

---

**WORKBOOK**  
**DigitalizaT**

---

**La Hoja de Ruta para Digitalizar  
tu Profesión y Vender Online**

---

[www.weben7.com](http://www.weben7.com)



***Solemos pensar que algo es  
difícil cuando no entendemos  
cómo hacerlo, sin embargo,  
resulta sencillo cuando  
contamos con unas  
instrucciones.***

# ÍNDICE:

<a href="#">Bienvenida.....</a>	4
<a href="#">Déjame explicarte cómo funciona esta guía.....</a>	7
<a href="#">La pregunta más importante de todas.....</a>	8
<a href="#">Te doy la visión 360° y empezamos.....</a>	12
<a href="#">Construyendo tu hogar digital.....</a>	20
<a href="#">Estructura de una Página Principal [INICIO].....</a>	23
<a href="#">Estructura de la Página Sobre Mí / Acerca de.....</a>	34
<a href="#">Estructura del Blog.....</a>	43
<a href="#">Estructura de una Página de Venta.....</a>	45
<a href="#">Estructura de la Página de Contacto.....</a>	62
<a href="#">Estructura de una Página de Suscripción.....</a>	64
<a href="#">Páginas Legales.....</a>	68
<a href="#">¡Bola Extra!.....</a>	69
<a href="#">¡Todo está en Internet!.....</a>	71
<a href="#">Programa WEBen7.....</a>	72
<a href="#">¿Tienes preguntas?.....</a>	74
<a href="#">La oportunidad es ahora.....</a>	75

# ¡Bienvenida!

Hola, voy a acompañarte a lo largo de estas páginas.

Imagina...

De repente pierdes tu perfil social... ¿Qué harías para continuar con tu negocio, para seguir vendiendo?

Si estás aquí es porque te interesa tener un web que te ayude a vender y no depender únicamente de las redes sociales. ¡Bravo!

Soy Diego, creador de negocios de diseño web, soporte tecnológico y formación.

Y los conocimientos que estás a punto de aprender en esta guía paso a paso, los he adquirido durante los últimos 10 años.

Todo empezó en 2008, con la crisis, ya sabes momento de crisis, momento de oportunidades.

El punto es que tuvimos que cerrar un negocio familiar vinculado a la promoción inmobiliaria. Ya imaginas por qué.

En ese momento, cuando ves como desaparece todo entre tus dedos, algo dentro de ti cambia y valoras lo que has hecho hasta la fecha.

Y ahí empieza mi andadura en busca de un modo de vida que pueda llevarme conmigo allá donde decida ir.

Un negocio independiente de la coyuntura social, política... del momento.

Un negocio a prueba de cierres, pandemias, crisis...

Y qué pasó, lo que suele ocurrir, empiezas con mucha ilusión y 'zas', no es como lo habías imaginado. Cierras y abres otro, y este segundo ya es más



parecido a tu idea, pero no te hace sentir como te gustaría... y vuelves a pivotar... y... ¡no hay dos sin tres!

Esta es una forma de contarte el camino que he recorrido para lograr el aprendizaje que hoy día vuelco en mis proyectos.

Te resumo, porque sé que no es lo que más interesa de esta guía:

- *ecoGourmetShop*: comercio electrónico en 5 idiomas
- *Micro-nichos*: Trabajando el SEO en temáticas de lo más variopintas
- *Blogger & SEO*: donde publicaba artículos ofreciendo el conocimiento adquirido hasta entonces

Estos cerrados, aunque todavía se pueden encontrar contenidos por Facebook.

Hago esta división porque a partir de aquí cambié el foco para crear algo que ayudara a otros y no tanto un negocio que me llenara mi cuenta bancaria.

- ***DiseñaTuSueño.com***: Servicio de Diseño Web y automatizaciones
- ***Tecnoglodita.com***: Servicio de soporte y mantenimiento de negocios online
- ***WEBen7.com***: El paso a paso con el que diseño webs, listo para que lo repliques por tu cuenta. Te hablaré de él más adelante, ahora no es el momento.

A estos tres últimos destacados son a los que les dedico mi tiempo.

