

Tu escuela **VIRAL**

*Cómo hacer 7 cifras
con tu propia **Escuela Online***

MARCO MAGUIÑA

Tu Escuela Viral

Tu escuela **VIRAL**

*Cómo hacer 7 cifras
con tu propia Escuela Online*

MARCO MAGUIÑA

TU ESCUELA VIRAL

Cómo hacer 7 cifras con tu propia Escuela Online

Copyright 2022. Marco Maguiña y Academia de Negocios e Innovación SAC. Todos los derechos reservados.

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede ser reproducida, almacenada, transmitida o utilizada en manera alguna por ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación o electrográfico, sin el previo consentimiento por escrito del autor y/o editor.

Academia de Negocios e Innovación SAC

Av. Paseo de la República 5895

Miraflores – Lima – Perú

ISBN: 978-612-00-5579-3

Enero 2022

Diríjase a TuEscuelaViral (www.tuescuelaviral.com) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Descargo de responsabilidad: El autor no ofrece garantías con respecto al nivel de éxito que puede experimentar siguiendo los consejos y la estrategia contenidos en este libro, usted acepta el riesgo de que los resultados difieran para cada persona. Los testimonios y ejemplos en este libro muestran resultados excepcionales, que puede no aplicarse al lector medio y no pretende representar ni garantizar que usted logrará igual o similar resultado.

CONECTA CON MARCO

Sigue a Marco Maguiña en sus Redes Sociales
ingresando aquí:

linktr.ee/marcomaguina



¿Nos regalas una foto? Etiqueta a Marco en una foto con tu libro. Nos
encantaría conocerte y saber desde donde nos ves.

“Si buscas resultados distintos no hagas siempre lo mismo.”

- Albert Einstein

DEDICATORIA

A mi padre, Dionicio, que en vida nos mostró que los sueños sí pueden hacerse realidad. A él por ser mi primer mentor.

A mi madre, Sara, por sacrificar buena parte de su vida por el bienestar de nosotros su familia. A ella por su enorme desprendimiento.

A mis hermanos Franco, Claudia y Álvaro por ser mi primer equipo en el juego de la vida. A ellos porque a diario me sorprenden con sus valores y convicciones.

A Andrómeda, mi novia, por mostrarme el lado más humano de la vida a través de sus actos. A ella por ser mi mejor soporte en momentos de dificultad.

CONTENIDO

CONECTA CON MARCO.....	6
DEDICATORIA.....	10
¿PARA QUIÉN ES ESTE LIBRO?.....	15
INTRODUCCIÓN.....	18
UNA INDUSTRIA MILLONARIA.....	20
5 FUENTES DE INGRESO A PARTIR DE TUS CURSOS O FORMACIONES.....	24
LA DECEPCIÓN QUE ME DIÓ MÁS INGRESOS QUE NUNCA.....	30
GANANDO USD14,000 EN UNA SEMANA.....	38
#1 DESCUBRE QUÉ ENSEÑAR.....	42
CÓMO CREAR UN CURSO QUE VENDA MASIVAMENTE.....	44
DESCUBRIENDO QUÉ ENSEÑAR MÉTODO 1.....	54
DESCUBRIENDO QUÉ ENSEÑAR MÉTODO 2.....	60
DESCUBRIENDO QUÉ ENSEÑAR MÉTODO 3.....	68
DESCUBRIENDO QUÉ ENSEÑAR MÉTODO 4.....	72
DESCUBRIENDO QUÉ ENSEÑAR MÉTODO 5.....	74
#2 VIRALIZANDO TU MARCA PERSONAL.....	76
POSICIONÁNDOTE COMO UN EXPERTO.....	78

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO MASIVO.....	86
HERRAMIENTAS PARA CREAR VIDEOS DE MICRO- CONTENIDO	90
MÉTODO SIMPLE PARA ATRAER CIENTOS DE CLIENTES	91
#3 VENDE TU CURSO MASIVAMENTE	92
VENDE TU CURSO ANTES DE CREARLO	93
CÓMO VALIDAR UN CURSO QUE VENDA	96
LOS 2 MEJORES MÉTODOS DE VENTA MASIVA	101
MODELO DE ASCENSIÓN (FRONT-END / BACK-END)	102
LA CIENCIA DETRÁS DE UN LANZAMIENTO	115
LANZAMIENTO “1”	118
-LA CLASE GRATUITA-	118
LANZAMIENTO “2”	127
-CHALLENGE O DESAFÍO-	127
QUÉ PRECIO PONERLE A TU CURSO	132
CÓMO CALCULAR CUÁNTO GANAR EN LANZAMIENTOS.....	135
ENCONTRANDO PERSONAS PERFECTAS PARA TU CURSO	139
#4 CREA TU PROPIA ESCUELA ONLINE	145

ESCOGIENDO TU MEJOR PLATAFORMA DE ESCUELAS ONLINE	147
OPCIONES DE ESCUELAS	147
ESCUELAS DE ALQUILER.....	149
ESCUELAS PROPIAS	153
#5 EL PODER DEL JUEGO INTERNO	157
MÉTODO PARA EVITAR LAS CRÍTICAS	159
ENFOQUE, ANTE TODO	163
#6 CÓMO OBTENER MÁS AYUDA	165
TU ENTRENAMIENTO GRATUITO.....	167
CÓMO ACCEDER A TUS BONOS GRATUITOS	169
CONVERSA CON NOSOTROS	171
SOBRE EL AUTOR.....	173

¿PARA QUIÉN ES ESTE LIBRO?

La estrategia mostrada a lo largo de este libro puede ser utilizada por cualquiera que venda cursos o formaciones o quiera empezar desde cero en esta Industria.

Tanto si enseñas sobre habilidades en Bienes Raíces o Marketing Digital, o si eres un experto en repostería o en adiestramientos de mascotas, o sencillamente busques averiguar por dónde empezar, este libro te será de mucha utilidad.

Empezaremos por lo básico, mostrándote cómo encontrar nuevas ideas para tu curso o formación potencial y luego encontraremos herramientas y estrategias para escalar las ventas de tus productos de forma masiva.

Este libro es para cualquier persona que se dedique a la enseñanza o quiera iniciar desde cero. Estos son algunos ejemplos específicos:

- **Expertos:** Si eres un experto en algún rubro o Industria, es momento de hacer mucho más dinero empackando tu conocimiento y distribuyéndolo a través de Internet.

- **Personas que NO se consideren a sí mismos como expertos:** Quizá exista la posibilidad que no te consideres como un experto, pero... ¿en algún momento recibiste consultas sobre un tema? Esto puede ser una señal de que estás frente a la posibilidad de crear tus propias formaciones.
- **Coaches o Instructores:** Si ya te dedicas a desarrollar conocimientos o habilidades de otras personas, aquí encontrarás herramientas para poder escalar tu audiencia de forma efectiva y masiva.
- **Autores:** Si eres autor de libros aprenderás a convertir los \$25 dólares por la venta de un libro a miles de dólares con tu propia Escuela Online.
- **Profesores:** Todo lo que has venido enseñando en los últimos tiempos puede convertirse en distintos cursos para seguir ayudando a las personas.

- **Agencias intermediarias:** ¿Conoces algún experto que tenga suficientes conocimientos como para que se convierta en un curso? Pues bien, estás frente a la oportunidad de crear tu propia agencia intermediaria de cursos online en alianza con estos expertos.

INTRODUCCIÓN

UNA INDUSTRIA MILLONARIA

La Industria del e-learning (enseñanza online), cobra cada vez más fuerza. Según la prestigiosa revista de negocios Forbes se prevé que para el 2025 la Industria del E-learning tenga una facturación anual de más de USD325 Billones de dólares.

¿Puedes hacerte una idea de los ceros que lleva ese número?
¡Es una locura!

A raíz de la reciente pandemia, la oportunidad de crear tu negocio en internet se ha disparado a niveles estratosféricos. Algunos sabrán aprovechar la ola venidera y otros, ni la verán.

No necesitamos ser videntes para notar que pronto empezarán a aparecer los nuevos millonarios; jóvenes y/o adultos que con sólo una computadora en mano y su mochila de viaje construirán sus propios imperios de enseñanza en la red a través de sus propias Escuelas Online.

Lo que pretendo con este libro es mostrarte cada uno de los pasos estratégicos para que tengas un negocio sólido en esta Industria en pleno auge como lo es el e-learning.

En este libro veremos de forma ordenada los siguientes temas:

- **Breve contexto de como descubrí la forma más óptima de ganar dinero en este negocio.** Verás en este capítulo qué es lo que me funcionó y qué es lo que no me funcionó en este negocio para que tú puedas tomar ventaja sobre ello.
- **Cómo descubrir el tema de tu curso ganador.** Aun así ya tengas el tema de tu curso desarrollado siempre recomendaría echarle un vistazo a este capítulo.
- **Estrategias de viralización de tu marca personal.** Aquí veremos estrategias y herramientas para posicionar tu marca en tiempo récord.
- **Cómo vender tu curso de forma masiva.** Te mostraré los 3 métodos de venta estratégica que me han permitido tener resultados masivos.
- **Cómo montar tu propia plataforma de Escuelas Online.** Aquí te voy a enseñar cuáles son las mejores herramientas en Latinoamérica para montar tu propia Escuela Online.

- **El poder del juego interno.** Veremos juntos cuál es la mentalidad correcta para sacar el mejor provecho de este negocio.

De igual manera, he incluido en este libro algunos bonos gratuitos que irás encontrando a medida que avanzas con la lectura. Podrás acceder a estos bonos a través de los links que acompañarán al texto.

Espero realmente que a través de este libro pueda contribuir en tu proceso de crecimiento en el Mundo de la enseñanza por Internet.

Si algún día me entero que pude servirte de alguna manera, me sentiré en ese instante el hombre más feliz del planeta.

Bien. Dicho todo esto, es hora de ir a la lectura.

¡Que disfrutes del libro!

5 FUENTES DE INGRESO A PARTIR DE TUS CURSOS O FORMACIONES

Algo interesante que debes saber sobre el Mundo de la enseñanza, es que, sumado a la venta de tu propio curso, existen 5 maneras con las que podrás generar ingresos.



A continuación, vamos a conocer cuáles son estas 5 oportunidades en mención.

Oportunidad 1 – Dinero con tu propio curso:

La primera opción con la que obtendrás ingresos será por supuesto a través de la venta de tu propio curso.

Aquí obtienes el 100% de las ventas porque lógicamente eres el único en el proceso de creación y venta.

Esta es la única opción en la que la gran mayoría de personas se centran, sin notar o darse cuenta de que existen otras cuatro formas interesantes de poder generar ingresos.

Oportunidad 2 - Alianza con expertos: (Agencia de cursos)

Quizá aún no te sientas preparado para montar y crear tu propio curso online.

Si ese es tu caso, entonces lo más recomendable es que te enfoques en **crear una Agencia de cursos online**, es decir, crear cursos en alianza con algún experto en cierto sector.

Por ejemplo, quizá acabas de notar que alguno de tus amigos es un experto respetado en la venta de propiedades, pero nunca antes pensó en dictar algún curso.

Esta es entonces la oportunidad perfecta para proponerle crear un curso en conjunto.

Las ganancias a través de esta alianza son variables, y dependerán de lo que cada uno otorgue a dicha alianza.

Por ejemplo, si el experto se encarga de crear y diseñar el contenido del curso, y de la inversión en publicidad, sería justo que él se quede con un porcentaje de entre el 50% y 70% de las ventas.

Tú podrías quedarte con la diferencia del 50% y 30% respectivamente correspondiente a la planeación, ejecución y distribución del curso (estos 3 últimos temas por supuesto lo aprenderemos a lo largo de este libro).

Si por el contrario tú te encargas de todo, desde el diseño del material del curso, planeación de campañas de venta, creación de la Escuela online, ejecución e inversión en publicidad, etc.; dejando que el experto únicamente se encargue del contenido del curso, mi sugerencia sería que tú te quedes con un porcentaje de entre el 70% y 90% de las ventas.

Oportunidad 3 – Alianza con Influencers:

La tercera forma de generar ingresos es a través de la alianza con influencers, es decir personas que tengan una alta exposición en las redes sociales, que tengan mucha gente que los siga para que así puedan promover tus cursos a cambio de una comisión de venta.

Esta alianza es genial porque no invertirás nada en publicidad y sólo pagarás a los influencers por resultados.

En esta alianza podrías entregar a tus socios influencers entre el 30% y 50% del valor de todas las ventas que se generen a través de su propia publicidad.

Oportunidad 4 – Servicios:

Cuando tengas mayor exposición y te hayas hecho notar en tu sector como un experto verás que también empiezan a llegarte oportunidades de brindar servicios.

Por ejemplo, si tú has creado un curso de Marketing Digital y empiezas a ser percibido como un experto en el mercado, verás que no sólo ingresará dinero por la venta de tus cursos, sino que se empezarán a recibir mensajes de personas o empresas que requieren de tus servicios de Marketing Digital.

Aun cuando haya otros competidores que brinden el mismo servicio que tú, destacarás precisamente por el hecho de ser percibido como autoridad en tu sector.

Es así como obtendrás las primeras opciones de venta en la mente de tus potenciales compradores.

Oportunidad 5 - Conferencias:

La quinta forma de hacer ingresos será a partir de las conferencias a las que te inviten como expositor.

A medida que te vayas posicionando como un experto empezarás a recibir invitaciones para brindar charlas.

A medida que te vayas posicionando mucho más como experto o autoridad en tu sector, tus honorarios por dar una charla, serán cada vez más altos.

Por ello, no es raro ver que algunos expertos en el mercado cobran por 2 horas de presentación entre USD2,000 a USD8,000.

¿Cómo se logra esto? **Pues a través del posicionamiento de marca** (algo que veremos a lo largo de este libro también).

Cómo ves éstas son 5 las maneras con las que podrás multiplicar tus ingresos si aprendes el proceso de montar tu propio curso o tu propia Escuela Online.

Genial, ¿verdad?

LA DECEPCIÓN QUE ME DIÓ MÁS INGRESOS QUE NUNCA

Hace algunos años ingresé al mundo de la enseñanza y formación, esta vez ya no como alumno, sino como instructor de mi propio curso.

Todo estaba preparado para recibir a los primeros 30 invitados de la charla informativa que organicé, sin embargo, sólo llegaron 3 personas.

Como entenderás mi sorpresa fue kilométrica, ¿cómo era posible que únicamente llegaran 3 personas? Se me fueron todas las ganas de enseñar todos mis secretos profesionales a la gente. Total, si no venían era porque no valoraban mi información, ¿cierto?

O bueno, al menos eso era lo que yo pensaba...

Pronto reflexioné que quizá lo mejor sería dar charlas personalizadas (de máximo 3 personas) a un precio cómodo, pensaba que eso podría ser más atractivo para los alumnos. ¿Y sabes qué? Así fue. ¡Llegaron mis primeros alumnos!



Mis primeras clases personalizadas
[hace mucho, cuando aún tenía cabello]

Muchos de mis alumnos, contentos con su aprendizaje, recomendaban a sus amigos para que también tomen mis clases. De esa manera la cantidad de clases experimentó un crecimiento enorme.

