

A person wearing a blue checkered shirt is sitting at a wooden desk. They are looking at a laptop screen that displays a webpage with a product image of a black shoe. To the right of the laptop is a stack of books, the top one being white with yellow text. A teal mug is also on the desk. The background shows a white brick wall and a blurred office environment.

La Estrategia de los Grandes Lanzamientos

Creator: Jeff Walker



Creator: Jeff Walker



Embudo PLF: 4 videos OVO



Es una **Estrategia de Lanzamiento** de un Training Gratuito de 4 videos

O - Opt-in

V - value

O - offer

A person wearing a blue checkered shirt is sitting at a wooden desk. They are looking at a laptop screen that displays a webpage with a product image of a black shoe. To the right of the laptop, there is a stack of books, one of which has a yellow cover with the word 'STARTUP' visible. A teal mug is also on the desk. In the foreground, there is an open notebook with a pen resting on it. The background shows a white brick wall and a potted plant.

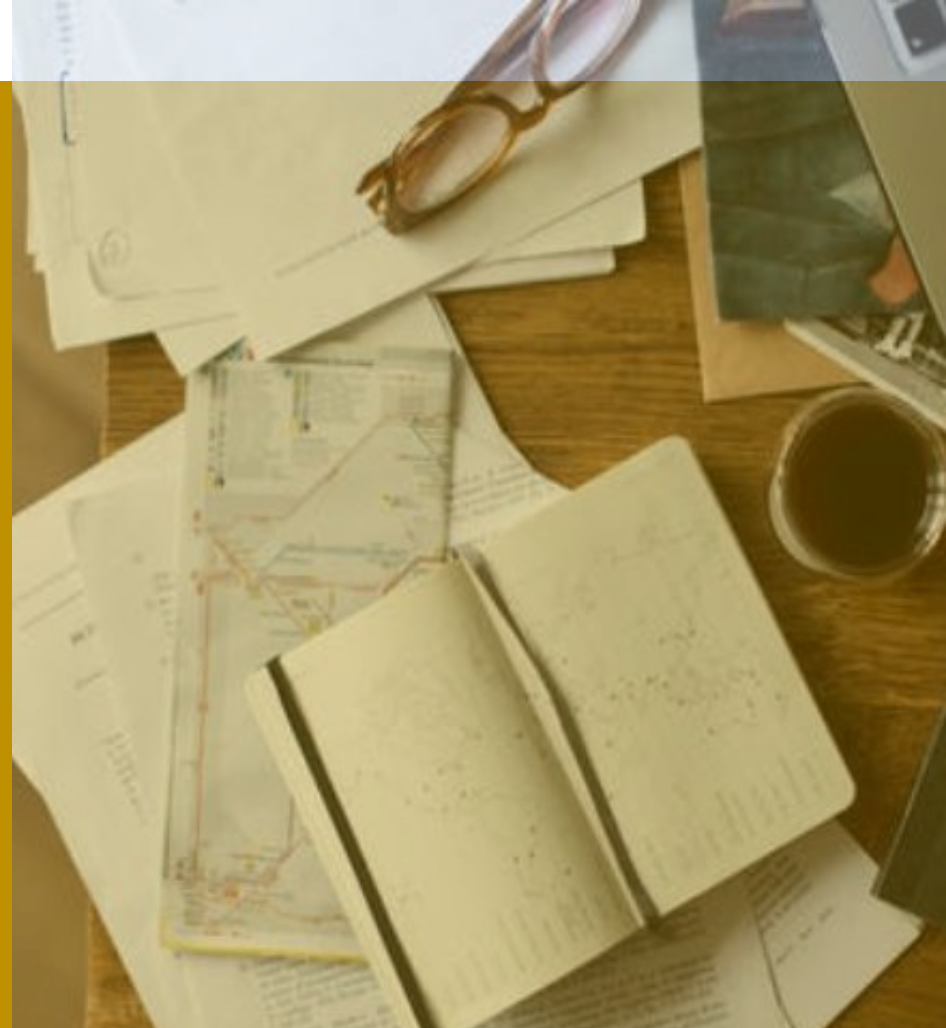
Las 3 Fases De Un Lanzamiento

Fase 1: PreLanzamiento

- **Ayudar a resolver las principales dudas** que puedan tener los potenciales usuarios o clientes
- **Diseñar y refinar tu producto y la oferta** (más aplicable si se trata de un producto basado en información)
- **Reunir testimonios**
- **Crear anticipación y entusiasmo**
- **Atraer socios**

El contenido que ofreces debe ser de alto valor, creado específicamente para el cliente ideal al que aspiras llegar.

Debe crear un imán principal para el contenido precio al prelanzamiento. Esto le permite capturar direcciones de correo electrónico de personas interesadas en este contenido.





Fase 2: Lanzamiento

- **Vídeo 1 - Oportunidad:** habla sobre la pasión, las cosas que la gente más quiere en la vida, su deseo de hacer algo emocionante.
- **Vídeo 2 - Transformación:** cómo estos sueños pueden hacerse realidad.
- **Vídeo 3 - Experiencia de propiedad:** ¿cómo es ser finalmente libre y disfrutar de su libertad?
- **Vídeo 4 - La apertura de las ventas:** más que crear leads, es construir una relación basada en la confianza y fidelidad.

