

FRASES MÁGICAS

TITULARES PODEROSOS
QUE ENAMORARÁN A TUS CLIENTES



 **LQ AGENCY**
AGENCIA DE PUBLICIDAD

INFORMACIÓN LEGAL

Las imágenes mostradas en este ebook pertenecen sus respectivos dueños, y son utilizadas con el unico fin de ilustrar la información compartida con todos ustedes.

CAPITULO 1

NUESTRO CLIENTE IDEAL

FRASES MÁGICAS

¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE IDEAL?

Un Cliente Ideal es **aquel que encuentra la solución PERFECTA a su problema o necesidad, en los servicios o productos que brinda su empresa.** Si ya posees una empresa funcionando, éstos suelen ser sus clientes más rentables, esos que le generan el grueso de tus ingresos

CUALES SON LOS BENEFICIOS DE ATRAER A LOS CLIENTES QUE QUEREMOS



Un Cliente Ideal **está más que satisfecho con sus productos y/o servicios** porque solucionan perfectamente su problema o necesidad.



Al sentirse tan satisfecho, **no le generan inconvenientes, no tiene que lidiar con devoluciones o discusiones** innecesarias que no le hacen nada bien a usted, ni a tu Negocio.



Generalmente, **son tus clientes más rentables.** Pues no **discute el precio, no se atrasa en los pagos.**



Recomienda su empresa en CADA oportunidad que se le presenta.

FRASES MÁGICAS

DEFINIENDO A NUESTRO CLIENTE IDEAL

Ahora que ya sabemos la importancia de conocer a nuestro cliente ideal, aprendamos las preguntas mágicas que debemos realizar para poder definirlo:



- ¿Es hombre o mujer?
- ¿Tiene hijos?
- ¿Dónde vive?
- ¿Cuánto dinero gana al mes?
- ¿Cómo es su casa?
- ¿Cuáles son sus aficiones?
- ¿Qué le provoca insomnio?
- ¿Qué es lo que más desea?
- ¿Qué es lo que necesita?
- ¿Es analítico o impulsivo a la hora de comprar?
- ¿Se deja guiar por las modas o es muy independiente en ese aspecto?

Date el tiempo de crear el tipo de cliente que quieres para tu negocio, ponle nombre y define su aspecto, descubre ¿Cómo siente? , ¿Qué le duele?, ¿Cómo lograrás conquistarlo?

CAPITULO 2

PROPUESTA UNICA DE VALOR

FRASES MÁGICAS

¿Y TU QUE LES OFRECES A TUS CLIENTES?

Una vez que hemos definido el cliente que queremos atraer, debemos cuestionarnos el por que nuestro cliente ideal nos contrataria a nosotros y no a nuestra competencia, realmente que les ofrecemos que nos hace únicos ante la competencia , a esto se le llama propuesta única de valor.



Tu Cliente se ira con quien le ofrezca la mejor propuesta de valor que satisfaga sus necesidades. ¡NUNCA LO OLVIDES!

FRASES MÁGICAS

¿CÓMO ELABORAR UNA PROPUESTA DE VALOR ÚNICA?

La mayoría de clientes antes de decidirse, visitan entre 4 o 5 ofertas similares. Si quieres que tu oferta destaque frente a la de los competidores en la fase de investigación debes diseñar una propuesta de valor única.



Si no encontramos nada que nos haga únicos, debemos resaltar algo que a nuestros clientes les importe mucho. La clave está en cómo transmites a tu cliente el valor que ofreces, pues este en su subconsciente analiza:

- Los beneficios que le aportas
- Lo que le cuesta
- La credibilidad de tu mensaje

Dado que normalmente, no tenemos un único beneficio a demostrar sobre nuestra empresa o productos, debemos utilizar diferentes elementos que las prueben.

