

Estrategia número 7.

Membresía “Nosotras, sí. Nosotros, sí.”

Secuencia de e-mails.

30-11-2022

Todos los derechos reservados.

Esto significa que no puedes copiar ni pegar ni hacer pasar por tuyo este contenido.

Ni venderlo en otras webs, ni distribuirlo como parte de otro contenido tuyo o de terceros.

© Insights Digital Marketing Academy SLU 2022

Pendiente de ISBN

Cómo plantear secuencias de e-mails en los lanzamientos

El proceso de venta es muy claro. Alguien te conoce, empieza a desear lo que vendes, te dedicas a incrementar el deseo de esa persona de comprar tus productos y esa persona al final termina por comprar.

Si eres capaz de modular y controlar este proceso, siempre sabrás vender.

Si eres capaz de crear este deseo, siempre tendrás dinero.

Es así.

Suena muy fácil dicho desde fuera y probablemente lo es (me refiero a fácil), pero ¿por qué fallamos una y otra vez cuando nos proponemos vender? ¿por qué no somos capaces de crear este deseo en el potencial cliente?

Primero de todo, vamos a ser sinceros:

- Si tienes un mal producto, servicio o infoproducto, no lo vas a vender. Esto de tener un “mal producto” suena muy lógico, pero... ¿cuánta gente vende “mierda” y pretende venderla a montones?
- Por otro lado, obviamente deberías conseguir **diseñar una buena oferta. Esto es imprescindible.** Si tu oferta falla, entonces falla todo lo otro.

Así que si crees que tienes un buen producto y que has diseñado una buena oferta, ahora te toca... ¡generar deseo!

Y conseguir ventas.

Una de las mejores maneras para conseguir ventas sin tener que gastarte un dineral es el e-mail marketing. Si eres capaz de atraer leads a tu lista de correo y monetizar estos leads, tienes un negocio seguro a prueba de bombas y de oscilaciones en Facebook Ads o cualquier otra plataforma.

Es por eso que en esta lección de la membresía vamos a analizar una secuencia de e-mails REAL que envié recientemente a mi lista en mitad de un lanzamiento y vamos a ver también los números que hay detrás. ¿Qué e-mail vendió más que otro? Tener acceso a esta información real de un negocio es muy importante porque te da acceso a la **realidad de las ventas** que hay detrás de una **estrategia**.

En este caso vamos a analizar el re-lanzamiento de mi Curso de Segmentación Estratégica en Facebook Ads. Este curso lo re-lanzo una media de 3 veces al año. Este año 2022 lo relancé en diferentes ocasiones:

- En marzo en ocasión de la salida de mi libro *Estrategias no efímeras para triunfar en Facebook Ads*. Diseñé la oferta "Programa Triunfa en Facebook Ads" que contenía el Curso de Segmentación.
- Más tarde, en junio, cuando saqué mi Curso de Copywriting para Facebook Ads, rehice el Pack Programa Triunfa en Facebook Ads para añadirle este curso. De forma que relancé también el Curso de Segmentación Estratégica en Facebook Ads.

¿Por qué lo relanzo tanto? Para captar leads de calidad para mi lista. Este curso es un bestseller, lo mantengo a un precio muy económico, solo 47€ y por lo tanto es un caramelo. Cuando lo ofrezco con otras cosas (pack triunfa facebook ads) también se vende muy bien.

En esta ocasión relanzo el curso el 17 de noviembre de 2022. Mismas fechas que el año anterior: lo relancé el 17 de noviembre de 2021.

Principales diferencias respecto a los lanzamientos de febrero y junio de 2022:

- Lo relanzo solo. Vendo el Curso por 47€. Punto.
- Hay upsells en el checkout con los que se espera subir el ticket medio.
- Captación de leads enfocada a países de LATAM, ya que como la oferta principal es de 47€ y les sale más económico, es más probable que compren.

En cuanto a los e-mails, se han enviado varios e-mails de pre-lanzamiento... que son de calentamiento de la audiencia. El objetivo es concienciar sobre el estado actual de Facebook Ads. Lo comentaremos después.

