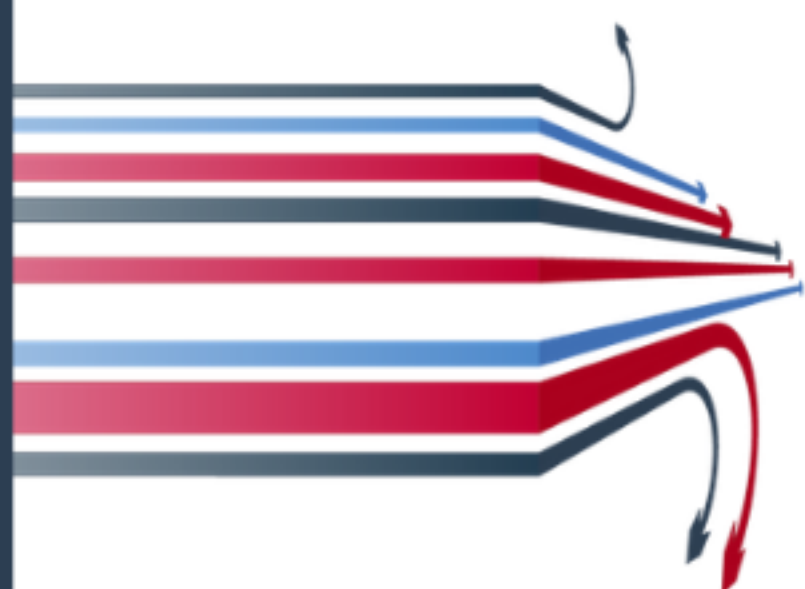




VIDEO CARTA DE VENTA

LA GUÍA DEFINITIVA

POR: CARLOS CEREZO



Academia
del
Tráfico
web

La fórmula 100% probada para estructurar y
construir una video carta de venta efectiva

Curso online 100% práctico

La Fórmula para Crear una Video Carta de Venta Efectiva

Cómo triplicar tus ventas estructurando correctamente tu mensaje
En este Curso Online vas a descubrir:



- ✓ Cómo utilizar en tu mensaje de venta las 4 emociones que hacen que todos los seres humanos tomen acción
- ✓ Las 3 configuraciones sencillas que podrían por si mismas duplicar tus ventas hoy mismo
- ✓ Una guía paso a paso y con diferentes ejemplos para escribir y estructurar el contenido de tu mensaje de venta
- ✓ Cómo escribir tu primer guión y grabar el audio sin que se escuchen errores ni pausas
- ✓ En dónde encontrar música libre de derechos de autor, para utilizar en tu video carta de venta
- ✓ Las diferentes técnicas de animación y edición, que harán que la gente no pueda dejar de ver tu carta de venta en video
- ✓ El equipo y herramientas GRATUITAS y de pago que nosotros mismos utilizamos para crear todo nuestro video marketing.

19 videos en HD
(4 horas, 33 min)