Vídeo 1: La Oportunidad

1. **Mostrar la oportunidad:** revela y cuenta cómo va a cambiar positivamente la vida de tus potenciales usuarios con la información que compartes.
2. **Posición:** muestra por qué deberían escucharte.
3. **Enseñar:** es importante no seguir y seguir sobre la oportunidad. Tienes que entregar finalmente valor con tu producto.
4. **Plantear objeciones y responder o prometer responderlas en el próximo vídeo:** no importa cuál sea tu oferta, siempre habrá objeciones. Necesitas afrontarlas directamente.
5. **Expectativa por lo que viene:** hazles saber que viene otro vídeo y despierta el deseo de seguir revelando algunas de las cosas realmente geniales sobre tu producto o servicio.
6. **Llamados a la acción:** solicita un comentario en tu blog de lanzamiento o en las redes sociales.





Vídeo 2: La Transformación

- **Gracias y resumen:** agradece a las personas por sus comentarios y preguntas del PLC 1 y luego ofrece un rápido resumen del PLC 1.
- **Recapitula la oportunidad:** nunca asumas ni des por hecho que tu potencial cliente ha visto los vídeos.
- **Recapitula tu posicionamiento:** necesitas recordarles quién eres y por qué deberían escuchar.
- **Presenta un estudio de caso o enseña algo real:** necesitas entregar un valor real para el espectador. Enséñales algo genial que puedan usar rápidamente.
- **Respuesta a objeciones:** habla sobre las 2 o 3 principales objeciones y respóndelas.
- **Foreshadow PLC 3:** necesitas informarles que pronto tendrán otro vídeo. Crea cierta anticipación al contarles un poco sobre lo que vas a enseñar en ese vídeo.
- **Haz otra llamada a la acción:** solicita un comentario en tu blog de lanzamiento o en las redes sociales.

Vídeo 3: La Experiencia Cliente

1. Expresa tu agradecimiento nuevamente y sé entusiasta
2. Recapitula rápidamente la oportunidad y tu posición
3. Puedes presentar un breve caso de estudio.
4. Responde más preguntas que hayas estado recibiendo.
5. Explica la vista general y cómo hacer que suceda.
6. Dirígete a tu oferta y crea un “suave aterrizaje”
7. Sembrar la escasez de la oferta de lanzamiento.
8. CTA, o llamada a la acción.





Vídeo 4: La Venta

- **La apertura de las ventas** (The Open Cart/Sales Vídeo): se trata de un email cuyo contenido sea un sencillo vídeo donde se explique de qué va la oferta del PLF y donde se invite a la gente a unirse y aprovechar la oportunidad. Esto es de la siguiente forma:

– **“Lo que te ofrecemos”** (la oferta).

– **“Lo que hará nuestro servicio o producto por ti”** (la respuesta o solución).

– **“A continuación lo que debes hacer para obtenerlo”** (CTA o llamada a la acción).

Es de mucha importancia dejar claro que la oferta estará disponible sólo por un tiempo limitado.

Duración Carrito Abierto: entre 5 y 7 días.

Fase 3: Post Lanzamiento

1. Realiza el **seguimiento con los nuevos clientes**.
2. El propósito del post lanzamiento **es ofrecer una experiencia increíble para tus nuevos clientes**.
3. **Se debe hacer inmediatamente después de la compra y después del cierre del carrito**.
4. **Es importante que tus clientes sepan que invertir en tu programa fue una decisión inteligente**.
5. Crea una **secuencia de correo electrónico de incorporación** para tus nuevos clientes.
6. También es importante que **no te olvides de los suscriptores que no compraron**. Tal vez el precio del curso estaba fuera de su presupuesto, pero les encantaría comprar tu curso de nivel de entrada a un precio más bajo...





9 Gatillos Mentales

1. **Autoridad:** las personas siguen a otros con credenciales, con resultados del mundo real y estatus social.
2. **Reciprocidad:** hacer algo bueno por la gente los lleva a devolver algo a cambio.
3. **Confiar:** creemos en nuestros amigos y familiares más que en extraños.
4. **Anticipación:** nos entusiasamos con las cosas que esperamos.
5. **Probabilidad:** esto es simple, preferimos hacer negocios con personas con las que nos llevamos bien.
6. **Eventos:** esto hace que las personas sientan que son parte de algo más grande que ellos mismos.
7. **Comunidad:** las personas actúan de la manera que creen que su comunidad espera que actúen.
8. **Escasez:** cuando algo es raro (o parece raro), es más valioso para nosotros.
9. **Prueba social:** cuando otros toman medidas, nos motivamos a actuar también.

4 Tipos Diferentes de Lanzamientos

1. **El lanzamiento rápido:** es para cualquier persona que ya tenga un producto, como una línea de ropa, que acaba de lanzar un nuevo lote de productos o contenido.
2. **El lanzamiento SEMILLA:** este lanzamiento lleva más tiempo, pero hace que tu lanzamiento sea más barato y posiblemente más grande.
3. **Lanzamiento comprimido:** tres diferentes lanzamientos “comprimidos”, ya que cada uno le enseña cómo ahorrar tiempo y dinero, pero acortando el proceso.
4. **Lanzamiento RETO 5 DÍAS:** este lanzamiento es un poco específico, ya que está dirigido a cualquier persona que esté lanzando junto con otra marca o empresa.



MÁSTER LANZA TU NEGOCIO