La duración del lanzamiento es de 5 días, del 17 de noviembre al 21 de noviembre. Con el objetivo de no alargarlo demasiado y atropellar la oferta Black Friday. Hay dos secuencias de e-mails preparadas:

- 1) Una secuencia para los leads que NO tienen comprado el curso de segmentación.
- 2) Una secuencia para los leads que SÍ tienen comprado el curso de segmentación y no tienen curso de copywriting

De esta forma, va a haber de forma paralela 2 secuencias de e-mails a la vez con la idea de maximizar ingresos. A la lista 2) se les envía e-mails para que compren el

Curso de Copywriting para Facebook Ads y a la lista 1) se les envía e-mails para que compren el Curso de Segmentación Estratégica.

Se envía 1 mail a diario.

Menos:

- El día 17 de noviembre, día del webinar, se envían 3 e-mails en total. 2 de recordatorio y 1 de venta del curso.
- El día 21 de noviembre se envían 2 e-mails para que todo el mundo se entere de que finaliza la oferta especial.

La oferta en este caso NO es un descuento, aunque se juega con la ambigüedad, ya que se dice que hay una oferta y que esta termina el 21 de noviembre. No se termina de entender si el precio va a subir o no.

Por otro lado, hay un BONUS especial para los que compren el curso y se ha hecho para incentivar las ventas.

El disparador psicológico principal es el **deadline**, el 21 de noviembre, que es el fin de la oferta en sí. Con lo que se quiere conseguir muchas ventas el mismo 21 de noviembre al finalizar la oferta.

Los leads captados son de personas interesadas en marketing digital, personas que ya hacen anuncios, etc. Por lo que son personas familiarizadas con el marketing y este Curso les puede solucionar un gran quebradero de cabeza.

Planteamiento de los e-mails y del lanzamiento en sí

Cada lanzamiento tiene detrás un planteamiento. Este mes de noviembre Meta ha echado a 11.000 personas. Es Black Friday. Hay un retroceso en las ventas de e-commerce y mil cosas más. Este es el contexto en el que operamos.

Por otro lado, sé que Meta da los mismos problemas que siempre. Falta de estrategia, de segmentación, de creatividades... todo esto provoca malos resultados en Facebook Ads.

Así es cómo se empieza a plantear este lanzamiento.
Contexto + problemas.

Los e-mails tienen que responder a todo esto.

Vamos a **comentar** la secuencia de e-mails previa al lanzamiento.

Secuencia previa lanzamiento

- Facturar más. Facturar más.
- Dos meses testeando y sin ventas.
- Cómo ha cambiado Facebook Ads (y nosotros).
- Novedades brutales sobre Facebook Ads.
- Las reglas han cambiado (para todos).

Estos e-mails no los voy a poner aquí porque sería un PDF demasiado largo. Si no los tienes y los quieres dímelo y te los mando, aunque si estás en mi lista seguro que los tienes.

El objetivo de estos e-mails es concienciar a mis potenciales alumnos sobre la necesidad de hacer formación en Facebook Ads. Rompo algunos mitos, doy ideas diferentes, hago "click" en el cerebro... La estrategia aquí es exactamente la de concienciar, por lo que no hay intención de venta directa. De todos modos, en un e-mail dije que está disponible mi Curso de Segmentación Estratégica y hubo algunas ventas.

Es importante la secuencia previa para poder mentalizar a tus clientes potenciales. Si no preparas el terreno, es mucho más difícil generar deseo. Mediante la toma de conciencia mis alumnos potenciales tienen la impresión de que necesitan el Curso para saltar esos "gaps" (agujeros) que tienen en relación a Facebook Ads.

Secuencia lanzamiento

A continuación, voy a poner uno por uno los e-mails de la secuencia de 5 días. Del 17 al 21 de noviembre, como te he dicho, hay e-mails con el objetivo de vender el Curso de Segmentación Estratégica.

17 de noviembre.

Asunto: Cómo conseguir mejores resultados en Facebook Ads

En los próximos días voy a explicarte cómo mejorar tus resultados en Facebook Ads aunque tengas bajo presupuesto, poco conocimiento o incluso....

justo al revés,

aunque tengas mucho presupuesto pero no tienes ni idea de cómo gestionarlo.

Vaya reto, dirás...

Es posible, respondo.