Más información y precio

academiadeltrafico.com

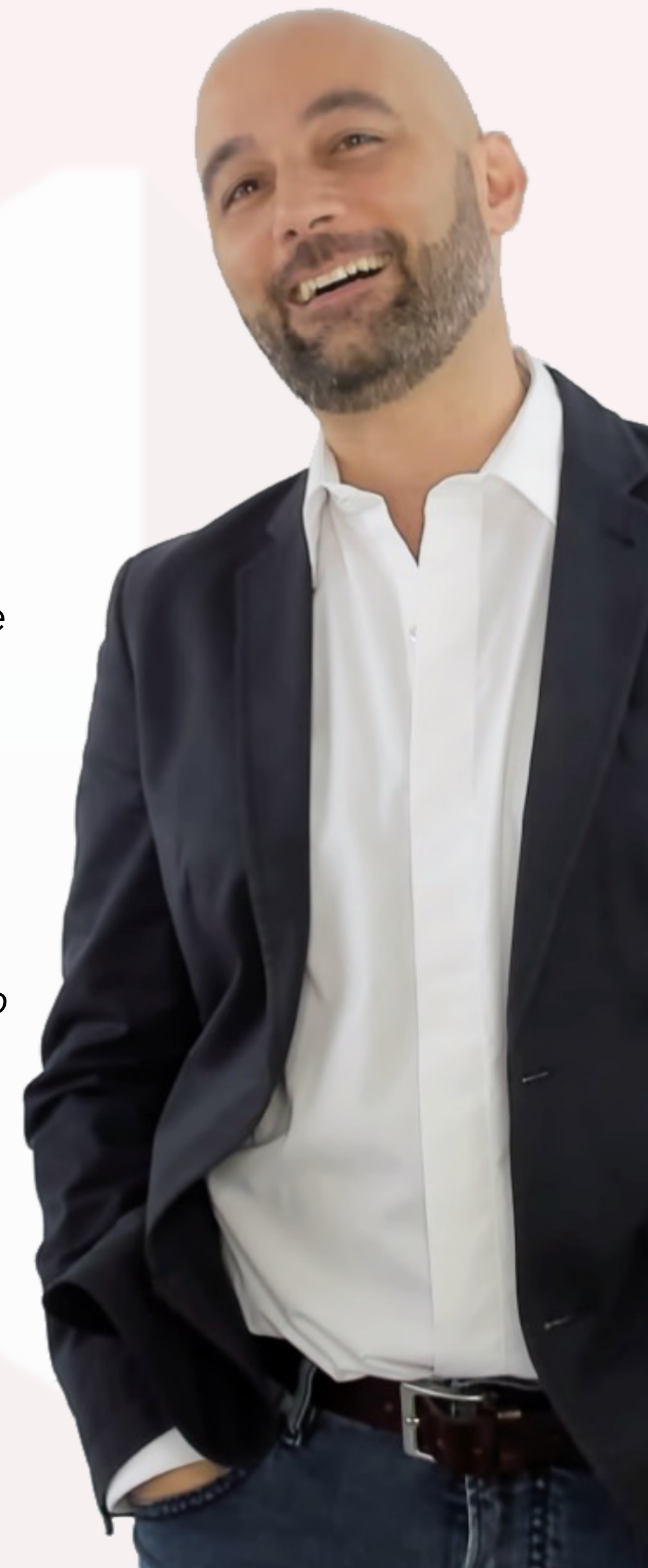
Sobre el Autor:

Carlos Cerezo es el fundador de la Academia del Tráfico Web, academia online de marketing digital fundada en 2015 que cuenta actualmente con más de 23,000 alumnos.

En la academiadeltrafico.com se documentan todos los procesos que se han seguido y siguen actualmente para crear, lanzar y optimizar todas las campañas de marketing que han hecho que esta academia crezca a esta velocidad vertiginosa.

La filosofía de Carlos es...

"Si eres bueno haciendo algo, no te guardes nada, enséñalo TODO, enfócate en ayudar a la gente como te hubiera gustado que a tí te ayudaran cuando no sabías saber hacer lo que ahora tú haces muy bien... ese es el secreto "



Instrucciones

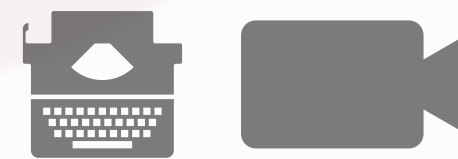
El objetivo de esta guía es darte un mapa detallado de la estructura que debe de tener el contenido de tu carta de venta en video.

