

Estrategia número 15.

Membresía “Nosotras, sí. Nosotros, sí.”

Captar leads

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 2023

Pendiente de ISBN

Captar leads (y mucho más)

El otro día tuve una reunión con una psicóloga. El negocio le va bien. Tiene clientes. La mayoría le vienen por doctoralia, todo sea dicho, pero tiene clientes. Está pensando en dar el paso. ¿Cómo lo hago para facturar más? Obviamente, rompiendo el 1 a 1. Ya que para facturar 10.000€ al mes haciendo sesiones de, pongamos 100€ (y no es esto lo que cobra), debería hacer unas 100 sesiones al mes. Que serían como 25 a la semana y esto por día daría entre 3-4 sesiones.

Las matemáticas son chulas. Parece posible hacer esto. Tener 4-5 pacientes al día, a 100€ y facturar esos 10.000€. Pero la verdad es muy diferente. Primero está el tema de que cobrar 100€ por sesión no es algo habitual, no al menos por ahora, en este sector. Sobre todo si se dirige a cliente final (particulares) y no a empresas.

Por otro lado, no siempre puede haber 3-4 sesiones al día. Para ello necesitaría tener activos bastantes clientes a la vez. Teniendo en cuenta que algunos van, otros vienen, otros tienen temas y no pueden agendar sesión... el número sería muy grande.

No salen las cuentas.

El 1 a 1 es limitado. Es algo que quien se dedica a **llevar clientes, dar consultorías, ofrecer sesiones dirigidas a 1 sola persona**, se da cuenta. Se cobra bien, en general, pero tiene sus límites.

Se toca techo rápido.

La pregunta que me hizo fue... ¿qué hago? ¿me pongo a hacer anuncios en Facebook? ¿Contrato a alguien para que sea mi community manager? ¿Hago publicidad en Google Ads?

La verdad es que te acabo de decir una mentira.

La chica no me hizo estas 3 preguntas. Me hizo solo una.
La que me hizo fue la de las redes sociales...

Está aún por ahí rondando la creencia de que para obtener más clientes (oye, ahora te comento, pero hay un error de base en todo esto... ahora te lo explico) solo hay que publicar en Instagram. Luego sucede la magia.

Sé que esto no lo piensan los marketers, lo piensan los emprendedores. Pero vale la pena pararse aquí en esta falacia horrible. Tanto si eres marketer como

emprendedor, no quieres creerte esto. Si te crees esto, es que algo va mal. Por publicar en Instagram, no obtendrás más clientes.

Además, el error de base es que esta chica **no quiere más clientes en realidad porque debería subir de precio la tarifa de sus sesiones a 100€ o más y captar muchísimos clientes** para llegar a unos 8000€ de facturación. Esto la agotaría. Y mucho.

Así que lo que tiene en su cabeza ahora mismo es un lío.

Quiere facturar más, piensa que para hacerlo necesita más clientes. Piensa que para conseguir más clientes debe publicar a menudo en Instagram. Bucle.

Si consiguiera clientes en Instagram (que lo dudo mucho, ya que no podría dedicar el tiempo necesario a diseñar una buena estrategia y ejecutarla, recordemos que quiere muchos más clientes y que eso le quitaría todo su tiempo), sería en cuentagotas. No de golpe. Y quizá los que consiga de más, son los que pierde por otro lado, por lo que Instagram definitivamente no va a mover la aguja.

Por otro lado, como decía, el error de base es que no se ha establecido ningún objetivo. Si el objetivo es "facturar más" y por eso quiero "estar en Instagram", en realidad... bueno, es como si no hiciera nada.

Su objetivo tiene más que ver con el de conseguir hacer "algo" que le permita facturar más sin tener que meterle más horas. Lo que se llama escalar. No tiene por qué ser una Academia, ni un infoproducto ni un ebook de pago, puede ser una mentoría grupal en la que en vez de tener a 1 persona pagando 100€ la sesión tienes a 8 personas pagando cada una 60€ teniendo unos ingresos de 480€ por sesión por **gastar 1 sola hora de su tiempo.** ¿Lo ves?

Vale. Ella no sé si lo ve... porque me estuvo diciendo lo de vender ebooks. Tiene un cacao en su mente. Eso seguro.

Ahora me preguntarás... ¿y qué le dijiste tú? ¿qué tiene esto que ver con el tema de la membresía de hoy? Pues mucho.