Como entiendo que has estado al tanto de los últimos días y del **directo de ayer**, te voy a hablar sobre quién puede beneficiarse de comprar el [**Curso de Segmentación Estratégica en Facebook Ads**](#) 🙌🙌🙌

- **Marketers** que gestionan campañas en Facebook Ads para ellos y sus clientes y tienen dudas serias sobre cómo segmentar y cómo diseñar una estrategia de campañas en Facebook Ads
- **Emprendedores/as** que gestionan sus propias campañas y siempre tienen dudas sobre si están sacando el máximo provecho o no

- **Tiendas on-line** que quieran subir ROAS y conseguir bajar el CPA, aumentar ventas sin tener que perder dinero
- **Infoproductores** que necesiten captar leads para vender mentorías y cursos
- **Inmobiliarias** que quieran conseguir leads de personas que quieran vender sus propiedades o personas que quieran comprar

En realidad el [Curso de Segmentación Estratégica en Facebook Ads](#) es beneficioso para mucha más gente y situaciones.

Esto es solo un resumen muy resumido.

Si quieres el curso ahora, solo tienes que [hacer click aquí](#) y después de una larga página de ventas donde te explico todo, todo y todo podrás comprarlo.

Hay un ⚡ **BONUS extra** ⚡ solo para los que tengan el curso comprado a fecha de 21.11.2022 (23.59h), así que no te encantes.

(Si tienes curiosidad sobre el bonus, está explicado en la página del curso).

Abrazo,
Emma

En este e-mail ponemos las bases.

¿Para quién es?

¿Quién puede disfrutar de ello? La idea es hablar de los puntos de dolor para que el alumno potencial se sienta identificado con lo que se le está vendiendo.

Se recuerda el fin de la promo (deadline), ya que es uno de los disparadores psicológicos más potentes. Y se habla de "si tienes curiosidad"... ve a la página de ventas con el objetivo de que las personas visiten la página de ventas el curso.

18 de noviembre.

Asunto: Tus campañas dejarán de funcionar.

Ya no es Halloween, pero te voy a presentar una historia de terror.
Lo peor de todo: basada en un **caso real**, así que... 😨

La cosa está en que hace unos años conocí a una CEO que tenía una empresa muy chula. Vendía mucho. La verdad es que lo tuvo fácil los primeros años, entró en el mercado, su producto fue bien aceptado y todo iba de perlas.

Vendía a través de redes sociales y de campañas publicitarias en Facebook Ads.

Lo típico.

Esa época dorada de Facebook Ads en la que cada euro o dólar que metías se convertía mágicamente en muchos más dineros...

Lo que le ocurrió a esta CEO es que no se anticipó.
A ver, pensó que siempre le iría bien (¿por qué no pensarlo?).
Y que Facebook Ads iría de perlas siempre de los jamases y que, por lo tanto, siempre vendería más y más en su negocio.

Un día, de repente... (bueno, no fue un día, fueron cambios graduales, cosas pequeñas que fueron pasando, pero, como te decía...)...

Un día....

Se fijó en que sus campañas ya NO eran rentables.

Que estaba tirando el dinero.

Que ya no vendía tanto y que lo que vendía lo conseguía invirtiendo, simplemente,... demasiado.

Que si el pixel, que si verificar dominio, que si las cookies, que si los eventos prioritarios, que si la segmentación...

y poco a poco su cuenta de Facebook Ads fue perdiendo eficiencia.

**Esas campañas que tanto dinero le daban se esfumaron.
Incluso llegó a duplicarlas meses más tarde tratando de encontrar el Santo Grial que antes le había dado tanto dinero.**

¿Dónde están esas campañas? ¿Por qué ya no van?
¿Qué he hecho yo para merecer esto?

Nuestra CEO se quedó sin recursos.

¿Cómo vuelvo a facturar lo que facturaba?

Durante todo este tiempo había actuado de algún modo como una inconsciente en la plataforma.

- ✘ No testeó nuevos públicos
- ✘ No cuidó sus públicos personalizados (retargeting)
- ✘ No diseñó estrategias de escalado
- ✘ No se cuidó de conseguir fuentes de tráfico externas a Facebook Ads (para alimentar el pixel)

Todo esto hizo que la patacada ante los cambios de Facebook Ads fuera fuerte.

Muy fuerte.

Pero bueno...

nuestra emprendedora ya podemos imaginarnos que era una mujer con recursos. Hizo algo que no todo el mundo es capaz de hacer: buscar soluciones.

Decidió formarse.

Hizo, de hecho, mi [Curso de Segmentación Estratégica de Facebook Ads](#).

Su visión sobre la plataforma cambió completamente.

