

Gurú MARKETING Digital

Práctico y de Bajo Presupuesto



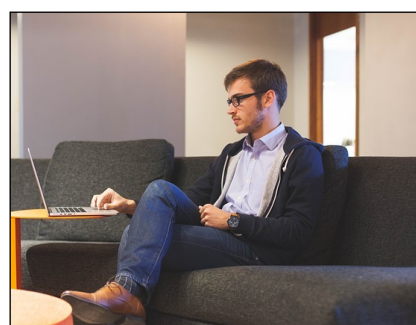
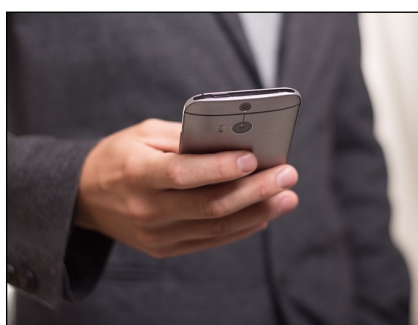
El cambio en la forma en que las personas compran negocios ha creado una de las más grandes oportunidades de negocios en años. Conviértete en el primario punto de venta de tu cliente, genera nuevas formas de ganancias y deja de cambiar tu tiempo por cuotas.

***Gurú Marketing Digital es el único método creado para pequeñas empresas de hacer sistemática, dinámica y práctica un plan de mercadotecnia para mantener un crecimiento sostenido.
Lo mejor de todo es que el éxito se mide en ventas tangibles.***

Un poco de verdad...

Digamos las cosas claras, como dueño de negocio, estás realmente en la industria del marketing. El problema para la mayoría de PyMES es que sufren del síndrome de la “idea semanal de marketing” en vez de enfocarse sistemáticamente al problema del marketing para pequeños negocios. No estoy hablando de grandes presupuestos, sino enfocar tus esfuerzos en acciones que funcionen tanto a corto, como a largo plazo.

Saber sistematizar tu marketing con pocos esfuerzos es una de las principales cualidades de los “Emprendedores” de ahora y eso lo logras a través de una sencilla labor de comprender el marketing tanto a nivel conceptual, cómo a nivel práctico.



Con más de 17 años de experiencia en ayudar a PyMES, despachos y freelancers a mejorar su marca; vi que muy pocas personas entienden de verdad el potencial de muchas de las herramientas que ahora son gratuitas y/o desatienden sus esfuerzos fuera de la web sin entender que el marketing más que un secreto o “idea del día” es un sistema que se puede autoregular, crecer y aplicar a cada negocio que busquemos.