Estos y otros elementos nos pueden ayudar a reforzar nuestro mensaje:

Envío gratis, envío rápido (en 24h)
Sin contratos / cancelación gratis
Múltiples licencias / 30 días de prueba
Garantía de devolución / sellos de garantía
Personalizado

FRASES MÁGICAS

CARACTERÍSTICAS QUE TE AYUDARÁN A DISEÑAR TU PROPUESTA ÚNICA DE VALOR

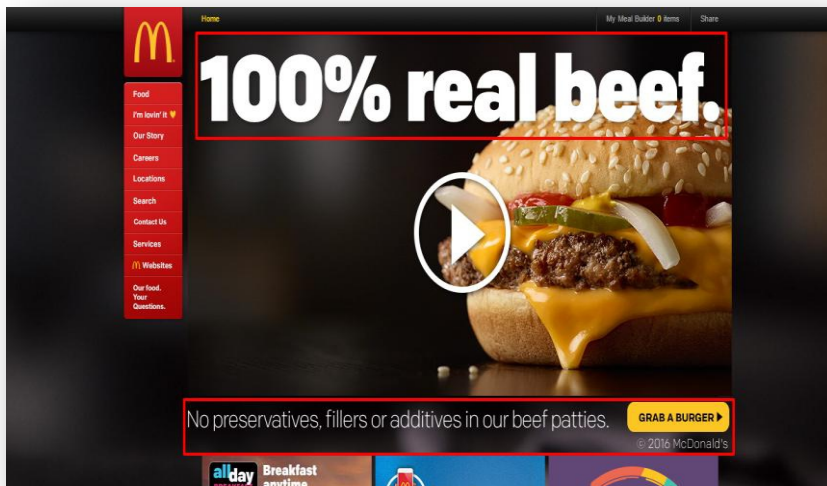


1. **Clara.** Debe dejar claro por qué debemos comprarte a tí en vez de tu competencia.
2. **Empatizar con tu cliente.** Debes entender las necesidades y deseos de tu mercado para formular una propuesta que nos resulte atractiva.
3. **Listar beneficios.** Debe identificar lo que es valioso para los clientes y mostrarse en los productos o servicios.
4. **Simple y entendible.** Debe ser simple y fácilmente entendible por los clientes.
5. **Te hace único.** Debe destacar lo que te hace único y diferente de los competidores.
6. **Credibilidad.** Debe ser creíble.
7. **Rentable.** Debe ser rentable, pues los negocios no viven del aire.
8. **Conectar con el cliente.** Debe conectar con el cliente, mostrando otras experiencias para que se sienta identificado.
9. **Llamada a la acción.** Debe tener una llamada a la acción clara que seduzca y despierte el deseo a la compra de los clientes.

FRASES MÁGICAS

EJEMPLOS DE PROPUESTAS UNICAS DE VALOR

PROPUESTA DE VALOR: 100% REAL BEEF



McDonald's tiene todo tipo de servicios, ofertas, productos, menús, etc pero solo se centra en que sus hamburguesas son 100% carne de vacuno. Han identificado que la calidad (por la que continuamente se les cuestiona) es una preocupación muy seria para sus consumidores y solo se centran en ofrecer la que ellos consideran mejor.

Si estuviste alguna vez en la isla que vende shampoo en el supermercado, lo has visto. Allí hay, literalmente, cientos de marcas de shampoo para elegir. Entonces, cuando ves la marca Head & Shoulders, ¿por qué habrías de distinguirla de las otras?. Todo el mundo se da cuenta y la distingue, porque el público segmentado relaciona a Head & Shoulders con cueros cabelludos secos y escamosos: gente con caspa. Y eso hace la diferencia de esa campaña. Sin ese poder contra la caspa, Head & Shoulders sería nada más que otro shampoo del montón.