Porque analizando su situación le dije... **no te vale la pena gastarte 400€ al mes para contratar a un community manager que te cree contenido "mediocre" para tu Instagram que nadie va a ver.**

Lo que necesita es, primero, tener claro qué quiere. Vale. Pero... segundo... **necesita visibilidad y alcance.** Esto no lo conseguirá publicando en redes sociales.

Le dije también que lo normal es que alguien busque psicólogo pero que no contrate al instante. La gente va y viene. Se siente mal, busca psicólogo y se va. No llama al instante. No contrata al instante. Es por eso que le hablé de tener una lista de correo en la que fuera manteniendo el contacto con esos potenciales clientes.

Me dijo "yo no tengo potenciales clientes, solo clientes". Vale. Puede ser. Pero a la que empiezas a existir en el mundo digital, tienes un montón de potenciales clientes.

Luego le dije: puedes hacer campañas en Google Ads, quien llegue a tu web en vez de decirle "contrátame", le enseñas un vídeo tuyo muy chulo, luego le pides que se suscriba a la newsletter a cambio de algo gratuito (lead magnet) y le entras en una secuencia que dure 2-3 meses porque **sabemos que decidirse a llamar al psicólogo es difícil** por muchos motivos (prejuicios, dinero que habrá que gastar, cuesta dedicar tiempo, energía y dinero a nosotros mismos y a nuestra salud mental).

En resumen, el embudo:

- Campaña Google Ads
- Vídeo en la landing para que la conozcan
- Lead Magnet para captar leads y aprovechar al máximo las campañas de Google Ads
- Secuencia de e-mails de 2-3 meses para dar tiempo suficiente a las personas a decidirse y llamar

Lo que falla aquí, al menos para esta chica, es el tema de **Google Ads**. Contratar a alguien para que te haga publicidad y encima pagar la publicidad es un suplicio para la mayoría de personas. Prefieren gastarse ese dinero en Instagram porque creen que ahí "sí están haciendo algo". Lo entiendo. Y lo entiendo porque en general la publicidad, si se hace mal, da pocos resultados y gasta mucho dinero.

Así que le dije lo siguiente.

Lo que tienes que hacer es tratar de conseguir leads para tu lista de correo, entrarles en esta secuencia (lo de la secuencia tiene su explicación, por un lado, para dar la bienvenida a todos los nuevos que llegan, por otro lado, porque ella no tiene tiempo de ir mandando e-mails de forma constante).

Ahora bien, ¿cómo se consiguen leads si no es pagando?

Y ESTE ES EL TEMA DE HOY.

Vamos a repasar todas las maneras en las que podemos conseguir leads sin pagar ni un euro, dólar o peso por publicidad.

Algunas de las maneras que te voy a presentar son básicas, dirás que te estoy diciendo cosas que ya sabes, pero probablemente no haces las cosas que comento aquí. Captar leads de este modo te permite no gastar ni un euro, puedes delegarlo una vez tienes ya el sistema creado y en general los leads que llegan son de calidad.

Maneras de captar leads sin pagar por publicidad

1. Grupos de Facebook

Los grupos de Facebook siguen siendo un sitio donde hay miles de personas hablando de un mismo tema. Están, de hecho, categorizados a la perfección por temáticas, por lo que puedes buscar grupos de lo que sea.

Una vez dentro, deberías comentar varias veces a otros compañeros, para que no parezca que estás haciendo SPAM. Lo más habitual para conseguir leads es escribir un post que diga:

Di YO si quieres conseguir X en X tiempo.

o:

Di YO si quieres aprender tal cosa de forma gratuita.

Es decir, no les pedimos que vayan a una web y dejen su e-mail de buenas a primeras. Primero pedimos interacción en el propio post. Las personas interesadas son las que luego recibirán el enlace a la landing donde podrán dejar su e-mail para obtener el recurso gratuito que publicitas.

2. Invitación en podcast

Lo de ser invitado en podcasts no es broma. Si eres capaz de mandar e-mails en frío que capten la atención de podcasters y así quieran invitarte a su programa, lo has petado. Imagínate que cada mes eres capaz de conseguir 5 invitaciones. Al cabo de un año, tienes ya unas 50 entrevistas. Tu nombre empieza a sonar. Obviamente, al principio puede que solo te acepten personas con poca audiencia. Pero a la que tengas ya algunas entrevistas en la saca puedes ir a por los podcasts con más audiencia. Eso sí, piensa en compartir un lead magnet en el capítulo cuando te pidan a dónde deben enlazar y dónde te pueden encontrar y a explica

bien ese recurso para que la gente tenga ganas de tomar acción, ir a la web y descargarse el recurso.