El crecimiento fue muy acelerado. Todos los días dictaba clases personalizadas. Mis clases duraban 3 horas aproximadamente y dictaba 3 clases por día, a veces en las casas u oficinas de mis alumnos, y en otras ocasiones en lugares públicos.

Usualmente éstos eran mis horarios:

Clase 1: De 9:00am a 12:00pm

Clase 2: De 2:00pm a 5:00pm

Clase 3: De 7:00pm a 10:00pm

Todo muy bien con los ingresos, **pero... algo sucedió...**

... No-tenía-vida.

Mis tiempos eran demasiado ajetreados, pasaba de un lugar a otro diariamente y veía muy poco a mi familia, sumado al desgaste de dar clases diariamente. El resultado no tenía buen pronóstico.

Durante este ajetreo de trabajo fuera de casa ocurrió algo lamentable y doloroso para mi familia.

Mi padre enfermó, y pronto, falleció.

Pasé largos meses desmoralizado por ello, no tenía motivación para seguir dando clases.

Ese estilo de vida cansado dictando tantas clases diarias no contribuía en nada a mi dolor.

Así que me hice una pregunta...

“¿Y si volviera a intentar a hacer clases grupales?

¿Qué es lo que había fallado la primera vez que lo

intenté? ¿Por qué solo llegaron 3 personas de las 30 que invité? ¿Qué es lo que debo hacer diferente?”

Mi mente daba vueltas buscando respuestas.

Finalmente tomé una decisión. Probar y probar hasta encontrar un nuevo sistema para atraer a personas calificadas a mis cursos...

Poco tiempo después, encontré la fórmula **¡y todo estalló!**



Algunos de mis eventos presenciales

[cuando cambié de peinado]

Con el nuevo sistema que desarrollé, todos mis eventos literalmente explotaron.

Cientos y cientos de personas empezaron a asistir para ver alguna de mis presentaciones.

Lo mejor de todo es que ahora tenía más tiempo libre para mí, y es que en sólo 2 ó 3 horas generaba mucho más que en un mes de clases personalizadas.



El día que me regalé uno de mis más grandes sueños

Todo empezó a tener un crecimiento muy rápido. Es increíble como un simple cambio en tu estrategia puede generar un impacto tan grande en tus resultados.

Desde que decidí probar mi nuevo sistema he dictado entrenamientos para más de 60,000 personas en decenas de ciudades.

He viajado a distintos lugares enseñando toda mi experiencia y conocimiento profesional. He sido muy feliz recibiendo muestras de agradecimiento y afecto de personas que jamás antes había visto.

Es increíble como esta industria puede impactar tanto en tu vida.

Pero algo nuevo sucedió...

Todo iba genial. Las ventas estaban caminando bien, mi equipo de trabajo creció. Cumplí algunos sueños. Viajaba por muchas ciudades dictando entrenamientos. Todo muy bien.

Sin embargo, pronto ocurrió una nueva problemática (muy similar a cuando dictaba clases personalizadas).

Y es que ya no tenía tiempo para mi familia, sumado a que prácticamente vivía entre hoteles, buses y aviones.

Todos los días debía viajar hacia alguna ciudad.

Al principio este estilo de vida me parecía estupendo, sin embargo, luego empecé a experimentar mucho agotamiento y alguna crisis de ansiedad.

Mi cuerpo me estaba pidiendo auxilio.

Nuevamente empecé a preguntarme cómo podía mejorar esta situación, pero sobretodo cómo lograrlo sin tener que afectar mis ingresos.

Es así como construí mi propio modelo de enseñanza a través de Internet, construí un modelo que funciona aunque no seas famoso en tu país, y que **sobre todo funciona muy bien en el mercado latino.**

Destaco esto último porque que la gran mayoría de herramientas para cursos y escuelas online están pensadas especialmente para el mercado norteamericano y europeo, y NO funcionan muy bien en el mercado latinoamericano.

En los capítulos posteriores analizaremos mucho más sobre ello.

GANANDO USD14,000 EN UNA SEMANA

Descubrí de forma casual el Mundo E-learning, es decir el de las clases brindadas a través de Internet.

A decir verdad, no creía mucho en la idea de enseñar a distancia, tampoco tenía idea de cómo venderles mi curso a las personas por Internet, pero decidí intentar.

Luego de investigar mucho y probar de todo decidí volverme experto en 3 cosas:

- 1. En la validación de cursos que sí se venden masivamente.**
- 2. En la ejecución de estrategias para automatizar la venta de tus cursos o programas y luego para hacer lanzamientos estratégicos** (método para lanzar un curso al mercado de forma mucho más efectiva).
- 3. En el montaje de una Escuela Online propia** (donde los alumnos ingresarán a estudiar con su usuario y contraseña).

El resultado de combinar estas 3 cosas fue impresionante.

Hice mi primera campaña de venta y obtuve más de 149 personas que me pagaron \$97 cada una para acceder a estudiar a mi Escuela online. **Había hecho más de \$14,000 dólares en poco más de una semana.** No-lo-podía-creer (pero era sólo el inicio).

Lo mejor de todo esto es que se me liberaron enormes cantidades de tiempo ya que mis alumnos estudiaban a su propio ritmo dentro de mi escuela online.

El contenido estaba disponible para ellos 24/7 y yo ya no tenía que estar dictando tantas horas las clases.

Todo se automatizó y yo sólo agendaba ciertas reuniones en vivo para preguntas y respuestas para mantener cercanía con los alumnos.

Esto ha sido un enorme descubrimiento para mí. Mi vida ha mejorado muchísimo desde entonces.

Ahora tengo mucho más espacio para estar con mi familia (sí, me encanta estar con mi familia), tengo más tranquilidad y más tiempo para hacer otros negocios.

Puedes ver los resultados de nuestros eventos y marcas visitando tuescuelaviral.com/resultados

A lo largo de este libro aprenderás a hacer lo mismo con tus cursos.

No todo fue tan fácil

Bien, para llegar a construir mi sistema he tenido que ir puliendo muchísimas cosas con el paso de los años.

Cada uno de estos puntos me ha permitido destacar claramente de mi competencia.

Lo que quiero hacer ahora es mostrarte cuáles son aquellos puntos vitales en los que debes enfocarte al momento de crear un curso ganador, la mejor de forma de realizar la campaña de lanzamiento/venta de tu curso, y lo que debes saber también sobre el montaje de tu propia Escuela Online en tiempo récord.

¡Vamos a ello!

#1

Descubre
QUÉ ENSEÑAR

CÓMO CREAR UN CURSO QUE VENDA MASIVAMENTE

Uno de los errores más importantes al momento de crear nuestros cursos online es el de escoger el tema del curso guiándonos únicamente de nuestra intuición.

Hacerlo de esta forma hace que el éxito de nuestro curso se convierta en una cuestión de azar.

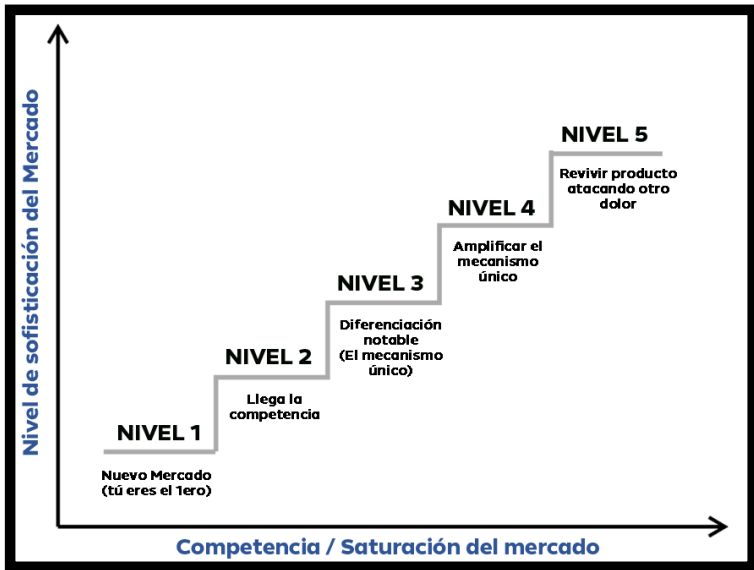
Para crear un curso que realmente venda, existen ciertas herramientas que debes utilizar.

Una de ellas es el cuadro de los 5 niveles de sofisticación del mercado.

El cuadro de los 5 niveles de sofisticación de mercado, es un mapa que nos mostrará dos cosas:

- a) El nivel de saturación y competencia que existe en el mercado al que queremos ingresar.
- b) El nivel de desarrollo (o sofisticación) en el que se encuentra un curso o tema determinado en el mercado.

En la siguiente imagen te mostraré qué y cuáles son los 5 niveles de sofisticación para que puedas evaluar en cuál de estos niveles se encuentra el curso que quieres desarrollar.



Lo primero que debemos hacer es comprender cada uno de los ejes de nuestro mapa:

- **Eje horizontal - Competencia/Saturación de mercado:** Cantidad de competidores en el mercado. Nivel de saturación de la misma.
- **Eje vertical: - Nivel de sofisticación de mercado:** Nivel de desarrollo de un curso similar al tuyo.

Bien, enfoquémonos ahora en la imagen central.

Como ves existen 5 niveles que corresponden a qué tan sofisticado o saturado se encuentra el mercado a donde quieres dirigirte.

Son los siguientes:

Nivel 1 - Nuevo mercado:

Este es el nivel más virginal del mercado. Tú eres el primero, no existen competidores y el mercado aún no ha escuchado nada sobre el tipo de curso que estás apunto de ofrecer.

Para hacer mucho más práctico el aprendizaje de los 5 niveles de sofisticación de mercado, simularemos que yo soy un experto en Neurociencias y que he creado un curso del mismo.

Dicho esto, entonces, en el nivel 1, seré el primero y el único en el mercado con un *“curso de Neurociencias”*.

Nivel 2 - Llega la competencia:

En este siguiente nivel llegan al mercado personas o empresas que enseñan exactamente lo mismo que tú.

Ahora el mercado empieza a tener diferentes opciones para la compra del curso, ya no eres el único.

Si continuamos con el ejemplo anterior, ya no soy el único en el mercado con un *curso de Neurociencias*.

Ha llegado el momento de diferenciarse. En este punto lo importante es reflexionar sobre qué problemática o “dolor” específico es el que podríamos solucionar a nuestro potencial cliente mediante nuestro curso.

Nivel 3 - Diferenciación Notable:

En este siguiente nivel algunos de los competidores del mercado han entendido que deben diferenciarse para destacar y sobrevivir.

Siguiendo nuestro ejemplo anterior de *Neurociencias*, se me ocurre diferenciarme creando un curso mucho más especializado, como por ejemplo un curso de “*Neurociencias aplicada a las ventas*”.

Este curso se enfocará en darle solución a las bajas ventas de nuestro cliente. De esta forma intento diferenciarme del resto del mercado especializándome en un nicho mucho más específico.

Nivel 4 - Amplificación del mecanismo único:

En este nivel, otros competidores empiezan a aparecer con un curso similar al nuestro. Ya no soy el único con un curso de “Neurociencias aplicada a ventas”.

El potencial cliente nuevamente cuenta con varias opciones de compra. Nuestro mercado se empieza a saturar.

Si no hacemos algo pronto, nos convertiremos en uno más dentro del mar de posibilidades, hundiéndonos en la triste batalla de precios con otros competidores.

La estrategia para destacarnos aquí se encuentra en amplificar aún más aquella diferenciación que antes nos ayudó a sobresalir del resto: Amplificar nuestro mecanismo único.

En un mercado mucho más saturado, la estrategia debe centrarse en la mejora de la oferta y en la creación de un método o una fórmula única que nuestro curso pueda ofrecer.

Esta idea me lleva entonces a crear un curso de “Neurociencias aplicada a ventas con el Método ABC” por ejemplo, un método creado por nosotros.

Lo que pretende esta estrategia es mostrarles a los potenciales clientes que tú tienes una fórmula exclusiva y diferente, distinguiéndonos aún más del resto de competidores.

Nivel 5 - Revivir producto atacando otro “dolor”:

Este es el punto máximo en la escalera de la sofisticación del mercado. En este punto la saturación del mercado es extrema y el curso se torna poco rentable por la cantidad de ofertas disponibles.

Cualquier curso que ingrese al mercado en el nivel 5 con un contenido generalista o sin diferenciación, sencillamente morirá en el intento de posicionarse o venderse.

**Muchas personas crean un curso que ya está en su pico máximo de saturación y nadie les compra.
¿Es claro por qué muchos de estos cursos no triunfan?**

La única forma posible de poder vender un curso en el nivel 5 sería teniendo una diferenciación exageradamente notable y una oferta extremadamente atractiva.

P.D: Es importante no confundir oferta atractiva con tener un precio más bajo que el de los demás; sino más bien entender

como oferta atractiva al hecho de entregar un producto con un valor percibido más alto comparado al precio de venta.

Consejo importante: Si acabas de descubrir que el mercado a donde quieres entrar se encuentra demasiado saturado, crea un curso enfocado en otro punto de dolor o necesidad del cliente potencial.

¿Quizá un curso de “Neurociencias para líderes”?

El factor esencial para vender masivamente

Quiero hacerte una pregunta realmente importante.

En un escenario hipotético, donde todos los competidores vendan lo mismo, donde todos tengan la misma oferta de valor y ofrezcan su curso al mismo precio...

Pregunta: ¿Cuál crees tú que sea el factor de decisión de las personas para decidir comprarle a uno o al otro?

Si me hicieras esa pregunta a mí, mi respuesta categórica sería...

.....

.

.

- .
- .
- .
- .
- .
- .
- .

El posicionamiento de la Marca Personal.

- .
- .
- .
- .
- .
- .
- .
- .
- .

El posicionamiento de la marca personal lo es todo.

Debes empezar a trabajar en la construcción de tu marca personal en la red, ello será el mayor activo que tendrás en este negocio.

Debes empezar a construirla desde ahora.

Recuerda: Las personas decidirán comprarle a la persona con la que sientan mayor confianza y autoridad.

Nota: En el siguiente capítulo te enseñaré 5 métodos para descubrir temas para crear tu curso.

Aunque probablemente ya tengas tu tema de enseñanza bien definido, te invito a darle una leída al capítulo. Estoy seguro te ayudará a encontrar nuevas ideas que quizá no hayas notado.

Por el contrario, si consideras que el tema de tu curso ya está completamente definido salta hasta el capítulo *“viralizando tu marca personal”*.

DESCUBRIENDO QUÉ ENSEÑAR

MÉTODO 1

Bien, una vez dominado el conocimiento de los 5 niveles de sofisticación de mercado estaremos mucho más preparados para crear un curso que realmente venda.

Para hacer aún más sencilla la búsqueda del tema ideal de nuestro curso, he creado 5 métodos con los que puedes ayudarte para descubrir qué enseñar.

En este primer método quiero mostrarte cuáles son los 4 nichos más grandes e importantes (y de mayor venta) en la Industria de la formación online.

En la siguiente imagen te mostraré cuáles son los nichos mencionados.



El primer gran nicho es el de la Riqueza. Este nicho está claramente enfocado en la generación de dinero o en la retención del mismo.

El segundo gran nicho es el de la Salud. Este es un nicho enfocado en el bienestar, fortalecimiento o prevención de la salud de las personas.