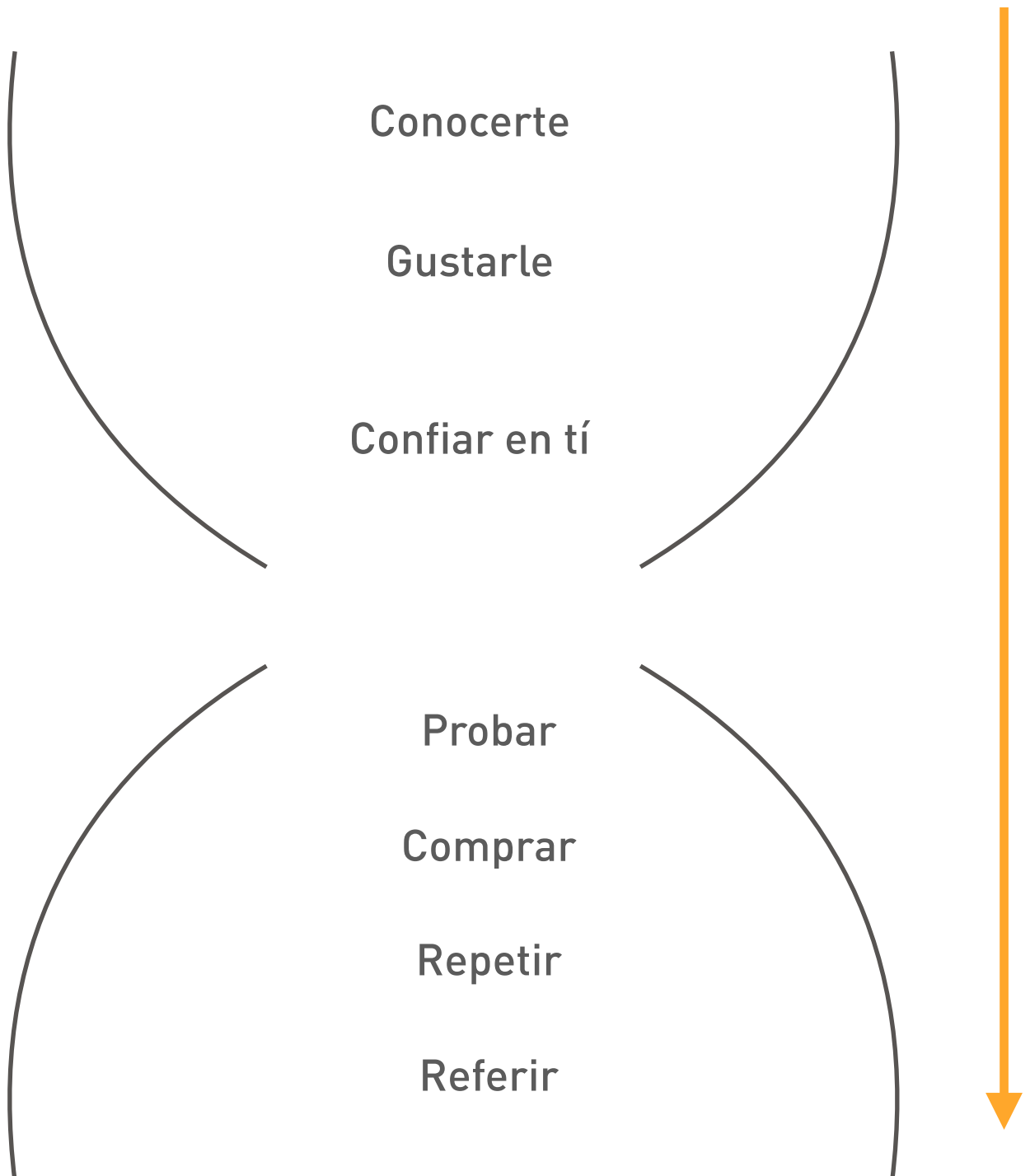
Con el sistema de Gurú Marketing te aseguro que no importa el giro de tu empresa, la temporalidad o el presupuesto que tengas, podrás mejorar tus ventas desde la primer semana, sólo necesitas poner atención, abrir la mente y entender que con sólo dedicarle de 1 a 2 horas diarias podrás tener un sistema de marketing que trabaje para ti.

“Deja de cazar clientes, haz que tus clientes audicionen para trabajar contigo.”

Suena a algo sacado de un manicomio, pero no lo es, lo he visto durante muchos años y muchas empresas. El sistema para triplicar tus ventas en menos de un año y tener un crecimiento sostenido existe y está aquí.

Resultados Tangibles

Generalmente demasiados negocios intentan que el cliente primero los CONOZCA y luego COMPRE o ADQUIERA el producto y/o servicio, por eso es tan complicado y a veces imposible. Con el Sistema de Gurú Marketing tendrás la certeza de que cada cliente **"califica"** para trabajar contigo. para lograr esto entendemos que la definición de mercadotecnia es: **"hacer que alguien que tiene una necesidad o cree tenerla te conozca, le guste y confíe en tí"** –Con la clara intención de transformar esas tres acciones en **probar, comprar, repetir y referir**-. La clave es esa y sólo así lograrás dejar de salir a cazar.



Timeline Gurú Marketing

El tiempo para poder impartir todo el Sistema de Gurú Marketing es de 5 meses con evaluaciones y crecimiento sostenido sobre las mismas, sin embargo desde la primer sesión se empezará a implementar conceptos a tu marca y empresa para crear los cimientos de un sistema de marketing que trabaje para ti.

A continuación podrás ver el timeline del sistema cada cuadro es una semana y cómo se hará la implementación de la misma. Por sesión se necesitan 2 horas para la impartición y una hora y media de evaluación y seguimiento de temas pasados.

¿Donde estoy? PARTE 1 Temas 1 y 2	Mensaje de Merca Temas 3 y 4	Imagen y Construcción del camino Tema 5	Comunicando Temas 6 y 7	Presencia Web y Merca en la empresa Temas 8 y 9
PARTE 2 CONVERSIONES Temas 10, 11, 12, 13	Publicidad Efectiva Temas 14 y 15	Cartas De Venta Y Copywriting Temas 16, 17, 18, 19, 20 y 21	Pensar en pequeño y Correo Bultoso Temas 22, 23, 24	Inicios al RP Temas 25, 26 y 27
RP en Forma Temas 28, 29 y 30	Referencias Temas 31 y 32	Conversiones Tema 33 y 34	Conversiones Tema 35, 36, 37, 38 y 39	Plan de Merca Tema 40 y 41
Plan de Merca Tema 42	Plan de Merca Tema 42	EVALUACIÓN ROI, RATIO, LEADS	CALENDARIO	

Para más información de que contiene cada tema y su desarrollo puedes consultar el temario.