PROPUESTA DE VALOR: "CABELLO HERMOSO Y HASTA 100% LIBRE DE CASPA"



CAPITULO 3

BENEFICIOS VS CARACTERISTICAS

FRASES MÁGICAS

BENEFICIOS VS CARACTERÍSTICAS

Debes saber que si actualmente generas tus anuncios mostrando solo las características del mismo, es la razón principal por la que no estas vendiendo absolutamente nada. Hay un dicho que dice: “La gente no quiere comprar taladros, quiere comprar agujeros” al que podríamos agregar “No compramos perfume, sino seducción” y es justamente ese enfoque de vender soluciones el que tienes que adoptar para redactar sus propios textos.

CARACTERÍSTICAS	BENEFICIOS
El auto rinde 18km por litro	Al adquirir este auto ahorraras dinero, obtienes una forma económica de transporte
El auto tiene pintura que previene la oxidación	El auto durará mas tiempo y no tendrá un valor mas al venderlo en unos años.
El auto es color naranja	Por seguridad es el color mas fácil de ver y es poco probable que alguien se impacte con el auto por no haberlo visto
El auto tiene 6,000 caballos de fuerza.	Tiene una extraordinaria aceleración capaz de ayudarte a salir de situaciones de peligro.

CAPITULO 3

PALABRAS MÁGICAS

FRASES MÁGICAS

9 PALABRAS MÁGICAS CON LAS QUE CAUTIVARAS A TUS CLIENTES

1

Fácil: Lo fácil es sencillo, sin complicaciones, sin desgaste, sin problemas. Todos buscamos hacernos la vida más fácil y con menos obstáculos.

Gratis: Aunque bien sabemos que no hay nada gratis en la vida, esta palabra nunca pierde fuerza. Muchos mercadólogos la consideran como la más poderosa para vender. El problema es que muchas veces lo que se anuncia como gratis no tiene nada de gratis, y esto genera molestia. Si vas a decir que algo es gratis, cúmplole.

2

3

Remate: Es más fuerte que "descuento" o "rebaja", y es más dramática. Otra palabra similar que casi no se ha usado pero que puede ser muy impactante es "ganga".

Garantizado: Es como si subrayaras tu promesa; es un énfasis de seriedad y un sello de confianza. Lo que está garantizado "funciona porque funciona".

4

FRASES MÁGICAS

5

De inmediato: Esta expresión es mejor que "al instante", que se ha usado mucho últimamente. Y es que "al instante" suena como algo mágico, como si se tratara de sacar a un conejo de un sombrero de la nada. En cambio, la expresión "de inmediato" es más confiable y genera un **vínculo con la acción que buscamos del consumidor**. Cuando la persona hace una llamada o visita a un distribuidor o realiza una compra, "de inmediato" recibirá el beneficio.

Mejor: Todos queremos mejorar en algo. Buscamos un mejor ingreso, una mejor salud, una mejor casa, una mejor vida. Por ello que esta palabra goza de tanta efectividad. Llega al fondo de muchas de nuestras necesidades más profundas.

6

7

Nuevo: La esperanza por lo nuevo es una cualidad universal del ser humano. A través de los siglos y los continentes, siempre hemos creído que el mañana será mejor. Ansiamos un nuevo día, un nuevo año, un nuevo comienzo. Curiosamente, el amarillo es el color que más rápido captan nuestros ojos, quizá porque es el color del sol que a diario nos anuncia cosas nuevas.

Poderoso: El poder es algo que todos buscamos. Poder para influir en nuestro mundo, para dominar la naturaleza, para superar las amenazas del medio ambiente. Algo poderoso es como un amuleto que transmite su fuerza a nuestra persona, ya sean espadas, anillos, coronas o detergentes.

8

FRASES MÁGICAS

9

Tú: En la publicidad tienes que hablarle a alguien. Y como bien lo saben los locutores de radio cuando se dirigen a sus radioescuchas, no dicen "todos ustedes", sino "tú, que nos escuchas desde tu auto". **Mientras más personalizada sea tu intención, más impacto generarás.** Si además utilizas el nombre de tu interlocutor, mejor aún. Por eso en las ventas es bueno usar el nombre de nuestro cliente con frecuencia, ya que fortalece el vínculo y la confianza entre quien vende y quien compra.