Ahora, por fin, tenía un método a prueba de cambios.

Tenía respuestas.

Podía aplicar siempre este método para conseguir resultados.

Empezó a conseguir campañas de éxito de nuevo y entendió realmente los entresijos de Facebook Ads, esos que hacen que algunos negocios sobrevivan a las olas 🌊 y que otros mueran.

¿Tú en qué lado quieres estar?

Por 47€ tendrás la mejor inversión de tu vida en Facebook Ads.

[-> Aquí puedes comprar el curso <-](#)

Abrazos,
Emma

PD: Ya sabes, la oferta con el ⚡ **BONUS especial** valorado en 250€ ⚡ termina el 21 de noviembre de 2022 a las 23.59h.

PD 2: De todos modos, recuerda que al comprar AHORA el curso tienes acceso también a otros bonus brutales que harán que sepas diseñar estrategias de marketing .

¿Qué hizo mal la persona que le fue fatal todo en Facebook Ads? ¿Qué es eso que hizo que podemos evitar? ¿Cómo solucionó sus problemas? Aquí estoy haciendo que la persona que lee el e-mail empatice con la historia y se sienta identificada. Como puedes ver, hay solución.

- 1) Le iba muy bien
- 2) Algo pasó, ya no le iba bien
- 3) Todo lo que hizo mal para que le fuera tan MAL
- 4) Cómo revirtió la solución

Muchas de las personas apuntadas a este directo mío y a este lanzamiento vivieron también la “época dorada de Facebook Ads” en la que era más fácil vender, por lo que a nivel de punto de dolor empatizan mucho con la historia de esta mujer.

19 de noviembre

Asunto: Un rumor sobre Facebook Ads que te dejará helado

Recibo muchos mensajes a diario.

Algunos me hacen reír, otros enfadar y otros ultra-enfadar.
Es broma. Aunque confieso que soy humana y no un robot y claro que me afectan los mensajes que recibo.

Va, lo que quiero decir es que algunos de los mensajes que recibo son **pueros rumores**.

Gente asustadísima porque tal rumor de Facebook Ads le ha llegado.

Porque dicen que “Meta va a hacer esto”,
“Meta va a hacer lo otro”.

Dicen que "Ya no hay nadie en Facebook",
"TikTok está ganando a Instagram",
"Van a quitar el píxel",...

yo qué sé qué más.
Si te contara te marearías.

Lo de estar asustado lo puedo entender.
Pero nunca he estado conforme con estas cosas.

Me refiero a escuchar rumores y asustarme **antes de que pase nada realmente.**

Yo soy más de fijarme en las realidades que tengo enfrente de mí:

- ✓ ¿Siguen vendiendo mis clientes?
- ✓ ¿El píxel sigue funcionando?
- ✓ ¿La CAPI me funciona mejor? (oye, si no sabes qué es la CAPI, ningún problema, incluso te felicito por ello)
- ✓ ¿Mis estrategias de segmentación siguen funcionando?

Puedes asustarte si quieres, pero no es algo sano vivir con miedo.
Te quita el foco de lo importante: vender más.

Te digo otra cosa.

Los alumnos que compran mi [Curso de Segmentación Estratégica en Facebook Ads](#) reciben actualizaciones de por vida, BONUS de por vida y pueden acceder a los contenidos SIEMPRE, por lo que casi es como comprar un SEGURO  anti-cambios en Facebook Ads.

Que Facebook Ads cambia y ya no va como siempre, **el curso se actualiza.**

Que ya no funciona el píxel (imaginemos un futuro apocalíptico sin píxel), pues lo mismo... **lo tienes en el curso.**

Y así con mil cosas más.

Tener un  **seguro**  **anti cambios** que te permite estar tranquilo/a y no tener que andar con esta cara  todo el día por 47€ es casi como un regalo.

Además si puedes acceder a  shhhhhht... todos los bonus que hay en el curso que...  shhhhhht... son como 3 cursos más..... *(no lo digas muy alto, oye, que se entera todo dios y si mucha gente hace MUY bien sus*

campañas entonces sube la competencia!)).

👉 [Aquí la info del curso](#). Verás que la carta de ventas es larguita.

Léela si quieres o sino ve directo al grano.

Al checkout.

Así accedes antes al curso.

Abrazo,
Emma

PD: La promo cierra el **21 de noviembre a las 23.59h**. Tú compras el Curso ahora y tienes acceso de inmediato a él.