Características	Sistema Gurú Marketing Digital	Sistema Gurú Marketing Presencial Público	Sistema Gurú Marketing Presencial VIP 50% descuento
Formato	100% en línea	Presencial	Presencial
Sesiones	1 sesión grupal semanal (2h Q&A)	1 sesión semanal (3-4h)	1 sesión semanal o quincenal (2-3h)
Interacción / Mentoría	Sesión Q&A grupal en vivo	Mentorías en subgrupos, expertos invitados	Asesoría grupal durante la sesión
Recursos entregados	Plantillas y archivos digitales	Presentaciones de expertos	Plantillas, archivos digitales, casos prácticos en vivo
Garantía	Sin garantía	Garantía 1 año	Garantía 1 año
Comunidad / Networking	Grupo en línea privado (opcional)	Chat privado con consultores, grupo exclusivo	Reuniones de networking presenciales
Valor añadido	Acceso a materiales online, flexibilidad de horario	Ambiente VIP, mayor cercanía con expertos.	Interacción cercana con el facilitador y casos prácticos
Precio Público	\$12,500	\$25,000	\$12,500
Cupo Límite	Hasta 20 participantes en línea	7-14 participantes	7-14 participantes

Temario Gurú Marketing Digital

PARTE 1

Conocerte, gustarle, confiar en ti y mucho más.

1. Estrategia antes que tácticas

1.1. Un CÓMO, no un QUÉ

- 1.1.1. Decide quién importa
- 1.1.2. Se Diferente
- 1.1.3. Une los puntos

1.2. Fusiona tácticas en línea y fuera de línea para Máximo Compromiso

- 1.2.1. Descubrimiento: ¿Qué buscan tus prospectos locales?
- 1.2.2. Contenido: Educa sobre tus productos y servicios y no olvides salir de tu sitio web a directorios, mapas, redes sociales que lleven visitas a tu sitio.
- 1.2.3. Compromiso: Convierte las miradas en visitas en tu tienda: Demostraciones, talleres, sesiones de información.

1.3. Características de un negocio seguro

- 1.3.1. El dueño es el cliente
- 1.3.2. El Mercado entiende la oferta
- 1.3.3. El Mercado ya gasta dinero aquí
- 1.3.4. Es una innovación que simplifica
- 1.3.5. NADA es INTOCABLE

2. Descubre a tu fan: Deja de trabajar con Personas que no Valoran tu Trabajo

2.1. El prospecto ideal

2.2. Conoce tu historia

- 2.2.1. Rentabilidad ante todo
- 2.2.2. Identifica los que te dan como referencia
- 2.2.3. Estudia los datos demográficos
- 2.2.4. Investiga el comportamiento de tus clientes: Atraer clientes en vez de cazarlos
- 2.2.5. Crea un boceto biográfico

2.3. Social Media para agregar información valiosa

2.4. ¿Cuál es el problema?

2.5. Ubicación + Ubicación = Ubicación

2.6. Cómo los clientes hacen sus DECISIONES DE COMPRA: Juntas, comités, impulsos

2.7. Encuentra la mejor manera de alcanzar a tu cliente

2.8. El factor de Valor: Cómo cobrar PREMIUM

2.9. ¿Es un mercado viable?

- 2.9.1. ¿Es el mercado lo demasiado grande para soportar mis objetivos de crecimiento?

-
- 2.9.2. ¿Puedo promover fácilmente mi negocio a las personas que toman las decisiones?
 - 2.9.3. ¿Este mercado valora suficiente lo que hago para pagar PREMIUM?
 - 2.10. Piensa en SENCILLO, no SIMPLE
 - 2.10.1. Simplifica tu mercado, sólo enfócate en uno o dos mercados
 - 2.10.2. Visualiza CLIENTES REALES = PERSONAS
 - 2.11. Varios Segmentos
 - 2.11.1. ¿Todavía no tienes a tu FAN?
 - 2.11.1.1. ¿Ellos QUIEREN lo que tengo o HAGO?
 - 2.11.1.2. ¿Valoran lo que HAGO?
 - 2.11.1.3. ¿Valoran lo suficiente lo que hago para pagar PREMIUM?
 - 2.12. El perfil de tu FAN: Prospecto Ideal
 - 2.12.1. Descripción Física + Lo que quieren + Su problema + Cómo compran + La mejor manera de comunicarse = FAN
 - 2.13. Con el perfil adecuado convierte tus llamadas de ventas en audiciones de clientes.
 - 2.14. Bases de datos de Merca (CRM)