MAS PALABRAS PODEROSAS

Secreto, Ahora, Hoy,
Comprobado, Ganador,
Resultados, Hechos, Regalo /
Obsequio, Divertido,
Impresionante, Potente, Exitoso,
Antojo, Haz, Más, Ahorra,
Descubre, Increíble, Mira,
Encuentra, Cosecha, Diferente,
Completamente, Facilísimo,
Simplificado, Aprobado,
Entregado, Auténtico, Legítimo,
Último, De por vida, Incondicional,
Verdadero, Chile, A tiempo, Surge,
De repente, Alto, Ya no, No más,
Urgente, Confidencial, Sexo,
Hermoso,

PALABRAS QUE DEBES EVITAR

Características, Paradigma,
Restricciones, No aplica, Excepto,
Básicamente, Presentación,
Sentidos, Viaje, Experiencia,
Consecuencia, Dama, Caballero,
Operación, Funcionamiento,
Permítame, Porción, Realidad,
Ustedes, Cliente, Consumidor,
Comercial, Contenido, Calidad,
Costo, Intentamos, Procuramos,
Nos interesa, Muy importante, Sin embargo,
Expectativas,
Estratégico, Afortunado, Tal vez,
Compra, óptimo, Amigo/ a,
Únicamente, Tradicional, No.

CAPITULO 5

TIPOS DE TITULARES

FRASES MÁGICAS

1. PROMETEN BENEFICIOS PERSONALES.

Hay ciertos productos que encajan perfectamente en este tipo de discurso de venta, los productores de perfumes y cosméticos, no venden cremas de caroteno, venden belleza, juventud y sensualidad.



2. OFRECEN CONSEJOS ÚTILES.

Las personas nos sentimos atraídas por los titulares que nos dicen cómo alcanzar ciertos objetivos. Preferimos aquello que nos ofrezca información útil

An advertisement for Nescafé Protect. The title is 'UNA RICA FORMA DE AYUDAR A RETRASAR EL ENVEJECIMIENTO'. Below the title, there is a paragraph of text: 'Siempre eres una persona activa y te gusta sentirte para verte bien y sentirte joven, así que no dejes algunas vitaminas, la recomendación NESCAFÉ PROTECT...'. There is a list of benefits: 'BIOEFICACIA Y BIODISPONIBILIDAD', 'No te sientes con hambre, ni ganas de comer, ni ganas de dormir, ni ganas de ir al baño...', 'Te ayuda a sentirte más joven y saludable...', 'Te ayuda a sentirte más activo y saludable...', 'Te ayuda a sentirte más joven y saludable...'. There is an image of a Nescafé Protect container and a cup of coffee. At the bottom, there is the Nescafé logo and the text 'NESCAFÉ'.

FRASES MÁGICAS

3. ANUNCIAN PRODUCTOS NUEVOS.

Esta técnica es usada en situaciones específicas, cuando se lanza un nuevo producto con nuevas características que lo hacen mejor que su antecesor, y que en muchos casos esas características no son visibles o palpables. La fascinación por lo nuevo está basada en una idea muy arraigada en las personas, de que todo lo nuevo es necesariamente mejor que lo anterior.



4. SE DIRIGEN AL PÚBLICO OBJETIVO.

Las personas nos sentimos atraídas por los titulares que nos dicen cómo alcanzar ciertos objetivos. Preferimos aquello que nos ofrezca información útil



FRASES MÁGICAS

5. DESPIERTAN LA CURIOSIDAD DEL PÚBLICO.

Este tipo de titulares funcionan como un anzuelo para los lectores, lanzan preguntas o frases inacabadas que despiertan la curiosidad en el lector por seguir leyendo el resto del texto. La efectividad en estos titulares se logra al crear una conexión con el texto complementario y así lograr convencer al lector; de otra manera, la publicidad fallara