Esta es una fórmula 100% probada que funciona para vender cualquier tipo de producto o servicio y está basada en tocar las 4 emociones que hacen que las personas tomen acción

En las siguientes páginas encontrarás una tabla con diferentes secciones que tienes que rellenar en las que encontrarás instrucciones ejemplos para que estructures correctamente el contenido de tu carta de venta:



Tiempo



Script del video



Música

Por: Carlos Cerezo

Instrucciones



Tiempo

En la columna del tiempo encontrarás la duración aproximada recomendada que debe de durar cada sección de tu video



Script del video

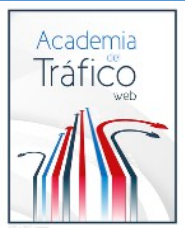
En esta sección encontrarás diferentes ejemplos para que puedas tomarlos como modelo al momento de escribir el guión o script de tu carta de venta



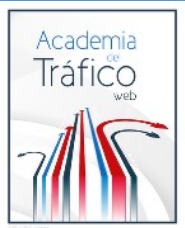
Música

En la columna de la música descubrirás cuando hacer el cambio de la música de tu video para

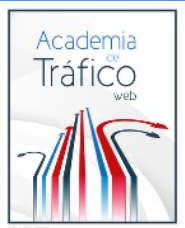
Por: Carlos Cerezo

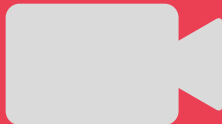


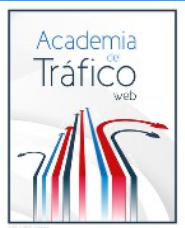
 Tiempo	 Script 	 Música
	1.- ATRAE SU ATENCIÓN (promesa, prueba, historia, pregunta disrupción)	
10 seg a 30 seg 	PROMESA: En los próximos 2 minutos te voy a enseñar cómo iniciar una conversación en un grupo de personas desconocidas y convertirte rápidamente en el "alma de la fiesta" PRUEBA: Aquí tienes una captura de pantalla de nuestro autorespondedor. Como puedes ver hemos generado más de 432,562 leads o en los últimos 3 años y 22,345 clientes haciendo campañas en Facebook Ads. Si sigues viendo este video te voy a explicar EXACTAMENTE cómo lo hicimos. HISTORIA: Me acuerdo perfectamente cuando tenía una cafetería y no entraba nadie por al puerta, los gastos me comían y estaba realmentedesesperado...no sabía que hacer para llevar comida a mi familia. Fue cuando recibí esa llamada que cambió mi vida PREGUNTA: ¿Te has preguntado por qué hay personas de más de 65 años que tienen una energía de un niño de 15 años y tu que tienes 35 estás todo el día cansado? (NOTA: Ten cuidado con este punto. Asegurate de que sabes la respuesta a estas preguntas que hagas, y sobre todo que esta pregunta sepas que es una pregunta que tu audiencia se está haciendo) DISRUPCIÓN: En los próximos 60 segundos te voy a enseñar cómo un ingrediente natural ha hecho dejar de fumar a más de un millón de personas en México. (Esta planta, seguramente la tienes en tu casa y no la estás aprovechando)	Pista A 
	2.SEÑALA EL PROBLEMA (Describe el problema, e introduce al "héroe" que lo va a resolver(tu cliente)	
10 - 20 seg. 	EJEMPLO 1 - MARKETING DIGITAL (Agencia) "Se terminó tu lista de contactos y no sabes quién más llamar para venderle tu seguros de vida" EJEMPLO 2 - HEALTH COACH (Coach de salud) "¿Has intentado todas las dietas que existes y no consigues bajar de peso?" IMPORTANTE: Debe de quedar muy claro para la persona que va a ver este video , quien es el protagonista o héroe de la historia (él) y quién es el antagonista (el problema). El cliente debe de reconocerse como el protagosinsta, debe identificarse con ese problema y al mismo tiempo debe de reconocer el problema como un enemigo o una amenaza real.	Pista A 