3. Descubre tu MENSAJE de Merca

- 3.1. Sobresal del montón
- 3.2. Sal de la idea que eres un PRODUCTO o SERVICIO que adquirir
 - 3.2.1. No es CALIDAD, PRECIO ni SERVICIO
 - 3.2.2. ¿Cómo HACES NEGOCIO?
- 3.3. El proceso de crear tu MENSAJE DE MERCA
 - 3.3.1. Descubre, captura y comprométete a una posición.
 - 3.3.2. Crea tu **declaración de propósito de merca**
 - 3.3.3. Moldea un simple MENSAJE para usar en toda tu Merca
- 3.4. Modos de capturar la Diferencia
 - 3.4.1. Una garantía ASOMBROSA
 - 3.4.2. Producto ASOMBROSO
 - 3.4.3. Servicio EMPAQUETADO
 - 3.4.4. Nicho de MERCADO
 - 3.4.5. OFERTA única
 - 3.4.6. Resuelve un PROBLEMA Universal
 - 3.4.7. Una HISTORIA de valor y de agregar valor a tu FAN
 - 3.4.8. Desarrolla un hábito único
 - 3.4.9. Ofrece servicio al cliente PREMIUM
 - 3.4.10. Crea una ventaja sobre la competencia
 - 3.4.11. Encuentra una manera ÚNICA DE HACER NEGOCIOS
 - 3.4.12. Adopta una Personalidad Memorable
- 3.5. Tus clientes saben más de TÍ
- 3.6. Mira a la competencia por pistas
- 3.7. Lo que realmente VENDES
- 3.8. Tu **declaración de propósito de merca**
- 3.9. ¿Ya identificaste al enemigo o causa?
- 3.10. El audio-LOGO
- 3.11. Cómo comunicar la diferencia

4. Una imagen para contar tu MENSAJE de Merca

- 4.1. Los elementos de la identidad
- 4.2. El papel de tus elementos de identidad
- 4.3. ¿Qué hay en el nombre?
- 4.4. ¿Qué dice tu logo?
- 4.5. ¿Puedes tener una metáfora visual?
- 4.6. Busca ayuda profesional
- 4.7. ¿Cómo colaborar con un profesional gráfico? / Brief Profesional
- 4.8. Los estándares de tu identidad
- 4.9. Procesos como una herramienta de Merca
- 4.10. Una auditoría a tu identidad

5. Productos y Servicios para cada PASO del desarrollo de CLIENTE

- 5.1. Una manera distinta de ver Productos y Servicios
- 5.2. Las etapas del cliente definidas
 - 5.2.1. Sospechosos
 - 5.2.2. Prospectos
 - 5.2.3. Clientes
 - 5.2.4. Clientes que repiten
 - 5.2.5. Fans
- 5.3. El embudo de Merca
- 5.4. El embudo de Merca de cabeza - El Reloj de Arena
- 5.5. Ofertas de Merca por etapas
 - 5.5.1. Sospechosos
 - 5.5.2. Prospectos
 - 5.5.3. Clientes Premium
 - 5.5.4. De Premium a Fans
- 5.6. Modos de crear NUEVOS SERVICIOS Y PRODUCTOS
 - 5.6.1. Extender el producto
 - 5.6.2. Empaqueta tu conocimiento
 - 5.6.3. Paquetes de servicios
 - 5.6.4. Niveles de Servicio
 - 5.6.5. Licencias para tu Conocimiento
 - 5.6.6. Libros, Panfletos y Ayudas
- 5.7. Busca los huevos en el Reloj de Arena
- 5.8. El Precio obedece al Valor

6. Produce Contenido de Merca que eduque

6.1. Contenido que agrande la confianza

- 6.1.1. Blog
- 6.1.2. Redes Sociales
- 6.1.3. Reseñas
- 6.1.4. Testimonios

6.2. Contenido que Eduque

- 6.2.1. Un único punto de vista
- 6.2.2. Seminarios
- 6.2.3. FAQs
- 6.2.4. Historias de Éxito

6.3. ¿Cómo formar un sistema de creación de contenido?

6.3.1. Estrategia de creación de contenido

- 6.3.1.1. El cuerpo completo de tu trabajo
- 6.3.1.2. El propósito y Repropósito
- 6.3.1.3. Diversificación de medios

6.3.2. Inspiración para el contenido

- 6.3.2.1. Preguntas
- 6.3.2.2. Delicious
- 6.3.2.3. Google Reader
- 6.3.2.4. Alltop
- 6.3.2.5. StumbleUpon
- 6.3.2.6. Google Keywords
- 6.3.2.7. SmartBriefs
- 6.3.2.8. Tools

