



CUESTIONARIO

BENEFICIOS

Y PUNTOS DE DOLOR

JAVIER BARROS

CUESTIONARIO PARA CREAR CAMPAÑAS DE VENTA

Esta hoja de trabajo te va a ayudar a crear emails superprofesionales de forma rápida y muy muy fácil.

Además te va a servir para conocer en profundidad los beneficios del producto o servicio que quieres vender, los problemas a los que se enfrenta tu cliente, lo que quiere conseguir si finalmente hace la compra....

Responde las preguntas con un lenguaje que entienda tu cliente. No te guardes nada y sé generoso en la respuesta. Cuanto más completa esté esta hoja, más van a convertir tus secuencias y tus emails.

Cómo usar este cuestionario:

1. **Lee** con atención cada una de las preguntas.
2. **Contesta** todas las preguntas de la forma más extensa posible.
3. Puedes ayudarte de la hoja "**Esto sí que son beneficios**".
4. **El número de las preguntas** corresponde a los espacios en blanco (también numerados) que hay en los diferentes emails de las secuencias.
5. Algunas de estas respuestas serán fáciles y obvias . Otras son un poco más difíciles **y tendrás que pensar**.

6. He realizado el ejercicio con **dos ejemplos**.
- A. El ejemplo del servicio de "fotografías de boda" es para vender servicios.
 - B. El ejemplo de un curso de nutrición es para vender productos.
7. Trata de **responder a cada pregunta utilizando la misma sintaxis** que se ve en los ejemplos . Esto reducirá al mínimo la cantidad de cambios que tendrás que hacer cuando introduzcas las respuestas en las plantillas.

Nota: Aunque los ejemplos están basados en trabajos con mis clientes, por cuestiones de privacidad no son reales. Encontrarás títulos de post inventados o enlaces que no funcionan en la mayoría de ejemplos.

CUESTIONARIO

1. Tu nombre:

Ejemplo 1. Servicio de Fotografías de boda:

Javier

Ejemplo 2. Curso de nutrición: Dietas de Éxito:

Carmen

Tu turno:

2. Nombre de tu empresa/web:

Ejemplo 1. Servicio de Fotografías de boda:

Fotos Para Siempre

Ejemplo 2. Curso de nutrición: Dietas de Éxito:

www.quieroestarsano.com

Tu turno:

3. Lista al menos dos formas de referirte a tu nicho o campo.

Ejemplo 1. Servicio de Fotografías de boda

Fotografía de boda, Fotografía artística de boda, reportaje social.

Ejemplo 2. Curso de nutrición: Dietas de éxito

Dietas para adelgazar, Alimentación consciente.

Tu turno:

1.

2.

4. ¿En qué categoría encajaría tu producto o servicio? La categoría es más general que el nicho.

Ejemplo 1. Servicio de Fotografías de boda

Fotografía, reportajes.

Ejemplo 2. Curso de nutrición: Dietas de éxito

Salud, estilo de vida, nutrición.

Tu turno:

1.

2.

5. Nombre del producto o servicio que quieres vender:

Ejemplo 1. Servicio de Fotografías de Boda

Bodas De Película

Ejemplo 2. Curso de nutrición: Dietas de éxito (Si vendes productos físicos puedes poner el producto o una categoría de productos)

“Dietas de éxito”

Tu turno:

Nombre del producto:

6. Haz un listado de todo lo que tu cliente quiere conseguir que esté relacionado con el servicio o producto que quieres vender.

El objetivo es que enumeres **el resultado final deseado por tu cliente** cuando te contrata o compra uno de tus productos.

Cuanto más grande sea esta lista, mejores emails escribirás. Fijate muy bien en cómo están contruidos los ejemplos y crea tu listado de forma similar.

Escribe todos los que se te ocurran.

Ejemplo 1. Servicio de fotografías de boda:

El cliente ideal de un fotógrafo de bodas quiere:

- Conseguir un recuerdo atemporal del día de su boda.
- Tener fotografías naturales de tu boda sin poses artificiales.
- Tener un recuerdo que transmita las emociones del día de la boda.
- Tener recuerdo diferente y original del día de su boda.
- Encontrar un fotógrafo que sepa captar las emociones y los detalles del día de la boda.
- Evitar sorpresas desagradables con las fotos el día de la boda.
- Que el recuerdo de la boda permanezca imborrable con el paso del tiempo.

Ejemplo 2: Curso sobre nutrición: Dietas de éxito.

El cliente ideal de un nutricionista quiere conseguir:

- Aprender a alimentarse de forma sana.
- Olvidarse de problemas de sobrepeso.
- Quedarse estable en su peso ideal.
- Conocer mejor su cuerpo para saber qué le sienta bien o mal
- Sentirse a gusto consigo mismo.
- Recuperar su forma física.
- Eliminar los problemas digestivos.
- Comer más sano disfrutando a tope de la comida.
- Adelgazar mientras disfruta comiendo.
- Perder los kilos que le sobran.

Tu turno:

Lo que quiere conseguir tu cliente ideal:

Lo que quiere conseguir tu cliente ideal:

Lo que quiere conseguir tu cliente ideal:

Lo que quiere conseguir tu cliente ideal:

Lo que quiere conseguir tu cliente ideal:

Lo que quiere conseguir tu cliente ideal:

7. Haz un listado con los beneficios que tu producto o servicio aporta a tu cliente.

Redáctalos con un lenguaje que entienda tu cliente.