 Tiempo	 Script	 Música
	3. AGITA EL PROBLEMA (Datos, Ejemplos, Demostraciones, Historías, etc.)	
30 seg a 1 min 	EJEMPLO 1 - CURSO EXPRESS FACEBOOK ADS Te has preguntado ¿por qué hay empresas que ganan mucho dinero haciendo campañas de publicidad y tu no? Probablemente sea por una de estas 3 razones... EJEMPLO 2 - VENTA DE SEGUROS El 87% de las personas con hijos en edad universitaria tienen problemas financieros serios	Pista A 
	4. PRESENTA LA SOLUCIÓN (Presenta tu Producto/Servicio)	
10 seg a 20 seg 	EJEMPLO 1 - CURSO EXPRESS DE FACEBOOK ADS Te presento el Curso Express de Facebook Ads. Un sistema paso a paso en el que descubrirás cómo hacer que tus anuncios te generen ventas, en lugar de “likes” EJEMPLO 2 - VENTA DE SEGUROS Te presento el Seguro para la Educación PLUS 3.0 Un programa de ahorro en el que sin darte cuenta vas a estar preparando el mejor regalo que le puedes dar a tus hijos Nota: Intenta mencionar el nombre del producto, por lo menos dos veces y resiste la tentación de explicar cómo funciona tu producto o servicio. En lugar de eso enfócate en describir el resultado final que van a recibir.	Pista B 



 Tiempo	 Script 	 Música
	5. ESTABLECE AUTORIDAD (Quién eres y por que deberían escucharte)	
30 seg a 1 min 	EJEMPLO 1 - ACADEMIA "Hola soy Carlos Cerezo y en los últimos 5 años he conseguido más de 23,000 alumnos/ clientes para mi academia online con campañas de tráfico de pago" EJEMPLO 2 - HEALTH COACH Hola soy Juan Rodriguez Health Coach graduado del IIN Institute For Integrative Nutrition en NY, EUA.y he ayudado a más de 100 mujeres con resistencia a la insulina a llevar una vida más saludable de forma 100% natural Nota: Resiste la tentación de presumir de certificados o diplomas que tienes, que no tengan que ver directamente con la solución que ofreces al problema que tiene tu prospecto	Pista B 
	6. EXPLICA CÓMO FUNCIONA (da todos los detalles, muestra características y beneficios, anticipa a las objeciones)	
2 min a 5 min 	En esta sección simplemente vas a demostrar lo que hace tu producto o servicio. Brevemente describe las características y qué es lo que va a hacer esa característica de tu producto o servicio para resolver el problema de tu prospecto (Enfócate siempre en los beneficios que les aportará esa característica) Esta sección normalmente va a ser la de mayor duración, pero intenta siempre hacerla lo más breve posible. Recuerda que las personas no compran los productos por las cosas que hacen. Compran productos o servicios que los ayudan a hacer la transformación del antes al después de la solución del problema	Pista B 



Tiempo		Script		Música
		7. HAZ UNA OFERTA - Primera llamada a la acción ¿Qué van a ganar? (reafirma los beneficios, complementa la oferta con un Bonus, diles que hacer a continuación)		
10 seg a 30 seg		EJEMPLO 1 - CURSO EXPRESS FACEBOOK ADS Después de lo que acabas de ver, estoy seguro de que te has dado cuenta por qué no están funcionando tus anuncios. Así que está en tus manos tener la forma de hacer que tus campañas empiecen a generar ventas todos los días. Sólo haz clic en el botón de abajo y compra este curso por sólo ... EJEMPLO 2 - HEALTH COACH Cómo puedes ver está en tí evitar consumir los medicamentos para controlar los niveles de azúcar en tu sangre que hacen que te sientas cansada, deprimida y con malestar estomacal. Sólo haz clic en el botón de abajo para empezar el programa especial "Cambia tus hábitos 2.0" El programa en el que te voy a enseñar a llevar una vida saludable en sólo 30 días academiadeltrafico.com Nota:Una fórmula muy simple y efectiva de hacer la llamada a la acción es recordar el problema y la solución y después decirles exactamente lo que tienen que hacer.		Pista C
		8. DA UNA GARANTÍA (Elimina el riesgo, diles por qué no tienen nada que perder, qué opinan tus clientes)		
10 seg a 30 seg		EJEMPLO 1 - ACADEMIA Vas a tener acceso por 30 días a todos nuestros cursos 100% gratis ¿Qué puedes perder? Puede que pienses que estoy "loco"... pero créeme, no soy tonto. Esta oferta es parte de una de las estrategias más efectivas, para hacer crecer tu negocio de forma constante y sólida, que también te enseñó a implementar en uno de los cursos de la Academia del Tráfico Web. EJEMPLO 2 - HEALTH COACH Si no sabes si esta inversión en tu salud vale la pena. Puedes probar 30 días. Si no ves resultados te regresamos tu dinero. Asi de simple, sin hacerte preguntas. Estamos tan seguros de que si sigues paso a paso nuestras instrucciones vas a sentirte tan bien que vas a querer continuar. academiadeltrafico.com		Pista C