3. Guestblog

Esto es lo mismo que lo del podcast, pero en vez de aparecer entrevistado, aquí solo redactas un artículo para un blog. Quien tiene un blog puede recibir con gran alegría este ofrecimiento tuyo. Al fin y al cabo estás ayudándole con el SEO, con la frecuencia de publicación en el blog y le dejas descansar de redactar un artículo.

Lo mismo. Deja con ganas a la gente y diles que para saber más pueden descargar tal recurso gratuito tuyo.

4. Invitado en la lista de correo de otra persona

Aquí ya vamos más a saco. Un día secuestras la lista de otra persona.

Vale. Que no es fácil. Todo trata de hacer networking si te fijas. Deberías buscar personas afines a ti. Es decir, que en sus listas haya audiencias afines a lo que tú vendes. De este modo, puedes aprovechar esa audiencia para ti y conseguir resultados.

Podrías ser también creativo. Por ejemplo, si yo sé que alguien tiene una lista donde habla de e-mail marketing y automatizaciones, pues yo hablo ahí un día sobre una estrategia de marketing omnicanal en la que haya parte de ese e-mail marketing / automatizaciones.

Si tienes una tienda de zapatos, pues te buscas a alguien que vende bolsos. Estoy siendo muy directa, poco sutil, pero es para que me pilles.

Si te da vergüenza pedir algo así, pídelo a cambio de algo que tú puedas dar a esa persona. Es obvio que si esa persona tiene una lista de 20.000 personas y tú una de 2.000 a la persona a la que le pidas esto no le va a interesar **estar en tu lista**, así que no podéis hacer trueque. En este sentido, le puedes dar un % de las ventas (lo hablamos en la estrategia sobre Grant Cardone) o le puedes hacer incluso algún trabajo o algún regalo a cambio (rollo influencer, te doy un bolso y a cambio hablas de mí).

Que no te dé vergüenza pedir algo así. Al final las personas con más "morro" son las que consiguen más resultados... piénsalo. Si no te atreves, nunca lo conseguirás.

5. Invitado en canales de YouTube

Aquí puedes hacer varias cosas. O bien pedir que te entrevisten o bien grabar un vídeo para esa persona (tendrá que ser de la misma calidad y línea que el canal donde quieres aparecer) o bien pedirle a la persona en cuestión que hable de ti. Normalmente, la tercera opción se paga. Así que no lo pidas "así como así" porque parecerás muy naïf.

6. Tener un blog, posicionarlo con SEO

Esta es la opción que más me gusta a mí, pero es dura. Sobre todo si quieres posicionarte con palabras clave muy saturadas, con mucha competencia. De todos modos, seguro que puedes encontrar ese "resquicio", esa grieta en la que colarte y poder conseguir tráfico.

Es importante que en tu web haya un popup siempre invitando a las personas a **descargar un lead magnet** y ese lead magnet llevará obviamente a que se suscriban a tu lista. Sin ese popup, por mucho que la gente entre en tu web para leer un artículo en tu blog, difícilmente va a convertirse en un suscriptor. Tienes que ser proactivo y pedirlo de antemano.

Podrías hacer que a los 3 segundos de entrar en un artículo aparezca dicho popup y luego en el propio artículo volver a añadir una caja de suscripción, por ejemplo, después del 4º párrafo. De este modo, te aseguras que la persona lo ve más de una vez. Decirte que llevo años con esta estrategia y donde he conseguido siempre más leads ha sido con el popup y con un lead magnet irresistible.

7. Convertir contenidos del blog en vídeos de YouTube

Esto ya es reutilización de contenido. Las estrategias orgánicas (como es tener un blog, una cuenta de Instagram, un canal de YouTube) van genial para ir captando gente con "cuenta gotas" e ir consiguiendo suscriptores. Aquí lo que te estoy diciendo es que cojas ese **artículo de tu blog** y lo conviertas en un vídeo de YouTube.

No hace falta que el vídeo sea muy largo. Puedes hacer un vídeo de 3 minutos. Si tiene contenido interesante para la gente, vas a conseguir visualizaciones. Obviamente, en el vídeo y en la descripción deberás añadir información para que la gente se suscriba a tu lista de correo a cambio de algo (lead magnet).