"TACONES, ¿VANIDAD O SALUD? ME QUEDO CON LAS DOS"

Las mujeres que piensan así de natural, merecen un producto de origen 100% natural para sus piernas

Antostat Forte

1 tableta al día ayuda a reducir los molestos e puntas de la cuarta rodilla

Incluye:
- Dosis
- Puntos
- Puntos de apoyo

Antostat Gel y Spray refrescantes

Productos para el cuidado de las piernas

Antostat
Antostat
Antostat
Antostat

CONSUÉLTASE A SU MÉDICO. SALUD ES BELLEZA.
Tel: 407 307 1000020100700

CAPITULO 6

TITULARES EXITOSOS

FRASES MÁGICAS

CÓMO ESCRIBIR UN TITULAR EFICAZ... ¡AUNQUE NUNCA HAYAS ESCRITO UNO EN TU VIDA!

Dile a tus lectores qué es lo que tu producto/servicio va a hacer por ellos.

Haz una promesa que sea creíble — sé específico. Piensa quiénes son tus clientes y escribe solamente para ellos.

No uses palabras o frases que no usarías al hablar — usa el lenguaje que todo el mundo conoce así todos podrán entenderte. Aún a la gente “bien educada” no le importa que utilices lenguaje simple. Sin embargo éste es el único lenguaje que otros van a comprender. (¡y también pueden llegar a ser buenos clientes!);

Usa un subtítular — El subtítular crea un puente entre el titular y el resto de tu anuncio.

NO ESCRIBAS TODO TU TITULAR EN MAYÚSCULAS PORQUE ES MAS DIFÍCIL DE LEER.

Usa “comillas” — Estudios han demostrado que incrementan la lectura de los anuncios.

Escribe en tiempo presente siempre que sea posible — Tiene mucho más impacto.

FRASES MÁGICAS

EJEMPLOS DE TITULARES EXITOSOS

Las siguientes fórmulas son invaluable, casi mágicas. Te ayudarán a escribir un titular con muy poco esfuerzo.

Esto es lo que dicen los expertos.

Cuatro Ruedas dice, “¡Increíble! *Bronco 3000* tiene toda la funcionalidad de un auto familiar por excelencia, pero cuesta solo un poco más que una motocicleta.”

Sabías que...

¿Sabías que las mujeres de hoy tienen un 40% de probabilidad de vivir hasta los 120 años?

¿Cuándo fue la última vez...?

¿Cuándo fue la última vez que te tomaste unas largas vacaciones?

Aunque tú...

Aún si consideras que tu posición en el mercado es inalcanzable, deberías hacerte la siguiente pregunta, “¿Hay algún competidor que está empezando a pisarme los talones?”

¡Buenas noticias!

¡Buenas noticias! El producto que compras todos los meses está de oferta.

FRASES MÁGICAS

Tú lo quieres. Nosotros lo tenemos.

¡TÚ LO QUIERES Y NOSOTROS LO TENEMOS!

La mejor selección de comidas y bebidas importadas está ahora a tu alcance.

Haz una pregunta provocativa.

¿Estás tomando las mejores decisiones para el crecimiento de tu empresa en este clima económico inestable? ¿Estás seguro?

Porque eres quien eres, quizás recibas atención especial.

Nuestros registros indican que quizás califiques para una suscripción honoraria a *Mundo Submarino*...

El cuestionario.

¿Cuál de los siguientes tres enunciados sobre tu perro es verdad?

¿Qué habría pasado si...?

¿Qué habría pasado si hubieras comprado acciones de *Microsoft* a mediados de los años 80?

¿Estás pagando mucho?

¿Estás pagando mucho por tu electricidad? Es muy probable, si tu cuenta es más grande que la de estos satisfechos clientes en tu área.

EBOOK GRATUITO

CONTÁCTANOS

☎ 5587931786 📞 5529059621

WWW.LQAGENCY.COM