prestigio probado que ofrece gran información y amistad y confianza?

Ahora, revisemos la tarea del día.

- ✓ Leer los dos capítulos iniciales, varias veces a lo largo del curso. Es importante no olvidar los conceptos, sobre todo cuando nos vayamos metiendo al detalle.
- ✓ Diseñemos un sitio web.

Este paso es muy sencillo, gracias a las modernas herramientas con las que contamos hoy en día. Empecemos por el principio:

- 1. Compra un dominio en la RED. Existen muchas paginas que venden dominios, es decir, direcciones en Internet ó también llamadas URL (Uniform Resource Locator). Las que yo conozco y uso ó he usado, son las siguientes:**



www.godaddy.com

www.register.com

www.triara.com

www.diveo.net

<http://www.tumarca.com.mx/dominios/index.htm> (Esta última, es muy confiable en registro de derechos de autor y aunque yo tengo hospedadas mis páginas en Newbiesite, vale la pena checarlo.

Piensa en un nombre poco común. Un amigo que vende agua de horchata y jamaica en presentación para restaurantes, acaba de crear un sitio web conmigo que se llama concentradosnaturalesdefrutas.com. Pero antes de ponerlo o comprarlo definitivamente, te sugiero lo cheques conmigo a mi correo negociosporinternet@neuromanagement.net.

Comprar un dominio no es costoso ni tardado, pero lo importante es echarlo a trabajar con algo que ver bajo esa dirección. Para construir un sitio web, te recomiendo que utilices un servicio de hospedaje o hosting en inglés que sea confiable. Todas las compañías menos la última que te proporciono con anterioridad, tienen el servicio de hospedaje, además de el de vender dominios. Sí, son dos cosas: una es el nombre y otra es en que hotel duerme y ambas cuestan por separado.

Desde luego, tienes lugares que por comprar el dominio con ellos, te ofrecen sin costo el hospedaje, e inclusive, algunos te ofrecen el hospedaje totalmente gratis, con la condición de que pongan su LOGO en tu sitio. Esta es una dirección que te ofrece un trato atractivo, <http://www.freewebsites.com/> .

Seguro puedes encontrar muchas más si utilizas un buscador con las palabras *free website hosting*.

2. Herramientas para construir un sitio web.

Existen programas que te permiten construir con mucha facilidad el sitio web, pero antes de ponerte manos a la obra, necesitas tomar una hoja de papel y diseñarlo. Algo así como si fuera un organigrama de una compañía. Piensas en la página principal y en cuantas páginas secundarias quieres que estén ligadas con la página principal. Piensa en sencillez.

Una vez pensado, todavía tienes que considerar un detalle más. Existen dos tipos de sitios web: los dedicados a información y los dedicados a vender, aunque se puede argumentar que el tercer tipo vendría siendo uno combinado, como el mío por ejemplo: www.neuromanagement.net. Más adelante, consideraremos una serie de características para diseñar un sitio web de manera hipnótica.

Por el momento, lo que quiero que hagas es que diseñes el primer borrador de tu sitio web y que empieces a aprender a hacerlo. ¿Qué necesitas? Mucha creatividad, deseos, impulso y un software de diseño, como por ejemplo:

[Frontpage de Microsoft](#). Unos \$250.00 US.

[GoLive de Adobe](#). Como \$350.00 US

[Macromedia de Dreamweaver](#) \$500.00 US.

Y ahora, los gratuitos:

[Si sabes de código html, 1st page](#). Este último, además de ser gratuito, tiene cuatro niveles de dificultad, desde el más neófito hasta el más avanzado, pero está totalmente en inglés.

[Amaya](#). Muy adecuado, pues no necesitas conocer de código html.

[Mozilla](#). Otro software gratuito, que no requiere que sepas html.

[Netscape](#). Más de lo mismo.

Inclusive, acabo de ver en una tienda de SAM'S club un paquete en español que se veía muy decente especialmente diseñado para construir sitios web, que no requiere tampoco de que conozcas código html. ¿Su precio? Poco menos de \$500.00 pesos. Si eres socio de SAM'S, ve por él, si no lo eres y quieres que yo te lo compre, solamente dímelo a mi mail negociosporinternet@neuromanagement.net y con gusto te lo consigo.

Una opción siempre existente es la de contratar a alguien especializado en diseño de sitios web, inclusive universitarios que están aprendiendo y que no cobran mucho por el servicio. Pero primero (y esta es la tarea) diseña tu sitio web en papel, me lo envías, decides que herramienta usar ó cómo la vas a diseñar, lo diseñamos, lo subimos a la red y, a afinar todos los detalles para hacerte exitoso en la Red de redes, la www.

Desde luego, antes de esto, ya debes de haber comprado tu dominio y haber escogido un hospedaje, aunque sea de los gratuitos. No pospongas nada de lo

que te estoy pidiendo. Prefiero posponer el envío de la siguiente lección hasta que tengas todas tus tareas terminadas. Un paso a la vez:
“El camino más largo, empieza por el primer paso”. Confucio

Anexo 1: ejemplo de diseño de un sitio web.