 Tiempo



Script



 Música

9. HAZ UNA OFERTA - Segunda llamada a la acción LOGICA

(Recuerda los beneficios, recuérdales que no tienen nada que perder, y diles que tienen que hacer)

10 seg a 30 seg



Esta llamada a la acción está basada en la lógica de por qué deberían de comprar tu producto servicio

EJEMPLO:

Como has podido ver en mis resultados y en los comentarios de algunos de mis alumnos este es un curso que funciona. Sólo haz clic en botón de abajo y aprovecha esta oferta especial”

Pista C



10. HAZ UNA ADVERTENCIA

(Miedo a la pérdida, tiempo limitado, recuérdales el costo de no tomar acción, etc.)

10 seg a 30 seg



Hay diferentes formas de incluir el miedo a la pérdida en tu oferta

EJEMPLO 1: Deja de cometer el mismo error

Si después de ver esto que te acabo de enseñar sigues publicando anuncios en Facebook sin saber cual de ellos es el que está funcionando y cual no, vas a seguir perdiendo dinero todos los días y va a ser 100% tu culpa, No digas que no te lo advertí.

EJEMPLO 2: Tiempo limitado

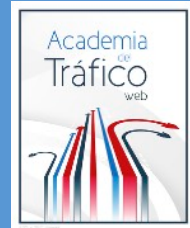
Esta oferta especial solamente va a estar disponible por 7 días a partir de este momento...

EJEMPLO 3: Pérdida de unos Bonos de regalo

” Estos bonos de regalo tienen un valor de \$483 USD y estarán disponibles únicamente por 48 horas a partir de este momento así que toma acción en este momento para no perderlos. (Contador regresivo)

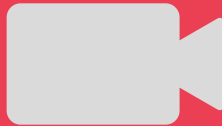
Pista C





Tiempo		Script		Música
		11. HAZ UNA OFERTA HAZ UNA OFERTA tercera llamada a la acción MIEDO (última oportunidad o vas a perder...)		
10 seg a 30 seg		Esta es la tercera llamada a la acción Vas a hacer un resumen de los beneficios que recibirán, hazles ver nuevamente que no tienen ningún riesgo (más que ganar que perder) y recuérdales que si no toman hoy esta oferta la van a perder EJEMPLO: Así que si no quieres perder estos Bonos de regalo que tenemos para ti haz clic en el botón de abajo para de una vez por todas dejar de (Problema).		Pista C
		12. PRUEBA SOCIAL [OPCIONAL] (Cierra con testimonios o historias de clientes)		
30 seg a 2 min		Muestra comentarios de tus clientes en redes sociales, testimonios en video, fotos de clientes felices con tu producto, historias de éxito, etc.		Pista C