6.3.3. Automatización de contenido

6.3.4. Publicitando el Contenido

6.3.5. Contenido a Demanda

6.3.6. Sociedades de Contenido

6.3.7. Educa, no vendas

6.3.8. El Kit de Merca

- 6.3.8.1. Tu declaración del caso - ¿por qué alguien te debería dar dinero?
- 6.3.8.2. Tu sumario de diferenciación
- 6.3.8.3. Tu descripción de tu consumidor/FAN
- 6.3.8.4. Tu historia de Merca
- 6.3.8.5. Tu oferta de Producto/Servicio
- 6.3.8.6. Casos de estudio
- 6.3.8.7. Enseña a tus clientes a contar la historia
- 6.3.8.8. Pruebas testimoniales
- 6.3.8.9. Preguntas Frecuentes
- 6.3.8.10. Artículos
- 6.3.8.11. Algo para todos

6.3.9. Contrata a un periodista que te ayude a crear contenido

6.3.10. Cómo usar el contenido para incrementar tu ROI online

6.3.11. Escribir contenido que valga la pena leer

6.3.12. Dirige a contenido valioso

-
- 6.3.13. Filtra lo realmente bueno
 - 6.3.13.1. Feedburner
 - 6.3.13.2. Backtype
 - 6.3.13.3. Feedly
 - 6.3.13.4. Google Alerts
 - 6.3.13.5. Posterous
 - 6.3.14. Haz ofertas exclusivas

7. Una presencia web que trabaje día y noche

7.1. Algunas suposiciones mortales acerca del éxito de mercadotecnia en línea

- 7.1.1. Un sitio web atractivo es un sitio efectivo
- 7.1.2. Sé lo que mis clientes buscan en Google
- 7.1.3. La gente irá a mi página de contacto para encontrarme
- 7.1.4. Nadie lee blogs
- 7.1.5. Encontraré mi sitio web buscándolo
- 7.1.6. El tráfico es la clave
- 7.1.7. Regresarán porque les gusta mi sitio

7.2. El nuevo propósito de un sitio web

7.3. Beneficios de un sitio web conducido por el contenido

- 7.3.1. Awareness
- 7.3.2. Ciclo de venta corto
- 7.3.3. Acceso a tu información
- 7.3.4. Una herramienta para recomendar tu negocio por otros
- 7.3.5. Automatización de la distribución de tu información de Merca
- 7.3.6. Captura de datos para Merca a largo plazo

7.4. Busca ayuda profesional

7.5. Un poco de diseño

- 7.5.1. Layout de tu página
- 7.5.2. Navegación sencilla
- 7.5.3. Obtén feedback
 - 7.5.3.1. Aboutecho.com
 - 7.5.3.2. Survey.io
 - 7.5.3.3. GetSatisfaction.com
 - 7.5.3.4. SurveyGizmo (Wordpress)
- 7.5.4. Aumenta las formas del contenido
- 7.5.5. Integra Redes Sociales
- 7.5.6. Amplifica para obtener Awareness

7.6. Usa software de blog para tu sitio web

- 7.6.1. Wordpress
- 7.6.2. Como hacer tu sitio web en Wordpress más útil
 - 7.6.2.1. Wishlist Member
 - 7.6.2.2. Disqus
 - 7.6.2.3. Add to any
 - 7.6.2.4. podPress
 - 7.6.2.5. Custom Class Selector
 - 7.6.2.6. Author Exposed

-
- 7.6.2.7. Sociable
 - 7.6.2.8. Aapture
 - 7.6.2.9. Related Content
 - 7.6.2.10. Facebook Fan Box
 - 7.6.2.11. MoFuse (contenido en el móvil)
 - 7.6.3. Modos de ver la web fuera de tu sitio
 - 7.6.3.1. La estación de escucha
 - 7.6.3.2. Contenido como Hub
 - 7.6.3.3. Expulsión de activos
 - 7.6.3.4. Facilitando una comunidad
 - 7.6.4. 5 hacks en redes sociales para auténtica automatización
 - 7.6.4.1. StumbleUpon
 - 7.6.4.2. El Ronda de contenido
 - 7.6.4.3. Feedly a TwitterFeed
 - 7.6.4.4. RSS a HTML
 - 7.6.4.5. Blog a FanPage
 - 7.6.5. Tips esenciales de SEO
 - 7.6.5.1. Keywords
 - 7.6.5.2. Title Tags
 - 7.6.5.3. Links a tu sitio
 - 7.6.5.4. Links de ancla dentro de tu sitio
 - 7.6.5.5. Tags de headlines
 - 7.6.5.6. Crea mapas de sitio