El tercer gran nicho es el de las Relaciones. Es aquel nicho que se enfoca en la enseñanza del mejoramiento de la relación entre las personas.

El cuarto gran nicho lo he denominado como “Otros”. Este nicho alberga el conjunto de temas no tan grandes como los 3 anteriores. Como fotografía, maquillaje o repostería, por ejemplo.

La clave para encontrar un tema ganador se encuentra en ir a la profundidad de nuestro nicho, encontrando así los Subnichos y Micronichos.

Me explico a través de un ejemplo.

Pepito es un experto en el nicho de las Relaciones personales, y quiere crear un curso sobre ello.

Si Pepito crea un curso sobre “Cómo tener buenas relaciones con las personas” probablemente fracase.

¿Por qué?

Esto debido a que es un curso muy generalista y carente del sentido de especialización.

Para encontrar un curso con muchas más posibilidades de éxito, Pepito descubre que tiene que profundizar aún más en el nicho, por lo que empieza a preguntarse cuáles son las áreas que más domina dentro de ésta.

Así, descubre que el área en la que tiene más dominio es en el de la seducción, y que dentro de ella es muy hábil seduciendo a través de las redes sociales.

Pepito acaba de pasar del *punto “a” al punto “c”* descubriendo lo siguiente:

- a) **NICHO inicial de Pepito:** Relaciones Personales
- b) **Tema probable SUBNICHOS:** Seducción
- c) **Tema probable de MICRONICHO:** Seducción a través de las Redes Sociales

A través de una simple pregunta, Pepito ha descubierto temas con mayor probabilidad de éxito para su curso.

Aunque los *MICRONICHOS* son mucho más pequeños en tamaño, son mucho más poderosos en diferenciación. Y es que cuando todo el Mundo se enfoque en crear un curso *NICHO*

tú irás montando un curso *MICRONICHO* mucho más especializado. Esto ayudará con tu marca personal.

La pregunta clave para descubrir un curso *MICRONICHO* es:

“Dentro de este *NICHO*, ¿en qué tengo mayor habilidad?”.

Hazte esta pregunta de forma indefinida hasta que encuentres un tema que resuene en tu mente (y que no tenga tanta competencia).

**El principal error al crear un curso es
hacerlo demasiado generalista**

Quiero mostrarte algunos ejemplos sencillos de lo que podemos descubrir al profundizar en algún nicho específico.

NICHO	SUBNICHO	MICRONICHO
Riqueza	Negocios con Importaciones	Importaciones de productos de salud
Salud	Pérdida de peso	Bajar de peso con dietas veganas
Relaciones	Matrimonios	Buena relación entre parejas e hijastros
Otros	Fotografía	Fotografía para matrimonios

TU ESCUELA VIRAL

Relaciones	Sedución	Sedución por Instagram
Riqueza	Bienes Raíces	Asesores Inmobiliarios

Ahora te invito a llenar el cuadro de abajo para que obtengas algunas ideas para tu propio curso online.

NICHO	SUBNICHO	MICRONICHO

DESCUBRIENDO QUÉ ENSEÑAR

MÉTODO 2

El siguiente método consiste en elaborar un sencillo cuadro de tres columnas con los títulos de **“Datos objetivos sobre mí”**, **“Mis éxitos”**, **“Mis fracasos.”**

Este cuadro nos ayudará a conseguir ideas para un curso en base a tus experiencias de vida o habilidades innatas, ayudándonos a no limitarnos sólo en nuestros conocimientos académicos y/o profesionales.

Lo que tenemos que hacer es llenar las tres columnas en el orden que ves a continuación.

DATOS OBJETIVOS SOBRE MÍ	MIS ÉXITOS	MIS FRACASOS

Cada una de las columnas debe llenarse de la siguiente manera:

- 1) **Datos objetivos sobre mí:** Lo que haremos en esta primera columna es llenar toda la información objetiva sobre nosotros.

Entiéndase por información objetiva a cualquier dato concreto que carece de juicios personales. Por ejemplo, soy peruano, soy hombre, tengo una empresa, aun no estoy casado, he trabajado en mi juventud como mesero, etc.

La idea es ir llenando esta columna con cosas concretas sobre ti, respondiendo preguntas como quién eres, que has hecho, a que te has dedicado, cuál es tu situación sentimental, que has estudiado, que te ha sucedido en la vida, que te gusta hacer en tus tiempos libres, etc.

- 2) **Mis éxitos:** La idea aquí es mucho más sencilla. Debes llenar la columna con información de todas las experiencias que has considerado como un éxito a lo largo de tu vida. Algo que sugiero es que no te compares con nadie y que pases a tomar en cuenta todo

lo que para ti -a tu punto de vista- ha sido un éxito en tu vida.

- 3) **Mis fracasos:** En esta columna debemos llenar toda la información o experiencia que nosotros consideremos como un fracaso a lo largo de nuestra vida.

La clave en este método de trabajo es que seamos completamente sinceros con nosotros mismos.

Consejo: Es muy importante recordar que cada una de estas tres columnas deben ser llenadas con información de cualquier ámbito personal de tu vida, como el sentimental, familiar, salud, académico, profesional, relaciones, etcétera.

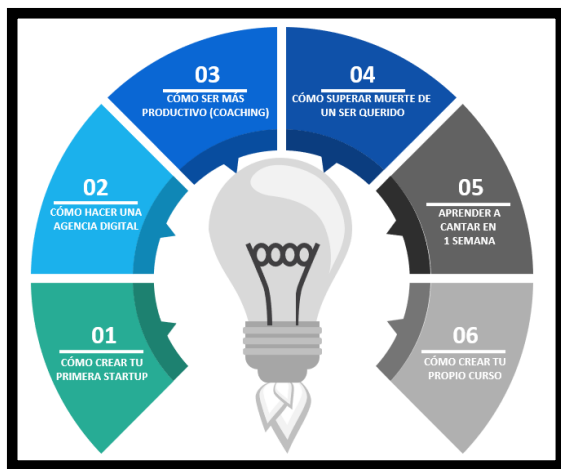
Una vez que tengas tu cuadro lleno obtendremos un mapa o una guía para poder encontrar mucho más rápido algunos temas que podrían convertirse fácilmente en un curso online.

Quiero presentarte cuál es mi cuadro elaborado con este método:

DATOS OBJETIVOS SOBRE MÍ	MIS ÉXITOS	MIS FRACASOS
Soy peruano	He logrado mi certificación de Instructor de Firewalking en Europa	Quebré 3 empresas
Tengo 32 años	Gané un premio de alto rendimiento en el Carnegie Training Institute	No logré terminar la universidad
He sido mesero durante mucho tiempo	Gané un concurso nacional de Startups	Dejé caer mi mejor startup (con la que gané el concurso)
Mi padre falleció	Gané un concurso de canto	Fui la decepción de mis padres durante mucho tiempo... ...(académicamente hablando)
Cree mi primera empresa a los 22 años	Superé la muerte de mi padre	No empecé la actividad de Bienes Raíces
Me gusta cantar	Logré que el ex gerente de empresa retail online muy importante adquiriera un % de mi startup	No logré ser soporte emocional durante la enfermedad de mi padre

Tengo una empresa de Educación Digital y una Agencia de Marketing	Obtuve mi certificado como Coach Profesional	...
Soy agente inmobiliario certificado	Superamos la barrera de los 4,000 alumnos en nuestro primer curso	...
...

La verdadera enseñanza de este método llega cuando analizamos pacientemente nuestro cuadro y descubrimos ideas que antes no habíamos considerado como tema para un curso.



Para mi ejemplo he encontrado 6 posibles cursos que yo podría brindar.

- **Idea 1:** Cómo crear tu primera startup
- **Idea 2:** Cómo hacer una agencia digital
- **Idea 3:** Cómo ser más productivo a través del coaching
- **Idea 4:** Cómo superar la muerte de un ser querido
- **Idea 5:** Aprender a cantar en una semana
- **Idea 6:** Cómo crear tu propio curso (si notas este libro precisamente trata de ello).

Te invito ahora a través de tu cuadro a encontrar por lo menos 6 ideas de cursos que tú podrías crear.

Llena el siguiente cuadro para encontrar nuevas ideas o temas para crear tu propio curso online.

DATOS OBJETIVOS SOBRE MÍ	MIS ÉXITOS	MIS FRACASOS

DESCUBRIENDO QUÉ ENSEÑAR

MÉTODO 3

Existen millones de personas que son extremadamente buenas con alguna habilidad o conocimiento, pero que simplemente NO lo notan.

Estas personas, si alguna vez se enteran de alguna habilidad que dominan, será a través de los comentarios de las personas que los rodean.

En la gran mayoría de ocasiones esta habilidad es muy admirada por su entorno. A esta habilidad la llamaremos “*tu superpoder*”.

Una forma de detectar nuestro superpoder es prestando atención a los comentarios, halagos o puntos de vista positivos, que nos dan las personas con las que usualmente compartimos tiempo.

La clave aquí se encuentra en escribir en tu bloc de notas cada retroalimentación positiva que recibas de otras personas.

Una vez que hayas hecho esto constantemente podrás encontrar temas interesantes que antes no habías contemplado.

Algunos ejemplos de conclusiones a las que podrías llegar:

- Soy una madre soltera que ha sacado adelante a todos mis hijos. He logrado alcanzar mis objetivos sin la necesidad de contar con el apoyo del padre mis hijos.
- Cuando alguien está enfermo siempre encuentro la manera de alegrarlo y que vea las cosas positivas.
- Tengo la capacidad de facilitar el aprendizaje de mis compañeros de clase. Mis amigos me dicen que conmigo la información difícil se hace más fácil.
- Soy una excelente consejera de parejas. Mis amigos retornan a la armonía en su relación o se separan sin tanto dolor.
- Todo mi círculo cercano disfruta de mi sazón. Soy muy bueno cocinando comida italiana.
- Mis amigos siempre me felicitan al ayudarlos a reorganizar los ambientes de sus casas.

Estos son algunos ejemplos de superpoderes de algunas personas. Te invito a llenar con paciencia tu propio cuadro de superpoderes para conseguir nuevas ideas para tu curso.

DESCUBRIENDO QUÉ ENSEÑAR

MÉTODO 4

Este método es tan simple que lo averiguarás respondiendo a una sencilla pregunta:

- Si yo tuviera un programa de radio y te invitara a participar...

¿de qué tema podrías hablar sin parar durante media hora?

En ocasiones, cuando buscamos temas para nuestro curso, estamos tan atentos a lo académicos y profesional que olvidamos que podemos crear un curso extraordinario sobre nuestras pasiones.

Si respondes a esta pregunta habrás encontrado un tema del que quizá antes no hayas considerado.

DESCUBRIENDO QUÉ ENSEÑAR

MÉTODO 5

Este quinto método consiste en entrar en páginas como Kindle de Amazon y buscar libros del tema o sector al que tú quieres enfocarte con tu curso.

Lo que quiero que hagas en este punto es estudiar a los principales autores o docentes de libros que tienen temas similares al tuyo.

Debes hacer lo mismo en YouTube y escribir palabras clave de tu tema en el buscador.

De esta manera podrás ver qué tipos de títulos ya existen en la red para tomar una mejor decisión a la hora de crear tu curso.

Busca que tipo de información es la que se encuentra disponible en el mercado y crea un curso en base a los temas que aún no son tan abordados.

Esto te permitirá tener un termómetro de los temas más saturados y los que aún no son tocados por el mercado.

#2

Viralizando tu
MARCA PERSONAL

POSICIONÁNDOTE COMO UN EXPERTO

Una de las dudas que constantemente me hacen las personas que inician, es si realmente ellos pueden lograr posicionarse como un experto en su sector sin haber hecho nada de Marketing previo.

Mi respuesta absoluta siempre es: **“POR SUPUESTO QUE SÍ”**.

Independientemente de la experiencia o tiempo que tengas, cualquier persona que haga los pasos correctos puede destacarse o posicionarse como un experto en su sector.

Tómame como ejemplo, en nuestra primera campaña logramos hacer más de USD14,000 sin tener mayores credenciales que algunos videos subidos a las Redes Sociales.

A la fecha ya hemos superado las 7 cifras en ventas y esto es algo que tú también podrás hacer por supuesto.

Por otro lado, quiero hablarte de las dudas que comúnmente vienen a la mente de las personas con respecto a su posicionamiento como experto.

Son algunas como éstas, por ejemplo:

- Marco, ¿cómo puedo verme yo como un experto si no tengo tanta experiencia como otros?
- Marco, hay demasiadas personas mucho más reconocidas y famosas que yo, ¿cómo voy a hacer para que la gente me prefiera a mí?
- Marco, no puedo enseñar o dar cursos si no soy tan conocido en la ciudad o en el país, ¿cómo puedo dictar un curso y ganar dinero por ello?

Aunque siempre es importante preocuparnos por la calidad que brindaremos a nuestros futuros alumnos, la gran mayoría de estas preguntas llegan a raíz de nuestras propias inseguridades o al temor de ser juzgados por los demás.

Yo también tuve las mismas dudas al momento de considerar dictar cursos y/o formaciones a otras personas.

Todas estas dudas se fueron esfumando cuando conocí las mejores técnicas de Marketing Digital para maximizar y agilizar mi posicionamiento a través de Internet.

No podía creer lo fácil que resulta posicionar tu marca ejecutando los pasos adecuados. Esto por supuesto lo iremos hablando a lo largo de este libro.

El síndrome del Impostor.

He notado en reiteradas ocasiones a personas con increíbles logros académicos y/o profesionales, pero éstas sienten que sus logros no son suficientes o que simplemente no son merecedores de tales reconocimientos.

A pesar de que estas personas son percibidas como los mejores por su entorno, ellos mismos sienten que no es así.

Este fenómeno de bajo autorreconocimiento tiene un nombre, y es extremadamente peligroso para alguien que está por empezar a crear su propia escuela online.

Estoy hablando del Síndrome del Impostor.

La persona que padece el síndrome del impostor, sin saberlo, se siente NO merecedor de logros, se compara constantemente con otros, menospreciando y minimizando sus propias victorias, sabotea cualquier oportunidad de mejora o crecimiento por el simple hecho de NO sentirse capaz o merecedor de algún éxito.

El resultado de esto por supuesto es la pérdida de enormes oportunidades que pudieron cambiar su vida y la de su familia.

Afortunadamente existen algunas maneras de contrarrestar los efectos del síndrome del impostor.

Si ese es tu caso, quiero mostrarte algunos consejos para derrotar esta situación.

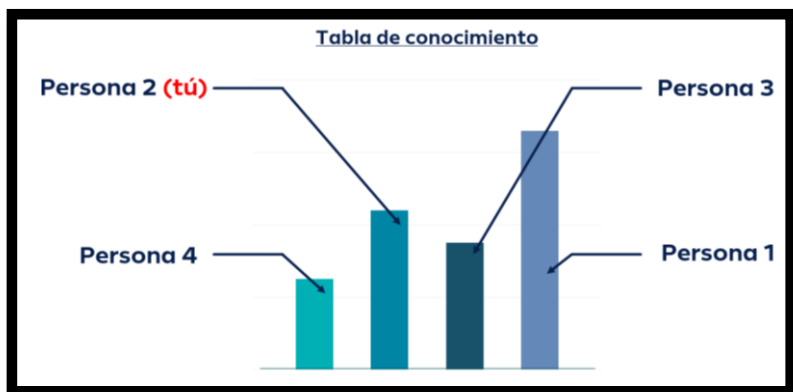
- Aprende a ser consciente de tu yo Impostor. Es decir, aprende a detectar el momento en el que aparece esa voz que trata de sabotearte para tener posibilidades de cambiarla.
- Compárate sólo contigo mismo. Deja de compararte con el resto. Si en algún momento debemos de compararnos que sea sólo con nuestra versión del día anterior.
- Subraya tus éxitos. Por más pequeños que consideres tus logros prémiate de alguna manera por haber logrado algo que usualmente no consigues ¡Tender tu cama también puede estar en lista de logros! ;)
- Saca lo positivo de tus fracasos. Todo en la vida es aprendizaje. Recuerda que no hay nada bueno ni malo, sólo es experiencia. No olvides que en la vida a veces se gana y a veces... **se aprende.**
- Busca un Mentor. Nunca está de más acompañarte de alguien que ya ha caminado por donde tú quieres caminar. Intenta en el futuro encontrar a un mentor.

Recuerda que la única forma de averiguar si tendremos éxito en este negocio o no, es pasar a la acción. Mientras más rápido mejor.

Probablemente en el camino muchos pensamientos negativos llegarán a ti tratando de sabotear cada una de tus acciones. Sólo recuerda tomar consciencia de estos pensamientos y deja que se vayan.

Con respecto a compararnos a otros expertos; es verdad que hay muchos que saben mucho más que nosotros, pero debes recordar que ellos no son nuestro público objetivo, no queremos venderles a ellos.

En la siguiente imagen quiero mostrarte algo interesante.



- Quiero que veas a la **persona 1** como la persona o experto de mayor prestigio y posicionamiento en tu sector o mercado.
- En la imagen tú eres la **persona 2**. Es verdad que si nos comparamos con la **persona 1** siempre nos veremos con menor información y experiencia que ella.

Lo que debemos recordar nuevamente es que la **persona 1** no es nuestro público objetivo.

- Bien, ahora llega el momento de compararnos con la **persona 3** y la **persona 4**. Si nos comparamos con estas personas, notaremos de inmediato que tenemos mucha mayor experiencia y conocimiento que ellos. Queda clarísimo que éstos últimos son realmente nuestro público objetivo.

Al analizar con paciencia esta tabla de conocimiento se evidencian 4 cosas importantes:

- a) Tu público objetivo son las **personas 3 y 4**.
- b) En el mercado hay muchas más **personas 3 y 4** que **personas 1**.

- c) No necesitas saber tanto como el gurú o persona 1. Sólo necesitas saber un poco más que las personas 3 y 4.
- d) Muchas de las personas 3 y 4 están dispuestas a pagar por el conocimiento de las personas 1 y 2 para ahorrar el tiempo de aprenderlo solos.

El mercado es bastante amplio.

Siempre encontraremos personas que desearían tener el conocimiento que nosotros tenemos.

Sólo hace falta encontrar un método para llegar de forma masiva a estas personas.

Y claro, eso es algo que veremos juntos en los siguientes capítulos.

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

MASIVO

Quiero hablarte ahora de un método para que puedas posicionarte en el mercado como un experto en tu sector en corto tiempo.

- *Marco, ¿eso es algo que se puede hacer rápido?*
- *Por supuesto. Para ello nos vamos a ayudar de algunas estrategias de Marketing.*

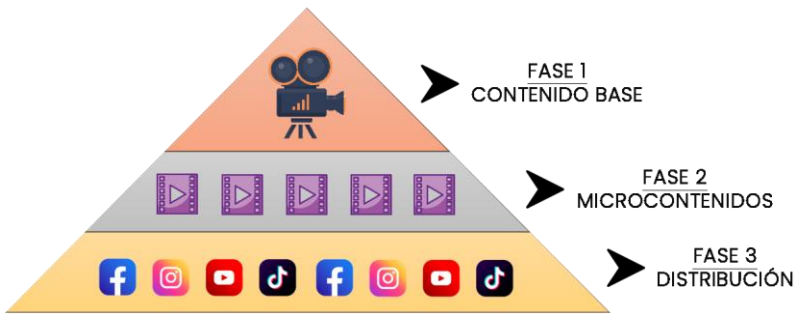
La forma más rápida y sencilla de posicionarte en el mercado como un experto es a través de la entrega de contenido de valor.

Es decir, que tú entregues información gratuita o CONTENIDO GRATUITO DE VALOR a través de las diferentes redes sociales que existen.

Antes era muchísimo más complicado posicionarte, pero ahora el internet nos permite hacer esto de forma mucho más acelerada.

El método que te enseñaré para crear contenido masivo y de calidad es un método creado por Gary Vee, un reconocido experto en Marketing y Publicidad.

Este método tiene por nombre la pirámide de contenido. Está dividida en 3 fases o niveles.



Fase 1 – Contenido Base: Es un contenido de larga duración como algún seminario dictado por ti, alguna charla, webinar (seminario web), podcast, grabación de tu día a día, etc. Es decir, todo lo que puedas grabar de larga duración en donde tú y tus conocimientos sean el foco principal.

Es a través de estas grabaciones que se crearán los contenidos de la siguiente fase.

Fase 2 – Micro-contenido: En esta fase debes crear piezas de contenido corto basado en el contenido de la fase 1. Debes dividir pequeñas piezas de video de entre 1 y 3 minutos como máximo *a partir de los momentos más relevantes* (si le pones subtítulos mucho mejor). De la misma manera también puedes crear piezas gráficas y/o de audio.

Fase 3 - Distribución el contenido. En esta fase se procede a la distribución de los micro-contenidos en cada una de las plataformas de las Redes Sociales (Youtube, Facebook, Instagram, historias, etc).

Estos contenidos deben adaptarse a los tamaños y formas que cada red social sugiere.

Es a través de estas 3 fases que puedes crear contenido de forma sencilla y sin mayor esfuerzo.

¿Quizá pronto estés por dar una charla a tus compañeros de trabajo o serás entrevistado? ¡Aprovecha y graba esos momentos para aplicar esta estrategia de 3 fases!

Pronto notarás que tus contenidos empiezan a ser más vistos y compartidos en la red, creándose sobre ti un efecto de autoridad y confianza en la mente de tu audiencia. Ha iniciado

entonces, el posicionamiento de tu marca como uno de los expertos en el sector.

La clave para que todo suceda se encuentra en la creación de estos contenidos de forma constante.

Para ejemplificar mejor estas fases, quiero mostrarte una pieza de contenido final creada a partir de una grabación sencilla de mi día a día:



Ejemplo de micro-contenido de video de 1:00min

HERRAMIENTAS PARA CREAR VIDEOS DE MICRO-CONTENIDO

Una de las razones por la que muchas personas no generan contenido masivo en video es debido a la complejidad en el uso de algunos programas de edición.

Si prefieres ahorrar tiempo en la creación de micro-contenido de video para posicionarte, es mejor utilizar herramientas especializadas en ello.

Muchas de las herramientas que te mostraré tienen versiones gratuitas y versiones de pago mensual. Te animo a probarlas.

Lo mejor de todo es que algunas tienen la opción de agregar subtítulos a tus videos de forma automática.

Las herramientas que te recomiendo son:

Veed.io	Kapwing	HappyScribe	Animoto
Clipscribe	Quicc.io	Zubtitle	Promo.com

Te invito a ver cuál es la herramienta que nosotros usamos visita tuescuelaviral.com/videoejemplo

MÉTODO SIMPLE PARA ATRAER CIENTOS DE CLIENTES

Algo que puede dar fuerza a tu posicionamiento es la creación de una guía, manual o herramienta de ayuda, que puedas entregar gratuitamente a tu audiencia.

En esta guía puedes enseñar a solucionar un problema muy específico de tu potencial cliente. Por ejemplo, hace unos años creé mi primera guía sobre Importaciones de China.

Ésta era una guía de 26 hojas en la que enseñaba ciertos trucos sobre la Importación de China a Perú.

Jamás imaginé que a través de esta guía se generarían miles de dólares en ventas sin mayor esfuerzo.

Y es que esta guía (junto a una estrategia de venta masiva que veremos más adelante), hicieron que cientos de personas se contactaran conmigo para pedirme más información sobre nuestros cursos.

No es necesario que esta herramienta sea muy larga ni profunda, la idea es que ayude a posicionar tu marca personal a través de la entrega de información de valor.

#3

Vende tu curso

MASIVAMENTE

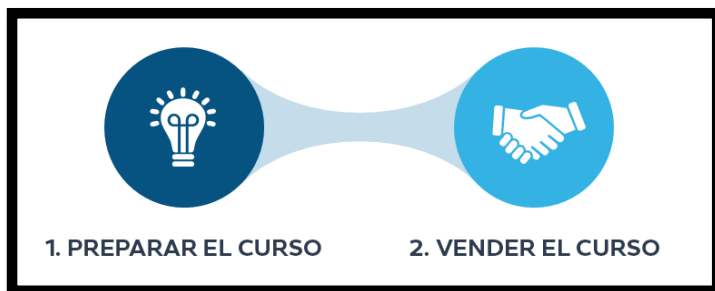
VENDE TU CURSO ANTES DE CREARLO

Antes de todo quiero hablarte de uno de los errores más comunes que he notado en aquellas personas que se inician en el Mundo de los cursos online (esto me pasó a mí también en mis inicios).

Este típico error trata de “crear un producto perfecto” para salir al mercado.

Constantemente vemos a las personas tomarse enormes cantidades de tiempo en crear y preparar todo su curso online **sin saber si ese curso gustará o no.**

Al crear un curso, esto es lo que normalmente hace la mayoría de personas:

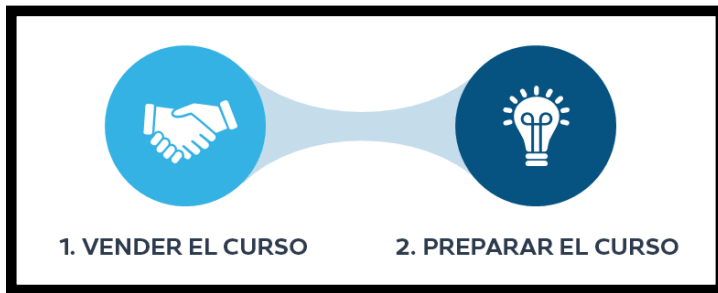


La inmensa mayoría de personas primero decide organizar todas sus ideas y conocimientos, luego planifican y graban el curso, y finalmente empiezan a venderlo.

¿Y qué sucede?...

Que al final se den cuenta que ese curso no lo compra nadie.

El truco para sacar un buen curso está en hacerlo a la inversa:



Marco, pero... ¿cómo es eso de que primero voy a vender el curso y luego prepararlo? ¿cómo voy a vender algo sin tener nada?

Bueno, sí necesitarás algo, pero será algo mínimo.

Para iniciar sólo necesitas el temario del curso y la primera clase elaborada

Sí. Puedes vender el curso armando sólo el temario y la primera clase de todo el curso.

Las siguientes clases las irás creando a medida que pasan las semanas y las clases se van dando.

Hacerlo de esta forma (y no creando el curso primero) evitará construir un curso equivocado o que quizá no se iba a vender.

Es por ello que entre crear el curso y empezar a vender, lo más importante siempre será empezar a vender, así sacarás conclusiones mucho más rápido.

**En el peor de los casos, si el curso no vende,
habrás gastado muy poco tiempo construyendo algunas
cuantas diapositivas.**

De esta manera ahorrarás mucho tiempo para mejorar, adaptar o cambiar el curso en caso lo requieras.

CÓMO VALIDAR UN CURSO QUE VENDA

Bien, te tengo una reflexión muy importante.

¿Listo?

**Lo que tú quieres enseñar no
necesariamente es lo que la gente
quiere aprender**

Si te guías sólo de tus instintos quizá pienses que las personas desean aprender “A” cuando realmente buscan aprender “E” o “F”, ¿me explico?

Lo importante en esta fase inicial no es organizar tus conocimientos en base a tu propio orden, sino más bien validar lo que la gente necesita aprender.

Dicho esto, agregaremos entonces a nuestro modelo anterior un paso previo: **LA VALIDACIÓN**.

Validando mi curso

Como ves en la siguiente imagen, he añadido una fase previa a la venta, y es la **validación del curso**.



En esta fase es importante recopilar la mayor cantidad de información posible en base al deseo de tu potencial alumno.

Esta etapa no debería demorar más de una semana.

La forma más rápida y sencilla de obtener esta información es a través de lo que yo denomino “**la encuesta de aprendizaje gratuito**”.

En pocas palabras, que ofrezcas algún tipo de *herramienta de aprendizaje gratuito* a cambio de que ellos llenen una encuesta.

Algunas ideas de herramientas de aprendizaje podrían ser:

- Guía en PDF (cómo la mencionado en el capítulo anterior, por ejemplo).
- Audio tuyo con algunos consejos aplicativos.

- Video con una Masterclass grabada por ti.
- Diapositivas de alguna de tus clases.
- Plantillas aplicativas.
- Etc.

Lo importante es hacerle sentir a la persona que a cambio de llenar tu encuesta obtendrá algo más valioso (en este caso la *herramienta de aprendizaje* que preparaste).

MÉTODO DE VALIDACIÓN 1: LA ENCUESTA

El enfoque de la encuesta debe ser el de **averiguar cuáles son las principales metas y desafíos que afronta la persona** con respecto a alguna problemática en particular, pero sobretodo averiguar dónde es que esta persona necesita más ayuda.

Evita ser muy general con las preguntas. Es muy importante seleccionarlas adecuadamente ya que aquí es donde encontrarás oro puro para la creación de tu curso.

Consejo de oro:

Cuando ya hayas vendido tus primeros cursos, recomiendo que **tu primera promoción de alumnos lleve las clases en vivo** (grábalas para luego subirlas en tu futura Escuela Online).

A partir de la segunda promoción de alumnos, la magia se dará, todos **tus nuevos alumnos estudiarán el curso (que grabaste anteriormente) ingresando con su usuario y contraseña en tu Escuela Online.**

Es aquí donde se te liberarán enormes cantidades de tiempo ya que tu Escuela Online automatizará todo el proceso de entrega del curso al cliente.

Llegado a este punto recuerda siempre incluir alguna sesión en vivo quincenal para mantener cercanía con los alumnos.

MÉTODO DE VALIDACIÓN 2: EL SEMINARIO BETA

La otra técnica que yo considero la más poderosa para validar una idea en corto tiempo, es lo que yo denomino el “Seminario Beta”.

Éste es un seminario gratuito y consiste en atraer a un pequeño grupo de personas (no menos de 30) y llevarlos a un grupo creado por ti en Facebook.

Para el seminario beta sólo deberías utilizar una pizarra blanca y transmitir este seminario gratuito desde tu celular.

La idea del seminario beta es aportar mucha información de valor, y hacia el final vender asesorías o consultoría (de 2 ó 3 sesiones en vivo) para solucionar algún problema particular de la audiencia. Lógicamente algunas personas comprarán tus sesiones y otras no.

Luego de entregar estas sesiones a tus compradores debes enfocarte en obtener la mayor cantidad posible de información de sus problemáticas y puntos de vista para crear un producto que sea realmente atractivo para el mercado.