 Tiempo	 Script 	 Música
10 seg a 30 seg	1. ATRAE SU ATENCIÓN (promesa, prueba, historia, pregunta interrupción)	Pista A
10 - 20 seg.	2.SEÑALA EL PROBLEMA (Describe el problema, e introduce al "héroe" que lo va a resolver(tu cliente)	Pista A
30 seg a 1 min	3. AGITA EL PROBLEMA (Datos, Ejemplos, Demostraciones, Histórias, etc.)	Pista A
10 seg a 20 seg	4. PRESENTA LA SOLUCIÓN (Presenta tu Producto/Servicio)	Pista B
30 seg a 1 min	5. ESTABLECE AUTORIDAD (Quién eres y por que deberían escucharte)	Pista B
2 min a 5 min	6. EXPLICA CÓMO FUNCIONA (da todos los detalles, muestra características y beneficios, anticipáte a las objeciones)	Pista B
10 seg a 30 seg	7. HAZ UNA OFERTA - Primera llamada a la acción ¿Qué van a ganar? (reafirma los beneficios, complementa la oferta con un Bonus, diles que hacer a continuación)	Pista C
10 seg a 30 seg	8. DA UNA GARANTÍA (Elimina el riesgo, diles por qué no tienen nada que perder, qué opinan tus clientes)	Pista C
10 seg a 30 seg	9. HAZ UNA OFERTA - Segunda llamada a la acción LOGICA (Recuerda los beneficios, recuérdales que no tienen nada que perder, y diles que tienen que hacer)	Pista C
10 seg a 30 seg	10. HAZ UNA ADVERTENCIA (Miedo a la pérdida, tiempo limitado, recuérdales el costo de no tomar acción, etc.)	Pista C
10 seg a 30 seg	11. HAZ UNA OFERTA HAZ UNA OFERTA tercera llamada a la acción MIEDO (última oportunidad o vas a perder...)	Pista C
30 seg a 2 min	12. PRUEBA SOCIAL [OPCIONAL] (Cierra con testimonios o historias de clientes)	Pista C

 Tiempo



Script



 Música

1.- ATRAE SU ATENCIÓN

(promesa, prueba, historia, pregunta disruptiva)

10 seg a 30 seg



Pista A



2.SEÑALA EL PROBLEMA

(Describe el problema, e introduce al "héroe" que lo va a resolver(tu cliente)

10 - 20 seg.



Pista A



 Tiempo



Script



 Música

3. AGITA EL PROBLEMA

(Datos, Ejemplos, Demostraciones, Histórias, etc.)

30 seg a 1 min



Pista A



4. PRESENTA LA SOLUCIÓN

(Presenta tu Producto/Servicio)

10 seg a 20 seg



Pista B





Tiempo



Script



Música

5. ESTABLECE AUTORIDAD

(Quién eres y por que deberían escucharte)

30 seg a 1 min



Pista B



6. EXPLICA CÓMO FUNCIONA

(da todos los detalles, muestra características y beneficios, anticipa a las objeciones)

2 min a 5 min



Pista B



 Tiempo



Script



 Música

7. HAZ UNA OFERTA - Primera llamada a la acción ¿Qué van a ganar?
(reafirma los beneficios, complementa la oferta con un Bonus, diles que hacer a continuación)