Luego acceso de por vida a sus actualizaciones y ampliaciones de temario.

Acceso de por vida a los bonus que voy añadiendo.

Caso real. Recibo muchos e-mails y comentarios de personas con rumores, vienen asustadas y les da la sensación de que el mundo va a terminar de un momento a otro. Quiero que mi lector empaticé con esto, seguro que ha oído algún rumor, seguro que ha sentido miedo. Yo le doy seguridad.

La seguridad vende.

20 de noviembre.

Asunto: Esto no es normal aunque creas que sí

Tú crees que es normal que el CPA (coste por cada venta o resultado) en Facebook Ads suba.

Creas que es normal que cada vez te cueste vender más.

Creas que es normal que los ROAS bajen, que los leads cada vez cuesten más dinero...

Quando poco a poco vamos bajando el nivel de resultados, normalizamos el fracaso.

Se vuelve algo cotidiano.

Bajamos los estándares.

Lo que un día nos cabrea, el otro día lo vemos como lo máximo a lo que podemos aspirar.

Yo lo que quiero decirte es que no es normal que te ocurra todo esto...

No voy a negarte que ha habido cambios drásticos en Facebook Ads y que han pasado muchas cosas los últimos dos años.

No voy a negarte que dicen que hay una recesión y que los precios suben.

No soy tonta.

Pero te voy a decir que con el acceso que tengo a las facturaciones de muchos negocios y a resultados de Facebook Ads de muchos negocios, lo que está marcando la diferencia es algo muy diferente a lo que tú te piensas.

Lo que marca la diferencia es reciclarse, pensar "fuera de la caja", innovar, testear, experimentar y tener metodologías a prueba de olas.

Los que hacen todo esto siguen obteniendo buenos y brutales resultados.

Los que decidieron **hacer siempre lo mismo y quedarse igualitos**, esos no, esos están fracasando. No voy a ponértelo bonito porque no lo es. (cerrar negocios no es bonito, no).

Eso sí. Te lo pongo muy fácil para que ya no puedas tener ningún tipo de duda ni de objeción.

Solo 47€ y obtienes una metodología para conseguir campañas de éxito en Facebook Ads.

Y así puedas alejarte de todos esos mensajes negativos y catastróficos que dejan Facebook Ads por los suelos mientras es evidente que otros anunciantes sí obtienen beneficios (sino no estarían ahí, créeme).

Abrazos,
Emma

PD: [Aquí puedes ver el curso](#), temario, testimonios y pruebas de

resultados.

Al comprarlo tienes acceso inmediato y luego ya tienes acceso de por vida a las ampliaciones de temario y actualizaciones. Además, siempre que añada bonus (unos 3 por año seguro), los recibes tú también. No puedo obligarte a comprar esto para que mejores tus campañas, claro que no, al final el paso y la decisión la tienes que tomar tú.

PD 2: Recuerda que la promo está disponible hasta el 21 de noviembre a las 23.59h.

Aquí lo que quiero es que se den cuenta de que no es normal tener negocios deficitarios, campañas que NO funcionan y resultados mediocres. Les empodero diciéndoles que pueden hacer algo para evitar caer en tal mediocridad.

21 de noviembre

Asunto: Último día Curso Segmentación Estratégica. Bonus, respuestas y fin de promo

Hoy es el último día para comprar el [Curso de Segmentación Estratégica en Facebook Ads](#) con esta promo y poder acceder al BONUS extra valorado en 250€.

Mañana esta promo y este bonus ya no estarán disponibles.

Durante estos últimos días hemos estado hablando de Facebook Ads y sobre cómo conseguir buenos resultados en la plataforma.

También te he dicho que no existen los milagros.

Quien puede marcar la diferencia eres tú.

Solo implica una decisión:

"Quiero mejorar mis campañas de Facebook Ads, dejar de ir como pollo sin cabeza y actuar con una estrategia y un método eficaz y probado".

No necesitas mucho tiempo al día para poder hacer el [Curso de Segmentación](#).

Conozco gente que lo ha hecho en plan maratón, aunque es mejor hacerlo poco a poco en el plazo de 1 semana e ir implementando todo lo

que descubres.

No hace falta que incrementes a lo loco tu inversión en Facebook Ads.