8. Haz que te encuentren en línea en tu ciudad

- 8.1. Cómo obtener reseñas de sueño
 - 8.1.1. Haz el track de referidos
 - 8.1.2. Repropósito de los testimoniales
 - 8.1.3. Enseña el proceso de reseñas
 - 8.1.4. Da reseñas
 - 8.1.5. Ten una fiesta de reseñas
- 8.2. Logra que otras personas promuevan tu contenido
 - 8.2.1. Escribir en un blog
 - 8.2.2. Posts de invitados
 - 8.2.3. Envía artículos y posts a directorios
 - 8.2.4. Escribe comunicados de prensa sociales
 - 8.2.5. Deja varios tipos de comentarios relevantes
 - 8.2.6. Crea perfiles
 - 8.2.7. Usa Social bookmarking
- 8.3. Cómo llevar tu negocio al nuevo juego de localización
 - 8.3.1. Crea programas de premiación virtual
 - 8.3.2. Usa la manía de compra en grupos
 - 8.3.3. Cupones de Google Places
 - 8.3.4. Crea tu propio juego

9. Haz que todo tu equipo se involucre en la Merca

- 9.1. La Merca es el trabajo de todos
- 9.2. La Merca es fundamentalmente tu trabajo
- 9.3. La mesa redonda de Merca
- 9.4. Educa mediante rutinas
 - 9.4.1. Partes del proceso de contratación
 - 9.4.2. Inclúyelo en la tarjeta de presentación
 - 9.4.3. Manual del empleado
 - 9.4.4. Todo el staff en cuatrimestres
 - 9.4.5. Práctica del audio-logo
 - 9.4.6. Entrenamiento telefónico
- 9.5. Entrenamiento externo de Merca
- 9.6. Tu nuevo lanzamiento del negocio de Merca
- 9.7. Un juego que vale la pena ganar

PARTE 2

Convirtiendo el Conocerle, Gustarle y Confiar en tí en Probar, Comprar, Repetir y Recomendar.

10. Hacer publicidad que de resultados

- 10.1. Porque casi toda publicidad no funciona
- 10.2. Porque de todos necesitas implementar la publicidad en la mezcla

11. Introducción a la publicidad de 2 pasos

- 11.1. Los beneficios de los 2 pasos
- 11.2. ¿Qué tienes que ofrecer en tu publicidad de 2 pasos?

12. Elementos de una eficaz publicidad de 2 pasos

- 12.1. Sólo buscas una respuesta

13. Fórmula Gurú Marketing para la publicidad

- 13.1. Encabezado
- 13.2. Beneficios
- 13.3. Prueba
- 13.4. Oferta
- 13.5. Call to action

14. ¿Qué modos de publicidad ayudan más a tu negocio?

- 14.1. Atínale al blanco en tu publicidad
- 14.2. Prueba tu publicidad
- 14.3. Mide tu publicidad

15. Crea un plan de publicidad para pequeños negocios

- 15.1. Identifica los medios de comunicación
- 15.2. Típicas oportunidades de publicidad para pequeños negocios (beneficios y contras)
 - 15.2.1. TV
 - 15.2.2. Cable
 - 15.2.3. Radio
 - 15.2.4. Periódicos locales
 - 15.2.5. Periódicos de negocios
 - 15.2.6. Revistas
 - 15.2.7. Directorios Telefónicos
 - 15.2.8. Publicidad externa
 - 15.2.9. Mail Directo
 - 15.2.10. Telemarketing
 - 15.2.11. Internet
 - 15.2.12. Vecindario y áreas cercanas
 - 15.2.13. Crea tus propios vehículos publicitarios
 - 15.2.14. Sociedades estratégicas de publicidad
- 15.3. Como atraer de manera exitosa con publicidad en Facebook
- 15.4. Como atraer de manera exitosa con publicidad en Google Adwords

16. Correo directo es el ideal medio de dar en el blanco

- 16.1. La personalización aumenta la Confianza
- 16.2. La perfecta plataforma para medir tu publicidad
- 16.3. La lista
- 16.4. La lista perfecta de mail
- 16.5. Tu lista de sospechosos HOT
- 16.6. Una lista más cualificada

17. Tus cartas de ventas, no salgas sin ellas

- 17.1. Fórmula para tu carta de ventas
- 17.2. Cómo tener tu carta bien leída

18. Tips de copywriting para PyMES

- 18.1. Escribir es la habilidad maestra
- 18.2. Crea un archivo de cartas de inspiración
- 18.3. Diles el por qué, no asumas que lo saben
- 18.4. Escribe mientras hablas
- 18.5. Usa subtítulos en tu copy
- 18.6. Usa citas
- 18.7. Usa voz activa
- 18.8. Cuenta historias
- 18.9. Prueba antes tu carta

19. Tu paquete de cartas de venta

- 19.1. El sobre externo
- 19.2. ¿Que tarifa postal?