Utiliza la fórmula "verbo" + "algo" (Aumentar tranquilidad, reducir estrés).

Escribe todos los que se te ocurran.

Ejemplo 1. Servicio de Fotografías de boda

Los beneficios de contratar un fotógrafo de bodas pueden ser:

- Estar más tranquilo el día de tu boda
- Ahorrar tiempo por encontrar un fotógrafo que entienda lo que quieres
- Disminuir las preocupaciones en los preparativos de la boda
- Aumentar la originalidad del día de tu boda

- Evitar sorpresas, ya que al conectar con el fotógrafo sabrá lo que buscas

Ejemplo 2. Curso sobre nutrición: Dietas de éxito

Los beneficios de comprar un curso sobre nutrición:

- Aumentar la autoestima y sentirse más a gusto.
- Estar más sano.
- Tener mejor salud.
- Mejorar su calidad de vida gracias a la alimentación.
- Ahorrar dinero en el carrito de la compra.
- Disfrutar más de la comida mientras adelgazas.
- Vivir más tiempo.

Tu turno:

Beneficio 1:

Beneficio 2:

Beneficio 3:

Beneficio 4:

Beneficio 5:

Beneficio 6:

8. Lista los principales puntos de dolor que resuelve el servicio o producto que estás vendiendo.

Escribe todo lo que tu cliente quiere mejorar. Esos problemas que no le dejan dormir por la noche. Lo que le preocupa por encima de todas las cosas.

Cuanto más puntos de dolor escribas, mejor. Cuanto más dolorosos sean esos puntos, mejor.

Cualquier servicio o producto resuelve un punto de dolor principal.

Redacta los puntos de dolor con el lenguaje de tu cliente, siguiendo estos ejemplos:

Ejemplo 1. Servicio de Fotografías de boda:

- Principal punto de dolor: No tener reportaje fotográfico después de la boda.
- Otros puntos de dolor:
 - El reportaje no muestra todos los momentos de la boda.
 - El fotógrafo sea un borde con los invitados .
 - Que las fotos no sean lo que espera después de la boda.
 - No tener el reportaje a tiempo.
 - Que las fotos sean de mala calidad.
 - Que el fotógrafo se deje a parte de la los invitados sin fotografiar.

Ejemplo 2. Curso de nutrición: Dietas de éxito:

- Principal punto de dolor: No perder los kilos que le sobran/ sobrepeso
- Otros puntos de dolor:
 - Seguir comiendo por ansiedad.
 - No poder dejar de comer azúcar.
 - Sentirse a disgusto con su cuerpo.
 - Recuperar el peso perdido con el paso de los meses.
 - No saber planificar su compra "sana" semanal.
 - Tener problemas de salud en el futuro.
 - Sentirse engañado otra vez más con una dieta.

Tu Turno:

Punto de dolor 1:

Punto de dolor 2:

Punto de dolor 3:

Punto de dolor 4:

Punto de dolor 5:

9. Escribe al menos tres errores que puedes evitar a tus clientes con tu servicio o producto.

Los errores a evitar son otra forma de enseñarle a tu cliente lo que puede conseguir si compra tu servicio o producto.

Ejemplo 1. Servicio de Fotografías de boda:

- Error 1: Equivocarse al contratar al fotógrafo del día de su boda
- Error 2: Fijarse sólo en el precio para contratar el reportaje
- Error 3: No firman un contrato con el fotógrafo

Ejemplo 2. Curso de nutrición: Dietas de éxito

- Error 1: Hacer más dietas sin conseguir resultados.
- Error 2: Dejarse llevar por las dietas de moda.
- Error 3: Establecer plazos para adelgazar muy poco realistas.

Tu turno:

Error 1:

Error 2:

Error 3:

Error 4:

10. ¿Cómo se siente tu cliente ideal al no poder solucionar sus problemas? Escribe al menos 5 de sus sentimientos.

Ejemplo 1. Servicio de Fotografías de boda

- Sentimiento 1: Estresado
- Sentimiento 2: Nervioso
- Sentimiento 3: Expectante
- Sentimiento 4: Angustiado
- Sentimiento 5: Preocupado

Ejemplo 2. Curso de nutrición: Dietas de éxito

- Sentimiento 1: Malhumorado
- Sentimiento 2: Angustiado
- Sentimiento 3: Dolido
- Sentimiento 4: Triste
- Sentimiento 5: Decepcionado

Tu turno:

- Sentimiento 1:

- Sentimiento 2:

JAVIER BARROS

- Sentimiento 3:

- Sentimiento 4:

- Sentimiento 5:

11. Oferta de lanzamiento.

Una de los disparadores mentales más poderosos es la escasez.

Cuando hay menos de algo, la gente quiere más.

Si le damos a la gente la opciones entonces retrasa la decisión... pero si generamos escasez verdadera entonces se verán forzados a tomar una decisión.

Por eso tu lanzamiento ha de tener principio y fin, además de una oferta de lanzamiento.

La oferta puede ser un descuento sobre el precio inicial, bonus...

Ejemplo 1. Servicio de Fotografías de boda

Oferta de lanzamiento: Regalo del reportaje post-boda y descuento del 15% si actúan después el primer email

Ejemplo 2. Curso de nutrición: Dietas de éxito.

Oferta de lanzamiento: Regalo de un recetario de comida sana + una hora de consultoría

• Tu turno:

Oferta de Lanzamiento:

