

Paso 1.

El Cliente/ héroe/ protagonista

- El primer paso es definir que es lo que quiere tu cliente con respecto a tu empresa, productos o servicios, como se ve hoy u como se ve en un futuro.
- Imagina es tu primera cita, si te la pasas hablando de ti todo el tiempo y te quieres casar de inmediato lo mas probable es que tu cita salga corriendo.
- Haz una lluvia de ideas y decide de todas ellas cual es la que mas hace sentido y la que vas a seguir en todo tu ScriptMarketing.
- Si te es posible haz algunas entrevistas con tus clientes actuales y averigua porque te compraron, que les resolviste y que todavía les duele que podrías resolverles actualmente.
- No olvides piensa en un solo cliente, ponle nombre apellido, diseña y crea todo para el.
- Logra entender muy profundamente a tu cliente, ya que de manera subconsciente estarán buscando empresas que los entiendan y con las que se identifiquen.
-



Dedícale 1 día



Desconéctate
de Emails



Desconéctate
del teléfono



Investiga y
conecta

¿Qué es lo que quiere tu cliente de tus productos o servicios? Lluvia de ideas

¿Cómo se ve actualmente tu cliente?

¿Cómo se quiere ver en el futuro?

¿Qué es lo que quiere tu cliente de tus productos o servicios? Decisión

Paso 2.

Tiene un problema

- Define claramente el problema de tu cliente, de otra manera no será relevante para el y se ira con el que si lo sea.
- La historia se da cuando hay una crisis que se da por distancia entre su situación actual y su situación deseada.
- La crisis genera un conflicto, si logras comunicarte bien te verán como una autoridad confiable que les puede dar solución.
- Las compañías normalmente sólo ofrecen soluciones a los problemas externos, si entiendes los tres podrás llegar con una solución a todos.
- Los problemas externos son normalmente financieros, físicos, son medibles.
- Los problemas internos son normalmente sentimientos, miedo, temor, duda, desesperación, etc.
- Los problemas personales/ideología son conflictos que se tienen como, se espera de mi tal cosa debo poder hacerla, no se como pero me da pena pedir ayuda, esto no funciona ya me lo han dicho.
- Todos los problemas externos son reflejo de un interno.



Dedícale 1-2 días



Desconéctate
de Emails



Desconéctate
del teléfono



Entrevista con
los clientes

¿Qué problema EXTERNO resuelve tu empresa?

¿Qué problema INTERNO resuelve tu empresa?

¿Qué problema PERSONAL/IDEOLOGIA resuelve tu empresa?

Paso 3.

Conoce un Guía que lo entiende y sabe como ayudarlo

- Como hemos mencionado, si bien el guía no es el héroe si es el personaje más fuerte en la historia y eso se debe plantear y hacer ver.
- Debes posicionarte como guía y no como héroe, si lo haces vas a competir con la historia de tu cliente, se generará fricción y muy probablemente se alejen de ti.
- Se debe expresar empatía, que sabes lo que le pasa, sabes como se siente, has recorrido el camino y sabes como ayudarlo.
- Se debe mostrar y establecer autoridad, mostrando estadísticas, testimonios, casos de éxito, respaldo. Pero si muestra demasiada autoridad te puede hacer sonar como que tu eres el héroe.



Dedícale 2-3 días



Desconéctate
de Emails



Desconéctate
del teléfono



Entrevista con
los clientes

Obtén de tus clientes 3 Testimonios

--	--	--

Estadísticas, éxitos, validaciones

--	--	--	--

Declaración de empatía, ¿Qué le puedes decir para mostrarle lo entiendes, que has pasado por ahí, que conoces el camino?

--

Paso 4.

Que tiene un plan para él

- La idea del plan es crearles una ruta mental de donde están ahora y el camino que deben seguir para llegar a donde quieren estar.
- El plan debe ser congruente con su problema y tus productos o servicios para que les puedas proveer seguridad y confianza.
- Puedes decidir hacer un plan o un acuerdo y en algunos casos ambos.
 - ✓ Plan: Son pasos o un proceso que le da claridad al cliente de que camino debe tomar, lo recomendable es entre 3 y 5 puntos, más de eso puede generar confusión y ansiedad.
 - ✓ Acuerdo: Son compromisos que haces con tu cliente para entregarle valor, es una promesa y se presenta con una serie de puntos. Lo más común es un acuerdo de 5 o 10 elementos.
- Crea tu plan con la idea central de eliminar el riesgo y miedo que el cliente siente al evaluar comprar tus productos o servicios,.



Dedícale 2 días



Desconéctate
de Emails



Desconéctate
del teléfono

Nombre del proceso o Plan:

Paso 1	Paso 2	Paso 3
Paso 4	Paso 5	Producto o servicio

Nombre del Acuerdo o Compromiso:

1	6
2	7
3	8
4	9
5	10

Decide tomar acción

- Haz una lluvia de ideas y elije entre 3 y 5 elementos no uses demasiados, tu cliente potencial podría no creerte.
- Tiene que saber que es lo que le espera si toma acción y decide ejecutar el plan.
- Hazle sentir como se sentiría el final del plan.
- Da respuesta a su problema en los elementos de éxito que le ofreces.
- Muéstrale como sería su vida una vez que use tus productos o servicios.
- En la medida de lo posible usa emociones y sentimientos.
- Demasiados aspectos positivos te convierte en el héroe y habrá fricción con el cliente y la historia que le has venido contando.



Dedícale 2-3 días



Desconéctate
de Emails



Desconéctate
del teléfono



Revisa todo tu
ScriptMarketing

¿Qué le espera a tu cliente potencial, cómo se va a sentir, cuál sería el resultado esperado? Pon todas las ideas que te vengan en mente

--

Elije sólo 5 ideas, puedes agruparlas para ser más sólido, pero deben ser muy claras y realmente creíbles