20. Las grandes cosas vienen en pequeños paquetes

- 20.1. El uso del color
- 20.2. Otros usos para tarjetas postales

21. No te olvides de las notas escritas a mano como una herramienta de respuesta directa.

22. Piensa en pequeño y serás altamente efectivo

23. El correo bultoso siempre se abre

- 23.1. Como hacer una campaña de correo bultoso
- 23.2. Repetición
- 23.3. Una serie que se construye
- 23.4. Call to action
- 23.5. ¿Cuánto por esos correos bultosos?

24. Una estrategia consistente de contacto

- 24.1. CRM software al rescate
- 24.2. Un patrón consistente de contacto

25. Gánate la atención de los medios y el estatus de experto

- 25.1. Definiendo RP para pequeños negocios
- 25.2. ¿Por qué el RP es tan poderoso?
 - 25.2.1. Más creíble
 - 25.2.2. Gran retorno
 - 25.2.3. Gran construcción de marca
 - 25.2.4. Revende a tus clientes
 - 25.2.5. Revende a tus empleados
 - 25.2.6. Contenido de Marketing Automático

26. 5 pasos para un plan de RP para pequeños negocios para hoy

- 26.1. Escucha
- 26.2. Networking
- 26.3. Lanza curvas
- 26.4. Lanza el comunicado
- 26.5. Amplifica

27. Cómo usar las nuevas reglas y nuevas herramientas para crear una tormenta de medios

- 27.1. Monitorea en tiempo real
- 27.2. Crea relaciones
- 27.3. Expande tu base
- 27.4. Ve directo

28. ¿Qué hace una buena historia?

- 28.1. Ten noticias reales
- 28.2. Sé el primero
- 28.3. Sé único
- 28.4. Ofrece ángulos locales en noticias nacionales
- 28.5. Capitaliza tus lazos a nuevas tendencias
- 28.6. Toma ventaja de historias de superación de la adversidad
- 28.7. Ten un ojo atento en las historias de las personas
- 28.8. Resuelve un problema común y luego cuéntalo
- 28.9. Contrario a la sabiduría popular...

29. La caja de herramientas de PR

- 29.1. La carta de propuesta
- 29.2. El Press Release
- 29.3. Una página, un tema
- 29.4. Tu kit de publicidad

30. La entrevista en los medios

- 30.1. Objetivos de la entrevista
- 30.2. Nunca improvises
- 30.3. Rompe el hielo
- 30.4. Redirige
- 30.5. No entres en pánico
- 30.6. Una última cosa...
- 30.7. Prepara los apoyos de investigación

31. Crear una Máquina de Referencias

- 31.1. ¿Qué es el marketing de referencias?
- 31.2. ¿Por qué es tan poderoso?
 - 31.2.1. Las personas aman dar referencias
 - 31.2.2. Un gran ROI
 - 31.2.3. Clientes mejor calificados
 - 31.2.4. Toma prestados credibilidad y confianza
 - 31.2.5. Menos quejas acerca del precio
 - 31.2.6. Te hace mejor

-
- 31.3. Reglas del marketing de referencias
 - 31.3.1. Merece las referencias
 - 31.3.2. Identifica tus mejores fuentes de referencias
 - 31.3.3. Vuélvelo una expectativa
 - 31.3.4. Hazlo en la luna de miel
 - 31.3.5. Educa a tus fuentes
 - 31.3.6. Tu proceso de referencias de marketing
 - 31.3.7. Un Call to action
 - 31.3.8. La perfecta introducción al revés
 - 31.3.9. Hazlo sencillo para ellos
 - 31.3.10. Dale seguimiento
 - 31.3.11. Crea una motivación GANAR-GANAR
 - 31.3.12. Premia a tus fuentes
 - 31.3.13. Busca por momentos de verdaderos

32. La táctica de referidos más sencilla

- 32.1. Como crear una red estratégica de referidos
 - 32.1.1. Recluta e introduce
 - 32.1.2. Crea oportunidades de contenido
 - 32.1.3. Dirige entrevistas en video
 - 32.1.4. Adquiere ofertas especiales
 - 32.1.5. Haz referencias
 - 32.1.6. Califica y haz revisiones
 - 32.1.7. Crea eventos

- 32.2. La Máquina de referencias de valor agregado
 - 32.2.1. Gana nuevos clientes

- 32.3. Cinco ofertas básicas de referencias
 - 32.3.1. Precio especial
 - 32.3.2. Trabajaré por referencias
 - 32.3.3. Ayuda a una causa valiosa
 - 32.3.4. Regala certificados de regalo
 - 32.3.5. 100% de descuento por referidos