Aquí no queremos ganar dinero, queremos obtener información de calidad.

Te sorprenderás de toda la información que uno logra recolectar al finalizar la estrategia del seminario beta, y que evidentemente, te servirá para crear un producto que el mercado pide a gritos.

¿Quieres saber más sobre el Seminario Beta?

Ingresa a <https://tuescuelaviral.com/cfs/seminario-beta/>

LOS 2 MEJORES MÉTODOS DE VENTA MASIVA

Si a algo le debo el crecimiento tan explosivo que he tenido en esta Industria -sin ser famoso- es a gracias a la implementación de 2 métodos de venta masivos:

- 1) **Modelo de Ascensión (Front-End / Back-End).**
- 2) **Modelo de Lanzamientos.**

En los siguientes capítulos quiero mostrarte cómo funcionan cada uno de ellos y cómo puedes implementarlos dentro de tu estrategia de ventas.

Antes de ir al detalle me gustaría recomendarte empezar con el primer modelo para generar rápida validación de producto y recuperar el dinero de publicidad de inmediato; y luego pases a implementar el modelo 2 en tu negocio cuando ya dispongas de mayores recursos para publicidad.

Veamos como funcionan cada uno de ellos en los siguientes capítulos.

MODELO DE ASCENSIÓN (FRONT-END / BACK-END)

El modelo de ascensión es una estrategia basada en 2 fases:

- Fase 1: Fase de adquisición de clientes (Productos Front-end).
- Fase 2: Fase de Ganancias (Productos Back-end).

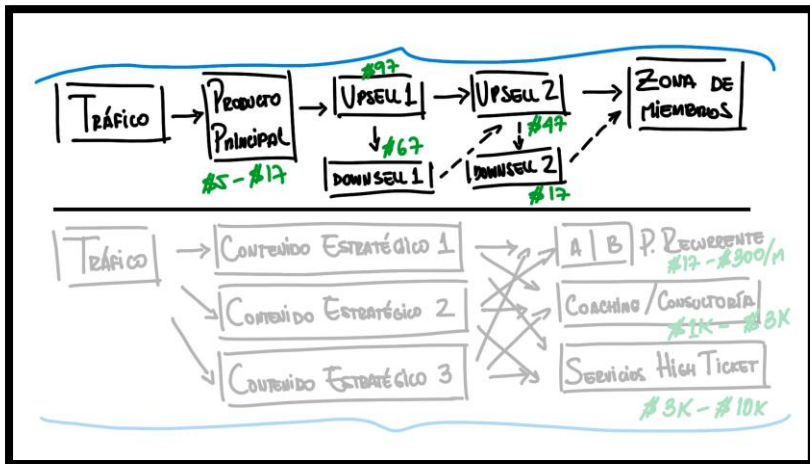
FASE 1 – ADQUISICIÓN DE CLIENTES

En esta fase nuestra estrategia está enfocada en obtener la mayor cantidad de prospectos calificados a la vez que recuperamos y ganamos más dinero para reinvertir en publicidad.

Para ello debemos construir productos Front-end (que son aquellos que se ofrecen en la parte inicial de nuestra estrategia).

Lo sugerible es crear 3 productos en nuestro Front-end (el Producto Principal, el Upsell 1 y el Upsell 2).

Mira la siguiente imagen para comprender la lógica del modelo:



Secuencia de Productos Front-End

La secuencia de venta de productos Front-end inicia atrayendo a tu potencial cliente a través de tráfico pagado u orgánico (Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, etc).

Una vez atraídas las personas se debe ofrecer el primero producto, al que llamaremos Producto Principal.

- **PRODUCTO PRINCIPAL:** Un producto que se perciba de alto valor y que se venda a un precio muy bajo (entre USD5 y USD17). Lo que buscamos con esto es lograr convertir nuestro producto en “irresistible”. La diferencia de valor precio debería ser de 30x aproximadamente.

Eso significa que, si vendes tu Producto Principal a USD10, tu cliente potencial debería sentir un valor percibido de USD300 en su compra.

La razón por la que vendemos a un precio muy bajo es precisamente para crear una baja barrera de entrada para tu comprador, mientras que al mismo tiempo repeles a las personas que quieren sólo cosas gratuitas (obteniendo así en esta etapa sólo clientes de calidad, es decir, que no tengan problemas en pagar y valorar la información).

Algunos productos que pueden servir como producto principal son: Libros, Audiolibros, Mini cursos, Reportes, Suplementos, Plantillas, Scripts, Membresías, Tarjetas de regalo etc.

Tip de oro: Un método sencillo para crear un buen *Producto Principal* es pensar en algún problema muy específico de tu cliente ideal al que nosotros podamos dar solución con nuestros conocimientos.

Lo revelador es que notarás que cuando ellos solucionen su problema al 100%, aparecerá naturalmente un nuevo

problema a raíz de dicha solución (que será el pie para crear tu siguiente producto).

Por ejemplo, pensemos en alguien que es un agente inmobiliario. ¿Qué problema muy específico podría tener esta persona?

¿Poca captación de nuevas propiedades te parece bien?

Bien, entonces debemos pensar en crear como *Producto Principal* algo que pueda solucionar ese problema específico al 100%.

¿Qué producto se te ocurriría?

Algunas ideas:

- Cómo captar propiedades orgánicamente.
- Métodos para atraer propiedades con tu marca personal.
- Estrategias de atracción y cierres de venta de inmuebles con TikTok.

- Cómo captar propiedades con anuncios en Facebook y Youtube.
- Y un largo etc.

Supongamos que te gusta la idea de crear como *Producto Principal* la opción de enseñar a captar propiedades con anuncios de Facebook y Youtube.

Bueno, entonces creas un libro/guía/taller/etc enseñando a solucionar el problema de “no poder captar nuevas propiedades”.

Tu cliente compra tu *Producto Principal*, soluciona su problema al 100%, pero pronto nota que ahora tiene un nuevo problema... -> Capta tantas nuevas propiedades que no se da abasto para atender a todas.

¿Ves? La solución de un problema al 100% genera de forma natural una nueva problemática.

Ha llegado entonces el momento de crear un nuevo producto para dar solución a ello. Estamos hablando del Upsell 1.

y tú te enfocas en un problema en particular de ésta persona.

- **UPSELL 1:** Es un producto que se ofrece inmediatamente después que nuestro prospecto compró el *Producto Principal* (es vital sistematizar el proceso).

Como te dije hace un momento, para encontrar un producto ideal en este punto debemos pensar en cuál será el nuevo problema que se le presentará a nuestro cliente luego de haber solucionado al 100% el problema anterior.

Siguiendo el ejemplo de nuestro amigo Agente Inmobiliario, éste ahora tiene tantas nuevas propiedades que no se da abasto para atender a todas.

¿Qué solución podríamos dar a ello?

Algunas ideas:

- Cómo sistematizar tu proceso de gestión de clientes.
- Cómo contratar a tus primeros empleados inmobiliarios.

- Cómo crear una agencia inmobiliaria en 14 días.
- Etc.

Cómo sabes ahora debemos escoger un producto que solucione al 100% el nuevo problema del Agente Inmobiliario.

Éste logrará solucionar su nuevo problema, y como por arte de magia esta nueva solución desembocará en un nuevo problema (claramente estos son los que llamamos “buenos problemas”).

¿Te animas a pensar que solución podrías darle?

Pues bien estás frente a la oportunidad de crear un nuevo producto (UPSELL 2), y cada vez con precios más altos debido a la complejidad de los mismos.



- **DOWNSELLS:** Si notas en la imagen de la secuencia de productos Front-end (penúltima imagen), habrás percibido que debajo de los productos UPSELL 1 y UPSELL 2, hay 2 cuadros con las palabras “DOWNSELL”.

Los DOWNSSELL son ofertas especiales o inclusive facilidades de pago que se le otorga al prospecto si este decide no comprar el UPSELL.

Por ejemplo, cuando la persona da clic en el botón “No quiero la oferta del ‘Upsell 1’, tu sistema puede llevarlo automáticamente hacia una oferta como “40% de descuento por única vez” o “2 pago de USDXX”, etc.

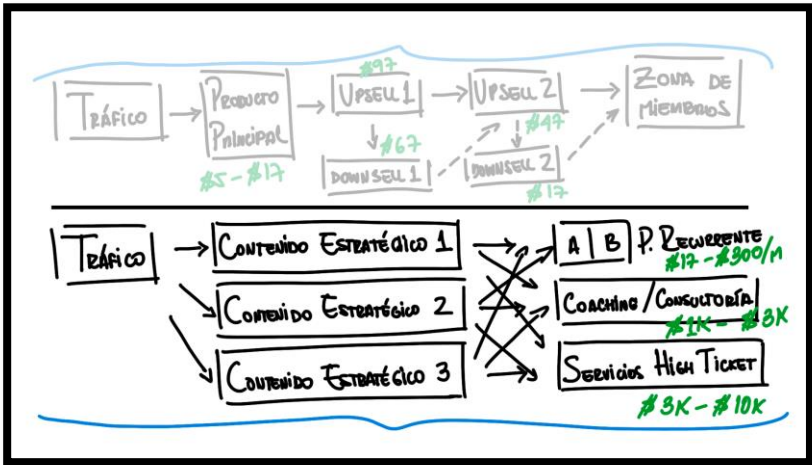
Con esto buscamos no perder la venta y obtener un porcentaje en vez de cero.

Tip de oro: Todo lo que se recaude con la secuencia de productos Front-end (Producto Principal, Upsell 1, Upsell 2) debe ser reutilizado en anuncios. De esta forma cada vez tendrás más y más capital para hacer anuncios masivos, convirtiendo esta fase 1 (Productos Front-end) en una máquina de adquisición de clientes.

FASE 2 – RENTABILIDAD

En esta fase nuestra estrategia está enfocada, ahora sí, en obtener la mayor cantidad de riqueza posible.

Como viste la FASE 1 fue nuestra máquina de adquisición de clientes; en la FASE 2 toda nuestra energía debe concentrarse en generar campañas a nuestros compradores que lleven hacia una compra High Ticket.



Secuencia de Productos Back-End

Todo inicia en una campaña de tráfico de pago u orgánico.

Esta vez el público al que debes dirigirte son exclusivamente tus compradores. No importa si te compraron sólo el *Producto*

Principal o todos tus productos, lo cierto es que son personas que sacaron su cartera y pagaron por tu información (lo que significa que pueden pagar aún más si haces lo necesario para que confíen en ti).

La mejor manera de hacer que confíen en ti es generar contenido estratégico para ellos.

- **CONTENIDO ESTRATÉGICO:** Para elaborar este contenido debes siempre pensar en las problemáticas comunes (y más dolorosas) de tu cliente. Debes otorgar información muy relevante para ellos.

Para este punto tus productos Front-end y el Contenido Estratégico han generado tanta confianza en ti, que de forma natural siempre serás su primera opción cuando busquen una nueva solución.

El siguiente paso será llevarlo a través de tu embudo a una llamada telefónica con alguno de tus asesores para coordinar una sesión estratégica o de diagnóstico donde podrás vender tus productos o servicios High Ticket).

(Mi consejo es que los productos mayores a USD1,000 traten de ser a través de una llamada para reducir la ansiedad y temor de compra).

Para esta llamada es importante contar con un speech o secuencia de llamada estratégica que amplifique las posibilidades de venta al máximo.

HAGAMOS MATEMÁTICAS

Ahora que conocemos toda la estrategia de productos Front-end y Back-end hagamos algo de matemáticas:

Supongamos que en la Fase 1 obtienes:

- **Producto Principal** -> 100 compradores de USD17 = USD1,700.
- **Upsell 1 (10%)** -> 10 compradores de USD97 = USD970.
- **Upsell 2 (10%)** -> 10 compradores de USD47 = USD470.

La FASE 1 nos entrega una suma total de USD3,140

Importante: Como ya sabes, es importante que todo este monto sea reinvertido en anuncios. Lo que buscamos es que los resultados se multipliquen en la FASE 1 para obtener cientos de nuevos compradores para llevar a la FASE 2 de productos Back-end.

Supongamos ahora que obtienes 2 clientes High Ticket de Consultorías/Coaching + 1 cliente High Ticket de Servicios + 15 clientes de membresía/suscripción por cada 100 personas de la FASE 1.

Esto nos lleva a:

- **Producto High Ticket** -> 2 compradores de USD1,500 = USD3,000
- **Servicio High Ticket** -> 1 comprador de USD3,000 = USD3,000
- **Membresía/Suscripción** -> 10 compradores de USD270 = USD2700/mes (USD3,240/año).

La FASE 2 nos entrega una suma total de USD6,000 + USD3,240/año por cada 100 compradores de la FASE 1.

Es súper importante notar nuevamente que la FASE 2 está siempre alimentada por lo que hagas en la FASE 1.

¿Ves la importancia de reinvertir en anuncios en la FASE 1?

Muy bien, hasta aquí hemos analizado por completo como funciona el modelo de ascensión de productos Front-end y Back-end. Espero que esté siendo revelador para ti.

A continuación, quiero mostrarte la segunda mejor forma de vender masivamente tu curso aun así no seas famoso en tu Industria.

Esta es la estrategia que he utilizado en los últimos años con resultados extraordinarios.

Se trata de los Lanzamientos.

Descargo de responsabilidad: SIEMPRE voy a recomendarte probar hacer webinars o lanzamientos una vez que tengas resultados con el modelo de ascensión de productos Front-end y Back-end, y cuando tengas capital para probar.

Los lanzamientos generan enormes picos de ventas, sin embargo el riesgo es más elevado al ser por naturaleza una estrategia de venta menos calculada que el modelo anterior.

LA CIENCIA DETRÁS DE UN LANZAMIENTO

La fórmula que también utilizo desde hace muchos años (y que me ha permitido obtener resultados inimaginados) tiene un enfoque completamente distinto al anterior.

En esta estrategia la venta pasa a un segundo plano, privilegiando mucho más la cantidad de personas atraídas, y es que en este modelo se hacen presentaciones usualmente gratuitas.

Los lanzamientos también pasan por un proceso de generación de confianza y autoridad en el expositor.

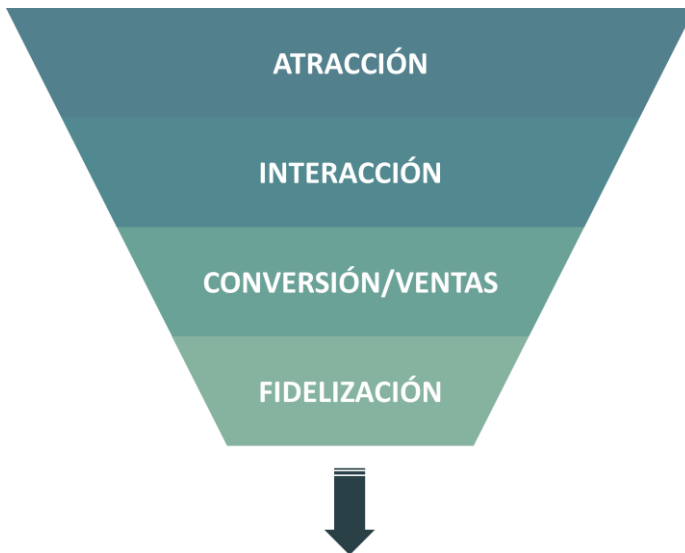
Esto lo logramos adaptando un *embudo de ventas* junto a varias *estrategias de posicionamiento*.