Tendrás acceso al grupo privado de Facebook Ads que tengo para resolver dudas.

Además, podrás acceder a los BONUS (en la web del curso te explico) que te ayudarán a diseñar una estrategia de marketing global que hará que tus beneficios a medio-largo plazo se incrementen.

Recuerda que la promo termina **hoy a las 23.59h** y que luego la oferta ya no estará disponible.

Vamos a responder a algunas preguntas que he ido recibiendo estos días:

¿Cómo puedo saber si este curso aplica a mi tipo de negocio?

Si tu negocio hace publicidad en Facebook Ads, entonces aplica al 100%. Porque todos los negocios que se publicitan en Facebook Ads necesitan de una estrategia de segmentación y de campañas. Vale, perdona, sí... sirve para infoproductores, venta de servicios, tiendas on-line, inmobiliarias...

¿Es solo para personas que invierten poco?

No, es para todos los públicos. A ver, yo no me tomo muy diferente una cuenta de 40.000€ al mes que una de 350€ al mes. Dime loca, como quieras. Pero... ¿sabes qué? Cuando haces esto lo que ocurre es que cada euro/dólar/peso invertido cunde mucho mucho más. Las cuentas de 40.000€ tienden a tirar dinero a la basura en campañas absurdas. Y las cuentas pequeñas tienden a no invertir por miedo a gastar todo el presupuesto. Pues eso. En este curso tanto si eres de los que "invierten mucho" como de los que "invierten poco", encontrarás respuestas.

¿Es un pago único y ya con eso accedo de por vida a actualizaciones y futuros BONUS?

Sí, exacto. 47€ y accedes de por vida a todo lo que dices.

¿Cómo se accede al contenido?

Al comprar el curso se crea una cuenta en mi plataforma de aprendizaje. Tienes las instrucciones al finalizar el pedido, es muy fácil.

Oye, ¿y si quiero más puedo comprar más cursos?

Sí, claro. De hecho, atento/a que en el checkout hay sorpresas.

—
Así que nada. Todo dicho por aquí...
Te quedan unas horitas por decidir.

Abrazos,
Emma

PD: [Aquí para comprar el curso.](#)

Aprovechamos para responder a preguntas frecuentes que en realidad son objeciones. Recordamos deadline.

21 de noviembre (segundo e-mail)

Asunto: 🕒 Última llamada "Curso Segmentación Facebook Ads"

Nada, solo decirte que quedan unas horas para acceder a la promo del [Curso de Segmentación Estratégica en Facebook Ads.](#)

Piensa en todo lo que podrás hacer cuando tengas el curso y los bonus que podrás disfrutar...

Podrás hacer campañas sin dudar todo el rato de si las has configurado bien a nivel estratégico.

Podrás elegir públicos segmentados sin dudar de si están bien o no están bien. Tendrás un método para averiguar qué públicos funcionan.

Podrás crear públicos personalizados y similares sin dudar en ningún momento de si puedes o no usarlos o de si servirán o no servirán...

Podrás obtener una metodología para subir el ROAS, obtener mejores resultados, bajar el CPL (coste por lead) y mil cosas más...

Además, accedes a estos BONUS:

- ✓ Masterclass "Publicidad Omnicanal"
- ✓ Masterclass con alumnos donde resolvimos muchas dudas que te irán genial

- ✓ Cuaderno de trabajo segmentación
- ✓ Checklist antes de publicar campañas
- ✓ Acceso exclusivo a Ebook "Fórmulas de Segmentación Estratégica" para que nunca te quedes sin ideas de segmentación (hacks y estrategias)

Y, obviamente, tienes acceso al ⚡ **BONUS EXTRA** ⚡ ... donde podrás preguntarme sobre tus campañas o las de tus clientes y resolveré tus dudas (valorado en + de 250€).

No sé yo, todo esto **por 47€**.

Pues nada.

A las 23.59h de hoy 21 de noviembre termina la promo.

Un abrazo,
Emma

PD: [Aquí para comprar el curso.](#)

Mucha gente espera al último momento para comprar, por eso si envías más de un e-mail el día de cierre de carrito es más probable que consigas más ventas.

E-mails extra (no esperados)

Esto que ves aquí arriba es la planificación de e-mails que se hizo previo al lanzamiento. Decidí que no habría replay para conseguir que más gente acudiera al directo. Lo que pasó es que muchas personas no pudieron acudir y me pidieron por favor que pusiera el replay.