- 32.4. Una referencias con diferente nombre
 - 32.4.1. Distribuye tu material de merca
 - 32.4.2. Envía aprobaciones
 - 32.4.3. Da y recibirás

- 32.5. Modos de generar referencias sin preguntar
 - 32.5.1. Perdón por nuestro polvo
 - 32.5.2. Networking
 - 32.5.3. Haz networking con los ricos y famosos
 - 32.5.4. Referidos de redes online
 - 32.5.5. Extracción en línea

-
- 32.6. Habla y crece tus oportunidades
 - 32.6.1. Hagamos un taller
 - 32.6.2. GANAR-GANAR-GANAR
 - 32.6.3. Talleres como herramientas de marketing

33. Convertir Clientes en Socios mediante un sistema de educación avanzada

- 33.1. El marketing efectivo elimina la necesidad de vender

- 33.2. ¿Qué pasa cuando el teléfono realmente suena?
 - 33.2.1. Descubre
 - 33.2.2. Presenta
 - 33.2.3. Transacción

- 33.3. Una interrupción del patrón de ventas
- 33.4. Qué hacer en los 3 pasos: Descubre, Presenta y Transacción
 - 33.4.1. Descubre: Ten un plan
 - 33.4.2. Presenta: El seminario interno
 - 33.4.3. Transacción: Cómo convertir un prospecto en cliente

- 33.5. Dale una gran bienvenida a tu nuevo cliente

34. El kit tecnológico para el sistema de conversión Gurú Marketing

- 34.1. Descubrir - Moviendo un LEAD hacia el siguiente paso planeado
- 34.2. Presentación - El acto planeado de presentar tu manera única.
- 34.3. Nutrir - Mantener al prospecto interesado mientras se mueve en su ciclo de compra
- 34.4. Transacción - El proceso de dar una experiencia una vez que decidieron comprar
- 34.5. Revisión - Medir resultados, tanto tuyos como del cliente

35. Cómo crear un sistema de conversión en Social Media

- 35.1. Crear contenido estratégico
- 35.2. Usa landing pages para cada elección
- 35.3. Haz que el mensaje sea congruente
- 35.4. Crea el "conóce mas" call to action
- 35.5. Haz pruebas de cada elemento
- 35.6. Permite compartir
- 35.7. Personaliza el seguimiento

36. Una palabra acerca de la factura

- 37. Recapitulemos
 - 37.1. Descubrir
 - 37.2. Presentar
 - 37.3. Transacción

38. Más pensamientos en tu sistema de conversión

- 38.1. Consistencia genera Confianza
- 38.2. El propósito de cada contacto
- 38.3. Usar presentaciones
- 38.4. Lo que las objeciones realmente significan
- 38.5. Hazte más inteligente

39. Más allá de la Satisfacción - Plan de Servicio de Clientes

- 39.1. Dónde el servicio al cliente se siembra
- 39.2. Crea una comunidad
- 39.3. Conversión Peer-To-Peer
- 39.4. El evento de puros Clientes
- 39.5. Herramientas de lealtad de clientes
- 39.6. De nuevo con las notas a mano
- 39.7. Encuestas de clientes
- 39.8. Resultados
- 39.9. Clientes de suscripción y miembros

PARTE 3

Descubre que funciona y haz más de eso

40. El poder de la expectativa positiva

- 41. Comprométete a tu Merca con un Plan, un Presupuesto y un Calendario
 - 41.1. Ponte objetivos de Merca y comunícalos
 - 41.2. Objetivos que soportan el Gurú Marketing Digital
 - 41.2.1. Objetivos para tu Visión
 - 41.2.2. Objetivos Tácticos
 - 41.3. La logística del tiempo
 - 41.4. Hazlo un juego, crea reglas y una manera de ganar
 - 41.5. Cuéntale al mundo hacia donde vas

42. Creando tu sistema de medición de marketing

- 42.1. El último y mejor sistema de medición de marketing
 - 42.1.1. Ratio de Prospecto a Cliente
 - 42.1.2. Reportes de LEADS
 - 42.1.3. Reportes de Conversión

-
- 42.2. P-R-E-S-U-P-U-E-S-T-O
 - 42.2.1. Los dos campos mortales donde estar
 - 42.2.2. Determina cuánto te cuesta un cliente y que tan valioso es
 - 42.2.3. Crea tu presupuesto y RESPÉTALO
 - 42.2.4. Prueba, Mide y Ajusta tu PRESUPUESTO
 - 42.3. El Calendario
 - 42.3.1. Marca el año de Merca por actividad
 - 42.3.2. Crea un tema mensual de marketing
 - 42.3.3. Hazlo un hábito diario
 - 42.3.4. El hábito de Merca más poderoso

¡FELICIDADES ERES UN GURÚ!