8. Convertir contenidos del blog o de YouTube en podcasts

Aquí hacemos lo mismo, pero con podcasts. Imagínate que ese artículo de tu blog lo conviertes en un capítulo de un podcast. ¡Genial! Y que como tienes muchos

contenidos en tu blog, aprovechas y vas haciendo capítulos de tu podcast. Esto te puede ir genial para posicionar tu podcast sin tener que reinventar la rueda y volver a crear contenido.

Lo mismo que antes, no te olvides de añadir llamada a la acción para descargar lead magnet.

9. Convertir varios de los e-mails diarios o posts que publicas en un ebook y colgarlo en Amazon a un precio muy económico

Si lo tuyo es publicar en tu blog o si te dedicas a enviar muchos e-mails (en plan... e-mail diario), entonces lo que puedes hacer es **convertir los artículos del blog o los e-mails en un ebook y venderlo en Amazon por 0,99€ por ejemplo** y dejarlo de forma gratuita para los usuarios de Kindle Unlimited.

Ejemplo: Marcos Vázquez convierte sus artículos de blog en libros que publica en Amazon por 0,99€.

Puedes ver un ejemplo aquí:

https://www.amazon.es/gp/product/B0937J2MP3/ref=dbs_a_def_rwt_hsch_vapi_tau_d_p1_i4

Este libro se vende por 0.99€. Además ha hecho la versión en audiolibro.

Mira las críticas... lleva unas 900 críticas. ¿Cuántas ventas habrá conseguido si tiene un total de 900 críticas? Hagamos un supuesto, multipliquémoslo por 1000... $0.99 * 1000 = 990€$ solo de este libro que no deja de ser una recopilación de sus artículos. Probablemente tiene muchas más ventas. Lo mejor es que tiene más libros de este tipo... seguramente todo juntos le dan un rendimiento muy interesante a final de mes. De todos modos, como decía, el objetivo aquí no era "hacer dinero", sino el **conseguir leads**.

Lo que le da a Marcos Vázquez todo esto es autoridad. Tiene muchos libros en Amazon. Todos tienen muy buenas críticas. **La gente lo descubre porque Amazon lo recomienda, les gusta lo que leen por 0.99€... entran a su web y se convierten en suscriptores.**

10. Foros de todo tipo

Los foros son como los grupos de Facebook. Está reddit, Quora,... cuando te cueles en un foro no seas spameador, todo tiene que ser muy natural. Sino la gente se va a dar cuenta y te va a echar del grupo.

11. Intercambio de audiencias con otra persona

Aquí hablo de intercambio en general. Audiencias en Instagram, YouTube, LinkedIn, TikTok, e-mail marketing... yo hablo de ti, tú hablas de mí. Intercambiamos audiencias.

12. Hacer algún trueque con alguien con una lista más grande

Lo del trueque ya lo he dicho antes. Imagínate que ofreces servicios de edición de vídeos. Ofreces a alguien con una lista más grande que la tuya el trato de que si habla de ti en 5 e-mails, tú vas a editarle 2 vídeos (por poner algo). Es una transacción "no económica" en la que todo el mundo sale ganando.

13. Estrategias orgánicas en general

Y ya por último, no olvidemos la importancia de las estrategias orgánicas en general. Si cada día consigues 3 leads de Instagram, 3 leads de YouTube, 1 lead del podcast y 3 del blog... es un total de 10 leads. Si esto pasa cada día durante un mes, tienes $10 * 30 = 300$ leads al mes que te vienen "gratis" solo por estar ahí. Al cabo de un año, tienes 3600 leads.

Parece poco, pero no lo es. Para nada.

Pagar 3600 leads con publicidad a una media de 1.5€ el lead es 5400€. Poca broma.

Para terminar...

Esto es lo que le recomendé a la psicóloga. Quizá no es la respuesta que ella buscaba. Que, en el fondo, era... bueno, pues algo más rápido, más mágico, más inmediato. Todo esto requiere de picar piedra, estar horas, buscar audiencias, crear relaciones... pero, créeme, vale la pena.

No podrás hacerlo todo a la vez. No te lo recomiendo tampoco. Si te pones a ir a Instagram a tope, YouTube a tope... a penas te dará tiempo de conocer gente con quien puedas intercambiar audiencias. Por eso deberás ser selectivo e ir a por todas con la decisión que hayas tomado.