Es de esa forma como lograremos vender nuestro curso de forma masiva. En un momento veremos cómo funciona.

Por si aún no estás tan familiarizado con el concepto de los *embudos de venta*, debes saber que ésta es una metáfora utilizada en Administración de empresas para referirse a las

fases de una venta en donde la persona pasa de ser un prospecto a convertirse en un cliente para la empresa.

A través de la siguiente imagen quiero mostrarte cada uno de los pasos o procesos usuales que se encuentran en un *embudo de ventas tradicional*.



- 1) **Atracción:** Es el paso inicial en donde volcamos toda nuestra estrategia de publicidad en atraer e identificar usuarios potenciales.
- 2) **Interacción:** Los usuarios potenciales que hayan sentido un mayor interés por nuestra oferta,

interactuarán con nosotros de alguna manera; pudiendo ser a través de un formulario de contacto, llamada, mensaje, etc.

- 3) **Conversión:** En esta fase los usuarios potenciales que hayan quedado satisfechos con lo que han visto o escuchado estarán dispuestos a realizar una primera compra. Deciden confiar en nosotros para probar nuestro producto o servicio.
- 4) **Fidelización:** Si nuestro producto o servicio cumplió con lo que ofrecimos, y paralelamente nos enfocamos en seguir brindando constante valor, encontraremos en nuestros clientes a personas que amen nuestra marca.

Ahora que hemos entendido la ciencia detrás de un embudo de ventas, quiero mostrarte lo que para mí son las **2 mejores formas del modelo de lanzamientos para un curso o programa:**

- **Lanzamiento “1” – La Clase Gratuita.**
- **Lanzamiento “2” – El Challenge o Desafío.**

Lo veremos a continuación.

LANZAMIENTO “1”

-LA CLASE GRATUITA-

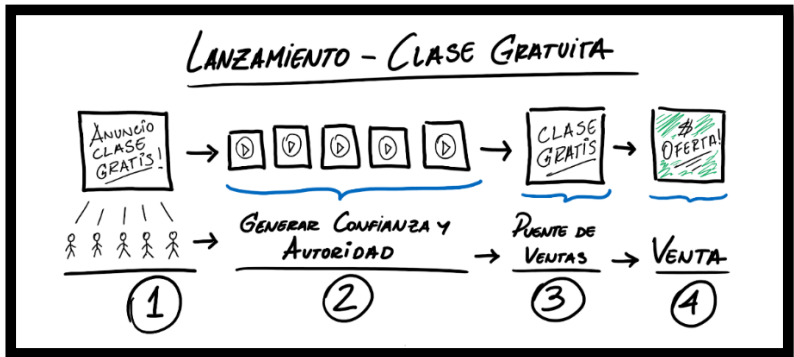
Este tipo de lanzamiento también inicia con un anuncio en redes sociales como el modelo anterior, pero no directamente vendiendo el curso, sino más bien promocionando una clase GRATUITA en vivo.

Las personas atraídas por la poca barrera que **encuentran -al ser una clase gratis-** deciden darte la oportunidad de escucharte.

Pronto, estas personas pasarán por un proceso de generación de confianza y autoridad para finalmente llegar al día de la clase gratuita, donde RECIÉN AHÍ debes mostrar la oferta de tu curso.

Para que la idea quede aún más clara he dibujado cada uno de los pasos dentro de este tipo de Lanzamiento.

NOTA: Si estuviste atento al capítulo anterior entenderás que lo que veremos ahora es un *embudo de ventas* adaptado a la comercialización de cursos online.



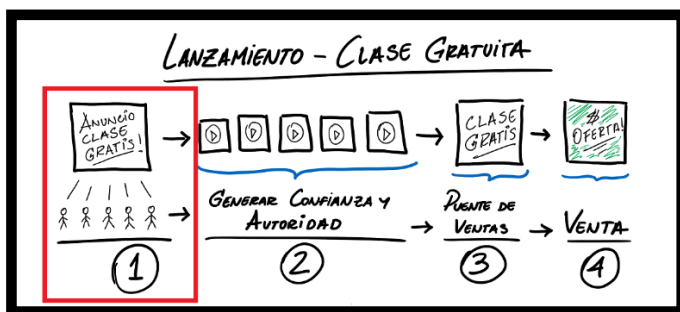
Como ves, este tipo de Lanzamiento es muy diferente al modelo de productos Front-end y Back-end, donde vendes desde el inicio con un producto de bajo precio y alto valor.

En los Lanzamientos estratégicos, la venta pasa a un segundo plano privilegiando mucho más la cantidad de personas atraídas

Ahora vamos a conocer qué es lo que sucede en cada uno de los pasos de este tipo de Lanzamiento para redondear nuestra idea.

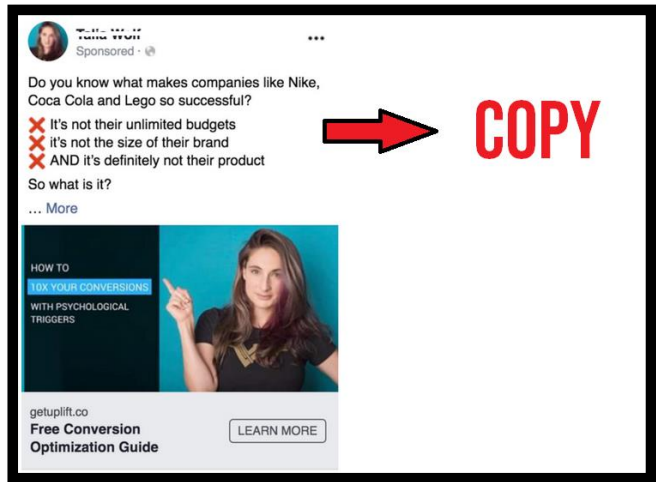
El Lanzamiento de la Clase Gratuita está dividida en 4 pasos:

1. **El anuncio de la Clase Gratis:** Queda claro que el enfoque de este anuncio no es para vender, sino más bien para invitar a las personas a una clase gratis que se dará en una fecha determinada.



El truco para hacer un anuncio realmente impactante se encuentra en el **Copy** (texto persuasivo que acompaña a la foto/video del anuncio en Redes Sociales).

Esta es una habilidad de vital importancia que ya debes ir aprendiendo. Esta habilidad te ayudará a persuadir a las personas a seguir leyendo tu anuncio con interés.



El Copy de tu anuncio puede marcar la diferencia entre convertir masivamente o sólo pasar desapercibido.

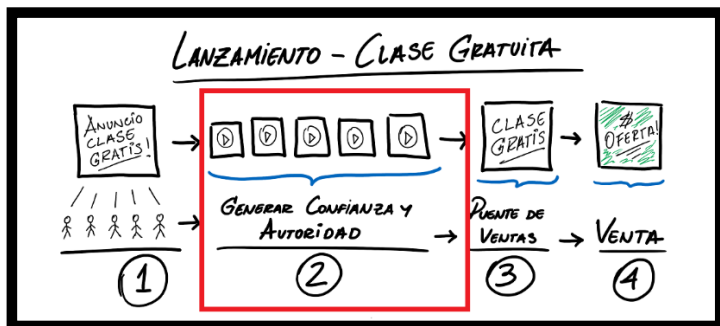
2. **Generar confianza y autoridad:** El objetivo en esta etapa es el de crear el espacio adecuado para convertirnos de completos desconocidos a expertos frente a nuestra audiencia.

Me explico.

En el paso anterior hemos logrado atraer a personas interesadas a nuestra clase gratis obteniendo inscripciones, sin embargo, aún seguimos siendo desconocidos para ellos.

La idea del paso 2 es poder aumentar la percepción de confianza y autoridad hacia nosotros.

Esto lo lograremos a través de una poderosa estrategia: Entregar a los inscritos una serie de videos preparados por ti.



Esta serie de videos debe tener un enfoque claro: **Entregar valor.**

Es decir, brindarles a las personas conocimiento de calidad para **crear la percepción de autoridad y confianza hacia ti.**

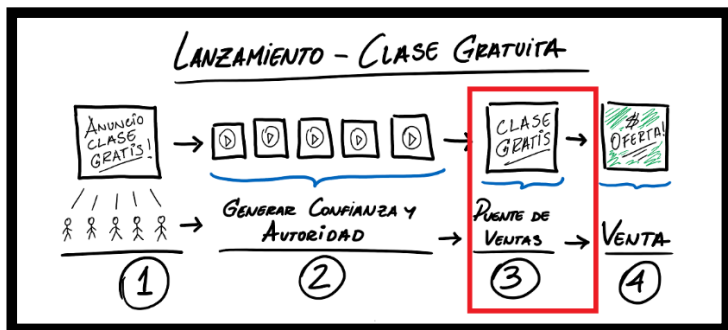
Los videos pueden ser entregados de diversas maneras. Algunas ideas podrían ser:

- Videos subidos en tu propia web.
- Videos enviados por WhatsApp.

- Videos enviados por Chats de Facebook (usando Bots).
- Videos en vivo dentro de un grupo privado de Facebook creado por ti.
- Videos enviados por Telegram.
- Videos enviados por correo electrónico, etc.

Si todo se hizo correctamente **-y luego de haber enviado los videos con contenido de valor-** muy probablemente las personas empiecen a confiar mucho más en ti percibiéndote como uno de los expertos/autoridades más importantes del sector. **Genial, ¿verdad?**

3. **Clase Gratis:** Luego de haber hecho todo el trabajo previo, la clase gratuita debería ser sólo la cereza del pastel.

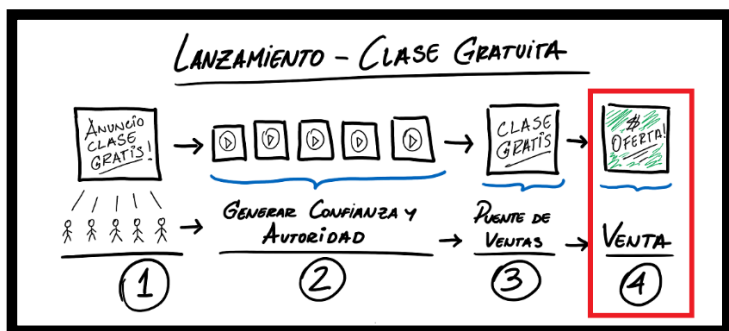


Para el día de la clase gratuita te recomiendo que puedas utilizar alguna herramienta de videollamada masiva como Zoom o una transmisión en vivo dentro de tu grupo privado de Facebook.

El objetivo de la clase gratuita por supuesto es el de **mostrar a los inscritos más información de valor y también hablarles sobre tu historia**, de esta manera ellos te sentirán con mucha más familiaridad.

Dado todo este ambiente habrá llegado el momento perfecto para mostrar tu oferta: **Un curso más avanzado**.

4. **Oferta de curso avanzado:** Como verás, este es el último punto del Lanzamiento de la Clase Gratuita, y por supuesto el momento en donde ofreces y entregas el curso que has preparado.



Mi consejo principal con respecto a tu curso avanzado es que esté enfocado en solucionar un problema importante.

No está de más recordar que los cursos que construyas deben evitar ser muy teóricos y que estén creados pensando en el resultado o transformación que tu alumno alcanzará al finalizar tu formación.

Un ejemplo claro de **un curso creado enfocado en la teoría** vs **un curso creado enfocado en los resultados** podría ser el siguiente:

- **Curso enfocado en la teoría: “Maestría en ventas - Aprende las 15 técnicas de cierre de ventas más efectivas”.**

Aquí claramente nuestro enfoque está en crear nuestro curso con el objetivo de enseñar las 15 técnicas prometidas.

- **Curso enfocado en resultado: “Maestría en ventas - Consigue tus primeros 50 prospectos calificados en 1 semana”.**

Ahora nuestro enfoque está orientado a cumplir la expectativa de que nuestros alumnos consigan sus primeros 50 prospectos en 1 semana.

Esta variación de enfoques hará que la creación del curso vaya mucho más allá de sólo enseñar 15 técnicas, sino que se orientará en conseguir un resultado concreto en los alumnos.

Así tu curso se verá mucho más sexy e interesante a ojos del mercado.

A que el segundo título es más sexy, ¿verdad?

Como ves, enfocarte en el resultado que tu alumno obtendría con tu curso, no sólo te ayudará a encontrar un mejor título, sino que te guiará en la creación de un curso mucho más útil y poderoso para las personas.

Crea tu curso avanzado pensando en el resultado específico que logrará tu alumno al finalizar el curso.

LANZAMIENTO “2”

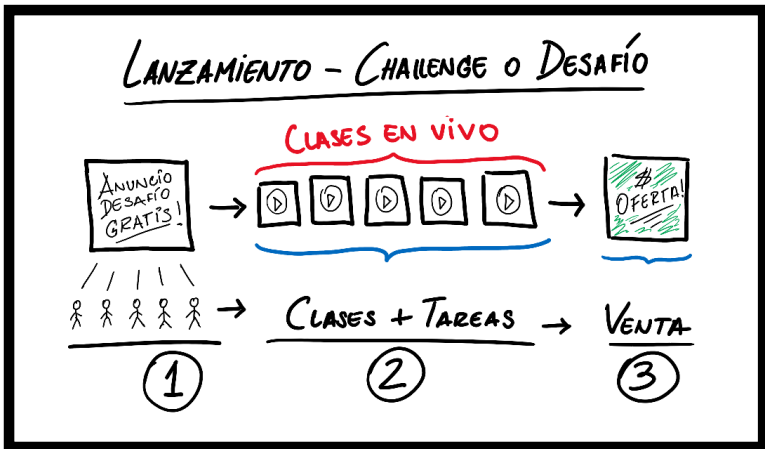
-CHALLENGE O DESAFÍO-

Este tipo de lanzamiento guarda mucha similitud con el lanzamiento anterior y es igual de poderoso.

Se trata del lanzamiento tipo Challenge o Desafío.

Como su nombre lo dice, lo que busca este tipo de Lanzamiento es llevar a nuestro prospecto a una serie de tareas para conseguir determinado reto o desafío.

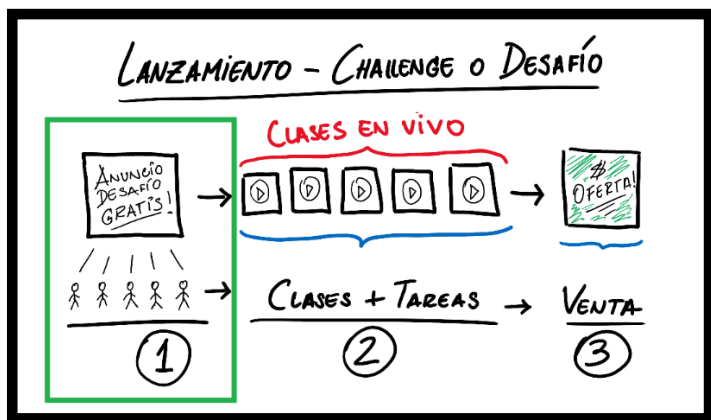
Esta estrategia hará que el prospecto se mantenga mucho más involucrado desde el inicio hasta el momento de la venta del curso.