10 seg a 30 seg



Pista C



8. DA UNA GARANTÍA

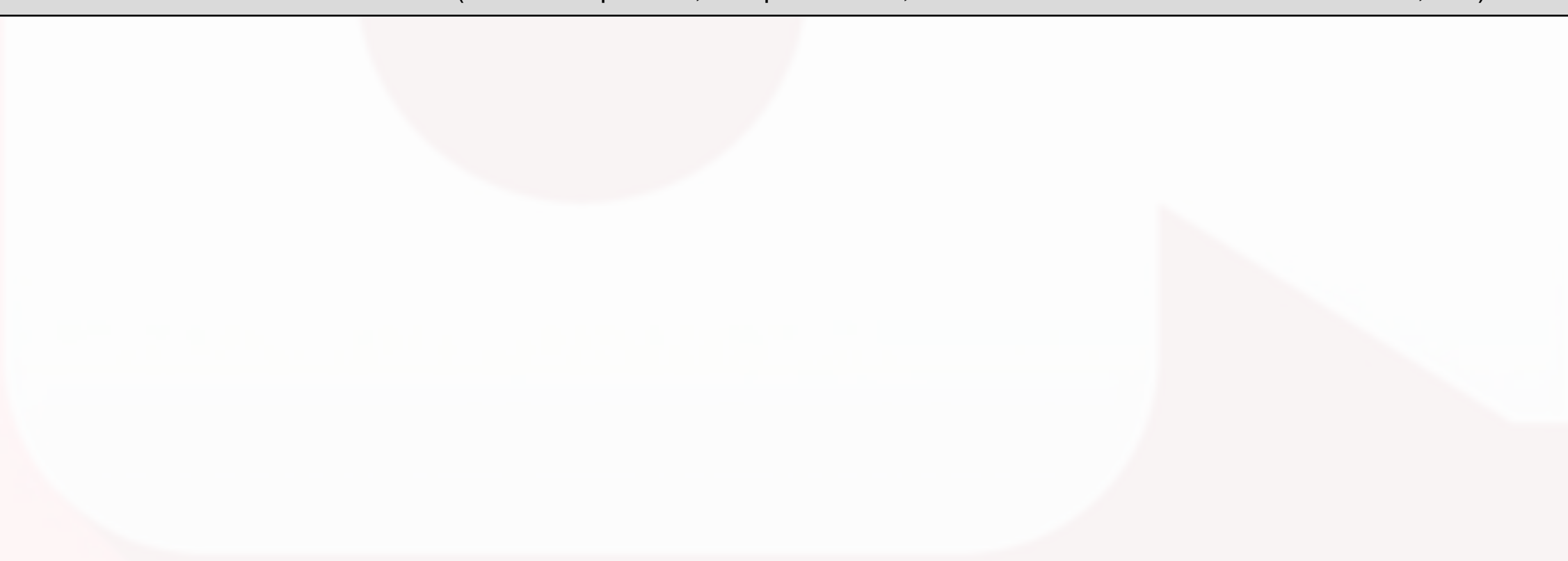
(Elimina el riesgo, diles por qué no tienen nada que perder, qué opinan tus clientes)

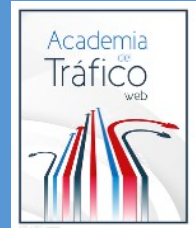
10 seg a 30 seg



Pista C



Tiempo		Script		Música
		9. HAZ UNA OFERTA - Segunda llamada a la acción LOGICA (Recuerda los beneficios, recuérdales que no tienen nada que perder, y diles que tienen que hacer)		
10 seg a 30 seg				Pista C 
		10. HAZ UNA ADVERTENCIA (Miedo a la pérdida, tiempo limitado, recuérdales el costo de no tomar acción, etc.)		
10 seg a 30 seg				Pista C 



Tiempo		Script		Música
		11. HAZ UNA OFERTA HAZ UNA OFERTA tercera llamada a la acción MIEDO (última oportunidad o vas a perder...)		
10 seg a 30 seg				Pista C
		12. PRUEBA SOCIAL [OPCIONAL] (Cierra con testimonios o historias de clientes)		
30 seg a 2 min				Pista C

La Fórmula para Crear una Video Carta de Venta Efectiva

Curso online 100% práctico



19 videos en HD
(4 horas, 33 min)

Cómo triplicar tus ventas estructurando correctamente tu mensaje

En este Curso Online vas a descubrir:



Cómo utilizar en tu mensaje de venta las 4 emociones que hacen que todos los seres humanos tomen acción



Las 3 configuraciones sencillas que podrían por si mismas duplicar tus ventas hoy mismo



Una guía paso a paso y con diferentes ejemplos para escribir y estructurar el contenido de tu mensaje de venta



Cómo escribir tu primer guión y grabar el audio sin que se escuchen errores ni pausas



En dónde encontrar música libre de derechos de autor, para utilizar en tu video carta de venta



Las diferentes técnicas de animación y edición, que harán que la gente no pueda dejar de ver tu carta de venta en video



El equipo y herramientas GRATUITAS y de pago que nosotros mismos utilizamos para crear todo nuestro video marketing.

Más información y precio

academiadeltrafico.com