¿Qué hice? Mandé un e-mail el mismo 17 de noviembre, tan solo 38 minutos después de haber enviado el e-mail post-lanzamiento (el primero de la secuencia) diciendo que había replay. Aprovechando también la ocasión para decir que en Black Friday este curso NO estaría más barato (por si acaso esto afectaba a las ventas).

No puedo poner números ahora mismo porque faltan aperturas y datos, pero **se abrió más el e-mail EXTRA** que el primero de la secuencia. Esto es porque se notaba que "había pasado algo" y la gente es curiosa de por sí. Decir también que el % de aperturas no fue penalizado por haber enviado ese día un total de **4 e-mails**

(sí, sí, 4 en un mismo día). La tolerancia de número de e-mails enviados es más alta de lo que creemos, siempre y cuando tengamos algo interesante que decir a la lista, por supuesto.

Por este motivo es probable que en algún momento **aún habiendo planificado toda la secuencia**, envíe algún e-mail extra por algún motivo (es algo que dejo para la improvisación según vaya el lanzamiento).

Decir también que los alumnos que ya tenían el curso de segmentación + el de copywriting NO reciben ningún e-mail durante 5 días, por lo que después de pensármelo he decidido enviar un e-mail muy sincero en el que les digo que son alumnos muy guays jajaja y que les doy algo a cambio... porque al diseñar el lanzamiento de esta forma estoy obviando enviar e-mails al TOP de mi lista, esos alumnos que han comprado la mayoría de mis cursos.

Lo que quiero decir con todo esto es que si bien planifico el lanzamiento, dejo espacio para modificar e-mails, añadir más e-mails y cambiar ligeramente la estrategia según vea resultados. Esto es importante tenerlo en cuenta porque muchas veces tratamos de definirlo todo al 100% desde un buen inicio y no queremos modificar ni cambiar nada porque nos comprometemos con nuestra estrategia. Yo lo que te digo es que te tienes que comprometer con los resultados, no con la estrategia. Y si tienes que borrar un e-mail que creías que estaba muy bien escrito, pues lo borras. Aquí da igual tu ego. Por cierto, aquí tienes un e-mail que finalmente no envié:

NO #1.

⚡ NUEVO BONUS Curso Segmentación Facebook Ads

Ayer relancé el bestseller de mi Academia.
El Curso de Segmentación Estratégica en Facebook Ads.
Un curso que sigue a un precio ridículo por todo lo que ofrece.

No quiero hablarte de esto.
No ahora.

El año pasado en estas fechas estaba dando mis servicios de Consultoría a una gran empresa por la que cobraba unos 1500€ al mes de media (no exagero) por optimizar y vigilar las campañas de Facebook Ads.

Este año he decidido NO dar estos servicios y no cobrar estos 1500€.
No me compensa, la verdad.

Aunque poder gestionar presupuestos altos y estar en un entramado de empresa grande es,

simplemente, divertido.

No me compensa.

Me distrae de mi foco.

Que es... ayudarte.

Así que he decidido coger otra vez todo el conocimiento que tengo como experta en Facebook Ads y ponerlo a tu disposición por solo 47€, ese precio ridículo que hace que más de uno se ría en mi cara... Ya que dicen que los humanos no valoramos lo que no pagamos caro.

Pero sé que eres más listo/a que esto. ¿No? Esperemos que sí.

Es decir, esperemos que compres el curso y lo uses para dar un giro de 180° a tus resultados en Facebook Ads.

Y que consigas petarlo y que cuando todo te vaya genial me invites a una mariscada.

Es broma (o no).

Total.

Que además del Curso por 47€, puedes participar en un BONUS EXTRA disponible solo si compras el curso ahora (o lo compraste antes) que es...

atención....

Voy a responder a tus dudas sobre TUS campañas o la de TUS clientes.

Y no tendrás que pagar 1500€ como esa empresa.

Solo 47€.

La promo está disponible hasta el 21 de noviembre.

Aquí la info del curso.

Abrazo,
Emma

¿Qué voy a hacer con él? A lo mejor lo envió en algún momento, no sé. Pero decidí no enviarlo.

La semana que viene...

Con los números en la mano vamos a analizar resultados de los e-mails que hemos visto en esta secuencia. **Números reales. Ventas reales.**

Será brutal :) Prometo.