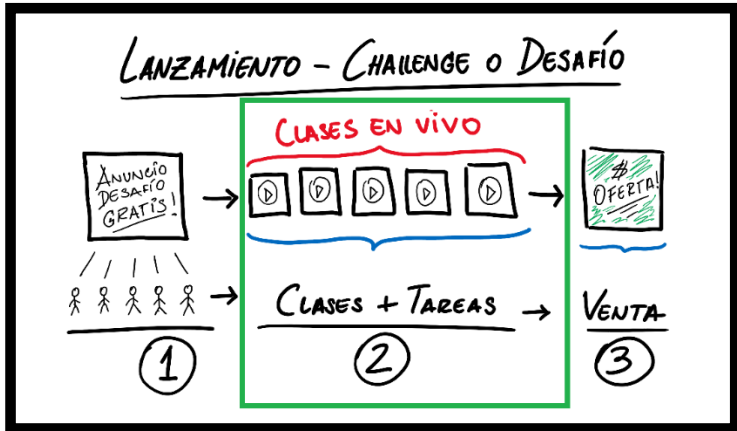
El Lanzamiento tipo Challenge o Desafío está dividido en 3 pasos:

1. **El anuncio del Challenge o Desafío:** Al igual que en el lanzamiento anterior, el proceso se inicia a través de un anuncio en redes sociales.

Este anuncio invita a las personas a unirse a un desafío de “x” días para conseguir un objetivo en particular (como encontrar tus primeros proveedores de Importación o conseguir tus primeras propiedades para vender en Bienes Raíces, por ejemplo), en las que tú los guiarás para conseguir dicho objetivo.



2. **Clases en vivo + tareas:** A diferencia del Lanzamiento anterior, en este paso no se entregarán videos pregrabados, sino clases en vivo.



En cada clase en vivo enseñarás conceptos introductorios y prácticos sobre el tema que dominas. 5 clases de challenge en total es un número que te recomendaría perfectamente.

El objetivo de cada clase es dejar una tarea sencilla para la subsiguiente clase.

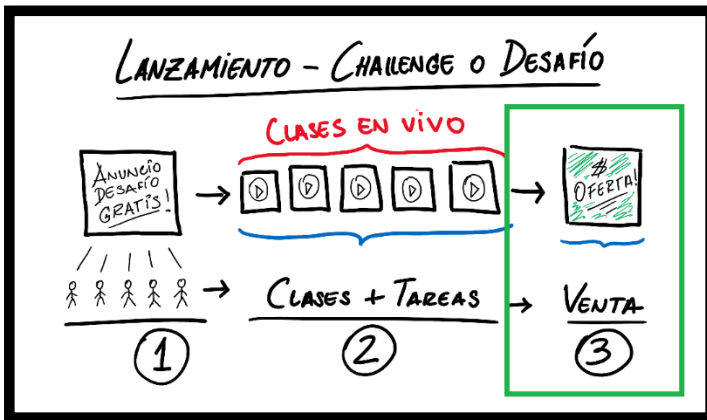
Si esto se hace de forma correcta tendremos a un prospecto:

- Más consciente sobre alguna necesidad o problemática que antes no había notado.

- Más dispuesto e interesado en comprar alguna solución a esa necesidad descubierta.

Por supuesto, la idea de todo esto es que tú llegues finalmente con la solución a esa necesidad a través de tu curso avanzado.

- 3. La oferta de valor (venta):** Del mismo modo que en el Lanzamiento anterior la idea de este punto es poder mostrar la solución a los problemas de tus prospectos a través de tu curso avanzado.



Te aconsejo que la oferta de tu curso avanzado la ofrezcas en la penúltima clase y no el día final del Challenge o Desafío. De esta manera tus prospectos tendrán más tiempo

para pensar tu propuesta y podrán hacerte las preguntas necesarias sobre ello en la última clase en vivo.

Nuevamente me gustaría recordarte que al momento de crear nuestro curso avanzado nos enfoquemos siempre en el resultado específico que lograría nuestro prospecto.

Algunas preguntas que pueden ayudarte a aclarar las ideas serían la siguientes: **¿Ese resultado específico será lo suficientemente transformador como para que alguien me compre este curso? ¿Mi curso avanzado realmente resuelve un dolor muy fuerte de mi prospecto?**

Si nuestra respuesta es SÍ, definitivamente estamos por un buen camino. **Si la respuesta es NO**, probablemente debamos hacer algunos ligeros cambios en la creación y temática de nuestro curso (para lo cual te invito a repasar los primeros capítulos del libro para descubrir y afinar qué es lo que vamos a enseñar).

QUÉ PRECIO PONERLE A TU CURSO

Al momento de poner un precio al curso, muchas personas privilegian la experiencia del autor por sobre cualquier cosa, otros el contenido diferenciado, otros el nivel socioeconómico promedio del mercado, algunos otros la oferta, y un largo etc.

Sin embargo, los -ya varios- años de experiencia en esta Industria, me ha permitido llegar a una conclusión diferente.

- 1) Puedes basar tu precio en la transformación que generas en la persona. Por ejemplo, ¿cuánto debería costar un curso que te enseña a ganar USD5,000 al mes en Bienes Raíces o un curso que te enseña a superar una fobia extrema que llevas toda tu vida?
- 2) Puedes basar el precio de tu curso de acuerdo al tipo de contenido brindado en el mismo. Es decir, de los recursos que se incluyen en el paquete que ofreces.

Para que esta idea se entienda mejor, he elaborado un cuadro con el que podrás guiarte para ponerle el mejor precio a tu curso.

Quiero destacar que he elaborado este cuadro de precios pensando exclusivamente en el mercado Latino. El mercado americano y europeo son realidades completamente diferentes.

El siguiente cuadro contiene 2 columnas. La columna de la izquierda muestra el tipo de curso. La columna de la derecha muestra qué es lo que contiene cada tipo de curso.

Puedes ver las distintas variables a las que me refiero en el siguiente cuadro:

TIPO DE CURSO	CONTENIDO
1. Tripwire (USD9 - USD47)	Mini curso de inicio. Puede incluir 3 entrenamientos en video + PDF extenso con buen contenido de valor.
2. Ticket bajo (USD47-USD97)	Curso entre 4 y 6 módulos. Hojas de trabajo. Bonos. Grupo privado opcional.
3. Ticket medio (USD97-USD997)	Curso entre 4 y 8 módulos. Hojas de trabajo. Bonos. Grupo/comunidad. Acceso a transmisiones grupales en vivo. Evento presencial opcional.
4. Ticket alto (+ de USD997)	Todo lo anterior + llamadas y seguimiento personalizado. Grupo de coaching. Reuniones Mastermind y/o círculo interno de trabajo con el staff.

Como ves, en este modelo el precio es afectado por el tipo de contenido que entregas.

Si me preguntas que modelo me gusta más, te diré que el primero, el del precio basado en transformación.

CÓMO CALCULAR CUÁNTO GANAR EN LANZAMIENTOS

Por supuesto que una de las cosas más importantes en este negocio (y en cualquiera por supuesto) es poder tener predictibilidad con respecto a nuestras ganancias.

El monto que queremos ganar, a todas luces, es algo que responde a muchísimos factores como sabes, sin embargo, durante todo el proceso de lanzamiento hay números/métricas que se repiten constantemente.

Lo que quiero hacer ahora es revelarte cuáles son esos números para que puedas calcular un aproximado de lo que podrías generar en ventas finalizando el lanzamiento.

Bien, para esto, vamos a suponer que acabas de crear un curso de un valor de **USD197** y que quieres vender en cada campaña de lanzamiento por lo menos **USD5,000** de facturación.

Lo que debemos hacer ahora es un sencillo cálculo de las unidades que tendríamos que vender para generar **USD5,000 de facturación en el lanzamiento.**

Las matemáticas sencillas nos llevarían entonces a realizar la siguiente fórmula:

$$\text{Ventas} / \text{Valor de cada curso} = \text{Unidades a vender}$$

Para nuestro ejemplo:

$$\text{USD5,000} / \text{USD197} = 25 \text{ cursos vendidos}$$

Bien, en base a este ejemplo hemos concluido que, si queremos generar USD5,000 dólares en ventas por cada lanzamiento, debo vender como mínimo 25 cursos.

La siguiente pregunta que vendría nuestra mente sería: **¿Que tan fácil es vender 25 cursos? ¿realmente es algo sencillo de hacer?**

La respuesta es sí y no.

Sí para las personas que conozcan el sistema exacto para atraer a personas precalificadas de forma masiva a través de Internet, es decir, creando anuncios de máxima calidad haciendo que cada centavo invertido en anuncios sea rentable.

No para las personas que ignoren cómo calcular los porcentajes de conversión a lo largo de cada lanzamiento. Es decir, que no sepan hacer la ingeniería inversa.

Si necesitas saber el detalle exacto de las matemáticas en el proceso de un lanzamiento, he preparado una lección revelándote cuáles son los porcentajes de cada paso. Visita tuescuelaviral.com/ganancias

ENCONTRANDO PERSONAS PERFECTAS PARA TU CURSO

Aunque las herramientas que nos ofrece Facebook para hacer anuncios son muy amplias, existen ciertas estrategias -poco conocidas- para segmentar el mercado como un verdadero experto.

Una de las más poderosas trata de la precalificación de personas ideales para tu curso.

Es a través de esta estrategia como nosotros llenamos nuestros eventos de forma masiva a cualquier lugar a donde vamos.

¿Cómo hacemos esto?

Verás, cuando uno anuncia sus negocios a través de Facebook, éste suele darnos distintas herramientas para seleccionar a las personas que queremos que vean nuestro anuncio.

La herramienta más importante de Facebook para hacer anuncios se llama Business Manager.

Esta herramienta podría percibirse inicialmente como muy compleja, sin embargo, una vez dominada verás que es muy sencilla de utilizar.

Te garantizo que, si aprendes a manejarla a nivel profesional, ésta se convertirá en la mina de oro de tus cursos.

Dentro del Business Manager de Facebook encontraremos apartados donde elegiremos las características que debería tener la persona que verá nuestro anuncio.

Estas características pueden dividirse en intereses, gustos, características demográficas, edad, sexo, religión, grado de educación, deportes, y un largo etc.

La inmensa mayoría de anunciantes se circunscribe a utilizar sólo la segmentación por defecto de Facebook.

Esto por supuesto, es un error, ya que la segmentación de Facebook es bastante limitada.



Herramienta para segmentación de personas en Facebook

Para entender mejor el error que cometen la mayoría de anunciantes, hagamos un ejemplo.

Supongamos que el anunciante sea una empresa que brinde cursos sobre Importación de China.

Muy probablemente esta empresa decida segmentar su anuncio a personas como éstas dentro de Facebook:

- **Sexo:** Hombres y Mujeres
- **Edad:** de 25 a 50 años.
- **País y/o Ciudad:** Perú, Colombia, México.
- **Intereses:** Importaciones, Comercio Exterior, Negocios Internacionales, etc.

Lo que hará Facebook es buscar a las personas que cumplan con los requisitos anteriores para mostrar el anuncio.

Pero, te tengo una pregunta.

¿Te has puesto a pensar a cuántas personas les podría interesar aprender a Importar de China pero que NO se lo hicieron saber a Facebook?

Recuerda que Facebook tiene información de nosotros en base a 2 cosas:

- Información que tú haces pública dentro de Facebook.
- Interacciones que realizas dentro o fuera del ecosistema de Facebook.

Quizá a Pepito le podría interesar aprender a Importar de China, pero jamás se lo hizo saber a Facebook de ninguna manera.

Entonces para Facebook, Pepito NO es una persona a la que le interesaría Importar de China, así que decide NO mostrarle el anuncio.

Acabamos de perder a un potencial cliente, sólo por limitarnos a la segmentación por defecto de Facebook.

Haz esto para atraer al cliente ideal

Lo que nosotros hacemos para llenar todos nuestros eventos es algo muy diferente.

Como te mencioné anteriormente, esta estrategia se basa en precalificar a las personas ideales para que te compren.

Dicha estrategia está dividida en 6 pasos:

- 1) Haz una lista con 5 diferentes perfiles ideales en Facebook (a estos se les dice avatares). Explora con la

segmentación de Facebook analizando características como la edad, sexo, ciudad, intereses, etc. Asegúrate de pensar en 5 diferentes avatares ideales.

- 2) Crea un video de contenido de valor, puede ser algo educativo, algo que pueda servirle a tu cliente ideal y que esté relacionado con lo que vendes. Un ejemplo podría ser “3 tips para conseguir xyz”. Este video debe tener un máximo de 5 minutos.
- 3) Crea 1 anuncio en Facebook para cada avatar, debes tener 5 anuncios en total. Deja correr los anuncios por 3 días.
- 4) Al pasar los 3 días, detén el anuncio y revisa en las métricas de Facebook las personas que vieron el 95% del video.
- 5) Ingresa en la opción de públicos personalizados en el Business Manager de Facebook y **crea un público personalizado con las personas que vieron el 95% del video de tus anuncios.**

- 6) Finalmente, crea un público similar en el Business Manager de Facebook con las personas que vieron el 95% de los videos.

Si haces esto de forma correcta tendrás ahora miles de personas súper segmentadas con el perfil que buscas.

Y es que, bajo este método, le hemos pedido a Facebook que busque personas que tengan similitud a aquellos que vieron el 95% de nuestro video de contenido de valor.

... ¿quién ve el 95% de un video?

Desde luego una persona que tiene interés por lo que está escuchando.

Con este nuevo público súper segmentado en Facebook ahora sí puedes crear un anuncio masivo anunciando el Lanzamiento o Challenge de tu curso.

Si deseas ver un poco más de detalles sobre cómo funciona esta estrategia de precalificación...

Visita tuescuelaviral.com/precalificacion

#4

Crea tu propia
ESCUELA ONLINE

ESCOGIENDO TU MEJOR PLATAFORMA DE ESCUELAS ONLINE

Una de las mejores decisiones que puedes tomar para destacarte de inmediato en el mercado es montar **tu propia Escuela Online**.

Tener tu propia Escuela Online te permitirá hacer importantes **ingresos pasivos** (ingresos generados sin necesidad de dedicar mucho tiempo o esfuerzo), ya que los alumnos de tus cursos estudiarán a su propio ritmo.

Tener tu propia Escuela te liberará de enormes cantidades de tiempo comparado a dictar sólo clases en vivo.

OPCIONES DE ESCUELAS

Bien, ahora vamos a conocer un poco más sobre el Mundo de las Escuelas Online. Lo primero que debes saber es que éstas se dividen en **2 tipos**:

1. **Escuelas de alquiler:** Pagas un porcentaje o un monto fijo mensual a cambio de que te permitan montar tu curso en su plataforma. Tu base de datos normalmente pasa a ser compartida con la empresa que aloja tu curso.
2. **Escuelas propias:** Tú eres dueño de todo el ecosistema de estudios. No estás obligado a compartir tu base de datos.

Si estás empezando quizá podrías optar por alquilar la Escuela Online, sin embargo, si deseas diferenciarte de inmediato recomiendo al 1,000% tener **tu propia Escuela Online**.

Bien, ahora quiero hablarte de las principales opciones de Escuelas que encontrarás entre las *Escuelas de alquiler* y las *Escuelas propias* para que tengas una mejor visión de todo.

En el siguiente capítulo veremos cuáles son las mejores opciones dentro del mercado.

ESCUELAS DE ALQUILER

A continuación, quiero mostrarte cuáles son las opciones más destacadas dentro del mercado de Escuelas online de alquiler:

- **Hotmart:** No existe un pago fijo para almacenar tu curso aquí. Pagas un porcentaje por cada venta que puede ser hasta el 10% + costos adicionales. Base de datos compartida con la empresa.
- **Udemy:** No existe pago fijo. Pagas hasta el 50% por cada venta del curso.
- **Teachable:** Entre USD29 - USD249 por mes + 5% por transacción en el plan básico.
- **ClickFunnels:** Entre USD97 – USD2,497 por mes.
- **Kajabi:** Entre USD119 – USD319 por mes.
- **Wisboo:** Opción básica de USD10/mes + 9% por venta, hasta plan de USD143/mes.
- **Thinkific:** Opción gratuita de prueba con opciones limitadas. Plan de pagos entre USD39 – USD399 por mes.

Estas serían las principales opciones de Escuelas de alquiler, sin embargo, hay 5 cosas importantes que debes saber antes de contratar alguno de estos servicios.

1. La gran mayoría de estas escuelas **no tienen compatibilidad con pasarelas de pago latinoamericanas** (opción de cobro con tarjetas de crédito o débito en Latinoamérica), y sólo podrías usar PayPal como opción para cobrar tus cursos. Esto afecta enormemente el porcentaje de ventas y las automatizaciones en la venta.
2. **Tu base de datos de alumnos puede ser compartida** con la escuela de alquiler y ellos pueden ofrecer a tus alumnos otros cursos que no son de tu propiedad.
3. **Tu curso es uno más dentro de la Escuela de alquiler.** Competes con cientos de otros cursos parecidos al tuyo dentro de la misma Plataforma.
4. **La escuela no es tuya.** Toda la data se almacena en el Hosting de la Escuela de Alquiler. En algunos casos **tu**

curso pasa a ser propiedad de la empresa que te alquila mientras éste se aloje en su página.

5. **La propiedad intelectual del curso ya no es exclusivamente tuya.** En algunas de estas plataformas la propiedad intelectual será también de ellos en cuánto tu curso siga almacenado en su plataforma. Esto te obliga a no poder vender tu curso a través de otros canales.

Es por ello que en varias de estas Escuelas de Alquiler el ingreso a la página de tu curso lleva siempre el nombre de ellos y no el tuyo, por ejemplo:
www.hotmart.com/tucurso en vez de
www.tucurso.com.

Como ves hay distintas opciones a las que puedes apuntar si de Escuelas de alquiler se trata, te he mostrado las mejores para que tengas un mejor panorama.

Si decides optar por la opción de alquilar la plataforma para tus cursos recomendaría como opciones a ClickFunnels (utilizándolo como creador de páginas web y embudos de

venta), junto a Kajabi que es mucho más profesional a la hora de montar una plataforma de cursos.

NOTA: La gran mayoría de estas plataformas no son utilizables completamente en Latinoamérica ya que no contamos con una pasarela de pagos latina 100% compatible con ellas.

Sólo podríamos usar PayPal como método de cobro, sin embargo, esto limitará excesivamente nuestras ventas porque los usuarios tendrían que llenar demasiados datos para hacer un pago, haciendo caer muchas intenciones de compra.

¡Genial! Ahora que ya conocimos las opciones de las *Escuelas de Alquiler* pasemos a hablar sobre las opciones de *Escuelas propias*.

ESCUELAS PROPIAS

Para esta recomendación he separado de la lista a aquellas herramientas que son muy complejas o extremadamente costosas.

El principal desafío de las escuelas propias es que requieren de cierto conocimiento web, sin embargo, **todo esto es más sencillo de lo que parece.**

Para las Escuelas propias necesitarás algunas herramientas que pueden ser instaladas en tu sitio de **Wordpress** (herramienta gratuita para construir Webs o Blogs).

La herramienta más importante que debe acompañar a tu Wordpress para crear tu propia Escuela se llama LMS (Learning Management System).

Esta herramienta es la encargada de montar tu propia Escuela Online en tu página web con algunos pasos muy sencillos.

Para que tengas un mejor panorama de las herramientas disponibles he elaborado una lista con las **mejores opciones LMS del mercado:**

- **WP Courseware:** Desde USD129 por año.
- **LearnPress:** Planes profesionales desde USD49 (versión limitada) hasta USD\$249 por año.
- **Sensei:** Cuenta con una versión gratuita pero sólo es para ofrecer cursos gratuitos. Si quieres vender cursos de pago el rango de precios varía entre USD149 y USD299 por año. Es la menos potente de todas.
- **LifterLMS:** Versión DEMO de USD\$1 por 30 días. Luego planes desde USD99 hasta USD999 por año.
- **LearnDash:** Planes profesionales desde USD159 hasta USD329 por año.

Como ves si comparamos las opciones entre montar Tu propia Escuela vs Alquilar la Escuela siempre es mucho más barato y potente la opción de tener **Tu propia Escuela Online.**

Con el costo promedio de 1 mes de las Escuelas de Alquiler podrías pagar 1 año entero de las Escuelas Propias

Todas las opciones de la lista anteriormente mostrada de *Escuelas Propias* son muy potentes, sin embargo, hay una de ellas que a mi juicio es la más poderosa en cuanto a crear **tu propia Escuela** se trata.

Mi recomendación absoluta es sin dudas: **Learndash**.



Learndash es para mí la mejor opción hoy por hoy para crear **tu propia escuela online en Latinoamérica**.

Tiene opciones increíbles como:

- Drip Feed Content (opción para liberar el curso poco a poco a medida que el alumno avanza las clases).
- Acceso para miembros con usuario y contraseña.
- Privacidad de alumnos por membresías.
- Distintos tipos de exámenes para tus alumnos.

- Mapa de progreso del curso.
- Envíos de correos automáticos por logros.
- Entrega automatizada de certificados.
- Foros para tus alumnos.
- Sistema para vender más cursos a tus alumnos.

En fin, **Learndash** a mi gusto, reúne las mejores características al momento de crear **Tu Propia Escuela Online**. Y por supuesto, todo en tu propia página.

Algo así como: www.tucurso.com

Mucho más profesional, ¿verdad?

#5

El poder del
JUEGO INTERNO

MÉTODO PARA EVITAR LAS CRÍTICAS

Existe un método 100% efectivo para evitar la crítica de cualquier persona.

Éste es un método que ha sido utilizado por millones de personas a lo largo de la historia para eludir los dolores causados por la crítica.

Aplicar esta fórmula es bastante sencillo y cualquiera de nosotros lo puede hacer.

El método para evitar la crítica consiste en **NO INTENTAR NUNCA NADA.**

Así es.

No intentar nunca nada te garantizará pasar siempre desapercibido alrededor de todos.

No intentar nunca nada evitará que hablen de lo que haces o no haces.

No intentar nunca nada hará que tu vida sea tan promedio que las personas no tengan jamás algo que hablar sobre ti.

Claro, *no intentar nunca nada* evitará al 100% que recibas críticas; sin embargo, debes saber que el precio que pagarás será el de estancamiento, el de tener la vida de siempre. Sin ningún cambio.

Si eliges el camino de convertirte en un experto a través de Internet debes saber que llegará a ti innumerables críticas de gente que quizá jamás conocerás.

En mi caso he tenido que lidiar con cientos de comentarios e insultos por parte de personas a las que no les gusta mi trabajo.

Y está bien, nuestro trabajo no es caerle bien a todo el Mundo.

Nuestro trabajo es generar una transformación en la vida de las personas a través de nuestros cursos online.

Por supuesto también habrá personas de las que quizá recibas críticas porque tu curso no está cumpliendo sus expectativas.

Eso es diferente.

Ahí debes poner atención en mejorar lo que ofreces.

Esto último me pasó con mi primer curso de Importaciones en donde en uno de los bonos gratuitos del curso ofrecí mi número personal para ayudar de forma directa a los alumnos.

Lo hice con la mejor intención del Mundo sin tener en cuenta que mi curso se vendería de forma masiva.

Ya imaginarás cuántas llamadas y mensajes no podía responder por la saturación de consultas, y claro, esto generó mucha incomodidad entre algunos alumnos.

Sin embargo, esa fue una de mis mejores enseñanzas.

En la actualidad reservo mi número directo para programas que tienen un ticket más elevado, pero a cambio entrego a los alumnos mi enfoque completo para ayudarlos a resolver sus dudas o problemáticas.

Te invito a aprender de esta experiencia mía.

Como ves siempre estarás expuesto a las críticas, sin embargo, si aprendes a convivir con ello, vivirás la vida que el 90% de las personas nunca podrá vivir.

¡Actúa ya!

ENFOQUE, ANTE TODO

Hay una frase del libro “Lo único” de Gary Keller que siempre recuerdo:

“Hacer dos cosas a la vez es no hacer ninguna”.

En este modelo de negocio estarás continuamente tentado de hacer muchas cosas a la vez.

Por ejemplo, con respecto a estrategias para atraer personas para que compren tu curso, querrás:

- Crear campañas masivas en Facebook.
- Abrir tu canal de Youtube.
- Escribir un libro para posicionarte.
- Hacer un Podcast, etc.

Esto lo único que logrará es desenfocarte por completo de lograr el 100% de efectividad en alguna de las 4 actividades mencionadas.

Y es que si decides hacer todo al mismo tiempo sólo podrás entregar el 25% de tu enfoque a cada una de las 4 actividades.

¿Con el 25% de enfoque podremos obtener el 100% de algún resultado?

Creo que la respuesta es evidente.

Si de atraer personas masivamente se trata, te recomiendo mucho empezar haciéndote experto en anuncios de Facebook. Es lo más sencillo y práctico para encontrar personas.

Una vez domines al 100% los Anuncios de Facebook, puedes pasar al siguiente punto, como crear un libro o hacer un podcast, o crear tu canal de youtube, por ejemplo.

De esta manera siempre le darás un 100% de enfoque a cada una de las estrategias que vas implementando.

#6

Cómo obtener

MÁS AYUDA

TU ENTRENAMIENTO GRATUITO

Si has llegado hasta aquí déjame felicitarte por tu constancia y disciplina.

Probablemente estés buscando obtener detalles más específicos de los vistos en este libro. Sé que, aunque haya intentado poner todo mi conocimiento en estas hojas siempre habrá cosas que queden en el tintero.

Es por ello que he preparado una Masterclass gratuita que detalle con mucha más claridad lo aprendido en este libro.

Visita tuescuelaviral.com/ticket para poder ver el entrenamiento ahora.

No puedo garantizarte por cuánto tiempo más estará este entrenamiento en línea porque solemos rotar y actualizar nuestro contenido con frecuencia, pero por el momento está ahí. Te sugiero tomar ventaja de ello.

tuescuelaviral.com/ticket

CÓMO ACCEDER A TUS BONOS GRATUITOS

A lo largo de este libro he añadido varias bonificaciones gratuitas que lo acompañan. Éstos son videos de entrenamiento que ayudarán a comprender mejor los conceptos enseñados.

Podrás ver los enlaces a estos entrenamientos a lo largo de los capítulos, sin embargo, quiero compartirte una lista de los enlaces para una consulta mucho más rápida.

- **Cómo crear tu propia Escuela Online y vender tus cursos sin haberlos creado.**

En este entrenamiento de 1 hora te enseñaré las estrategias para hacer 7 cifras creando tu propia escuela online. Este entrenamiento está enfocado en la parte sustancial del libro, pero analizado con mucho más detalle.

Accede a: tuescuelaviral.com/ticket

- **Cómo crear rápidamente un video atractivo para viralizar.**

En este entrenamiento te enseñaré cuál es la herramienta usada por los mejores influencers para editar videos de forma profesional y haremos un ejemplo de ello.

Accede a: tuescuelaviral.com/videoejemplo

- **Método secreto para precalificar personas y atraer masivamente al público correcto**

Aquí te enseñaré qué es lo que hemos hecho para atraer a más de 60,000 personas a todos nuestros eventos y talleres.

Accede a: tuescuelaviral.com/precalificacion

- **Fórmula para calcular cuánto quieres ganar en tu lanzamiento**

Aprenderás paso a paso cuáles son los números en este negocio para que puedas calcular tus ingresos deseados.

Accede a: tuescuelaviral.com/ganancias

- **Nuestros resultados**

Si tienes curiosidad de ver cómo han sido nuestros eventos y talleres implementando todas nuestras estrategias, siéntete libre de ver ello para inspirarte.

Accede a: tuescuelaviral.com/resultados

CONVERSA CON NOSOTROS

Si deseas ayuda de mi equipo para poder implementar todas las estrategias de este libro en tu negocio, haciendo que éste crezca aún más rápido, nos gustaría invitarte a hablar con nosotros.

Sólo ingresa a tuescuelaviral.com/aplicar

Una vez ingresada a la página encontrarás una aplicación con algunas preguntas que deberás responder (estas respuestas serán recibidas por nuestro equipo de trabajo y así puedan comprender mucho mejor la situación de tu negocio).

Luego de llenar las preguntas encontrarás una agenda con nuestros horarios disponibles y fechas disponibles. Elige la que se acomode mejor a ti.

Finalmente encontrarás una página en donde te recomendaré algunas pautas para prepararte mejor para la llamada.

Una vez hecha la llamada nuestro equipo verificará la situación en la que tu negocio se encuentra identificará algunas problemáticas y veremos si podemos ayudar.

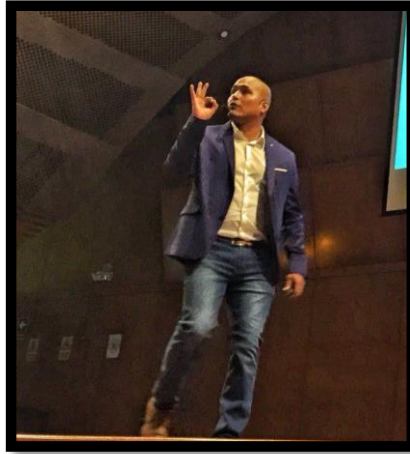
TU ESCUELA VIRAL

Si es que podemos ayudar te mostraremos como poder trabajar con nosotros y podrás decidir si quieres convertirte en uno de estos nuestros clientes o no.

No tendrás ningún tipo de presión, de cualquier manera, obtendrás una gran cantidad de claridad sobre tu negocio luego de esta llamada.

Visita la página tuescuelaviral.com/aplicar y agenda tu llamada hoy.

SOBRE EL AUTOR



Marco Maguiña es el fundador de la Academia de Negocios e Innovación, empresa propietaria de marcas como Rocket China, Cámara Internacional de Bienes Raíces, JakkeMate y boostdemy.com

A los 21 años formó su primera empresa para poder costear sus estudios universitarios. Sus primeros esfuerzos empresariales tuvieron sólo un éxito efímero y esto lo motivó a dejar la universidad para dedicarse por tiempo completo al mundo del emprendimiento.

En la actualidad ha sobrepasado las 7 cifras con sus escuelas Online y ha formado a más de 60,000 personas en decenas de ciudades a donde ha ido.

Su lema constante es: **“Que tus acciones sean tu mejor garantía. Aprende a ser tu palabra”.**