Pero estoy agradecido a los que ya no existen porque me dieron el aprendizaje que luego utilizaría en mi etapa de servicios.

Crear y llevar una tienda virtual multi idioma (en realidad eran 5 tiendas), montar webs como churros para trabajar el SEO de diferentes temáticas, etc., supone estar controlando continuamente herramientas para diseñar los sitios web y también para mantenerlos.

Al final terminas haciéndote con un *kit de herramientas* y un **MÉTODO con el que NO EQUIVOCARTE.**

Eso es lo que ofrezco en mis servicios, herramientas y sistemas **SIMPLES** (que no sencillos, porque requieren de trabajo), con el que crear una web con la que vender online para personas que les cuesta la tecnología.

Cualquiera que aplique las recomendaciones que se encuentran en esta guía, va a lograr elaborar todo el contenido de su sitio web.

En muy poco tiempo, puedes crear un negocio online del que estar orgulloso a la vez que lleva economía a tu casa.

Antes de que empieces a trabajar esta guía, **necesito tu compromiso** para que implementes lo que estás a punto de aprender.

De nada sirve adquirir conocimientos si no los pones en práctica.

👏 ¡Felicidades!... El hecho de estar hoy aquí ya te pone por delante del resto.

Diego Roldan,  
**Sherpa Tecnológico®**

## Déjame explicarte cómo funciona esta guía.

La idea es que a medida que te explique conceptos (super sencillos, no te preocupes), de seguido, **pongas en práctica lo aprendido**. No lo dejes para el final porque se te hará más cuesta arriba de lo necesario...

*la única forma de comerte un elefante es... bocado a bocado... imposible de una sola vez.*

Como te decía unas líneas más arriba, los conceptos serán digeribles para cualquiera... utilizo la fórmula mágica del 20/80, que significa que para conseguir el 80% de los resultados, únicamente debes invertir un 20% de esfuerzo.

No necesitas más.

Ambos sabemos que **lo único que deseas es vender por Internet sin complicaciones**. No precisas el 100% porque no quieres convertirte en un profesional del diseño web.

De este modo, la *curva de aprendizaje* para que logres crear tu propia web es significativamente menor.

Todo quedará más claro cuando empecemos, pero te dejo un ejemplo de lo que me refiero.

*Habrás un momento en esta guía que tendrás que elegir un dominio para tu web y te diré: “escoge la extensión (.com)”*

*De todas las extensiones de dominio que existen, y mira que las hay, únicamente nos vamos a detener en una, el porqué de esto... más adelante, ahora no es el momento.*

También debo hacer un inciso, desconozco en qué punto del camino de tu emprendimiento te encuentras.

Quizá estés empezando de cero, quizá ya tengas dados unos pasos, quizá estés de vuelta... no importa.

En esta guía te voy a contar cómo tener una web que “*guste*” a las visitas que lleguen a ella y lo haré desde la base.

Si consideras que ya tienes algunas partes trabajadas, puedes adelantar. Aunque tampoco perderías nada por repasarlas, es una lectura rápida.

Al lío...

## La pregunta más importante de todas

El mundo está cambiando delante de tus ojos, nos enfrentamos a *retos* continuamente, *crisis*, *desestabilización* a nivel global, *pandemias*...

Necesitas una *carta bajo la manga* para afrontar todas estas situaciones y las que vendrán.

No es el objetivo de esta guía enumerar las virtudes de estar en el mundo online. Al 100% o en paralelo a otra actividad presencial, esa es tu elección.

Pero sí lo es, advertirte de lo que se te viene encima.

*Tener un negocio online de éxito, es una carrera de larga distancia, quien diga lo contrario está faltando a la verdad.*

**El error más común es intentar emprender por tus propios medios**, con falta de preparación.

Piensas que con la ayuda de unos vídeos de YouTube irás sacando adelante tu proyecto. Uff...los negocios online son algo más, ¡créeme!

En estos momentos que te propones dar el salto online deberías tener varias dudas:

- ¿Qué **Temas** tratar en la web?
- ¿A qué perfil de **Público** dirigirte?
- ¿Qué **Propuesta de Valor** vas a aportar a tu audiencia?
- ¿Qué vas a **vender** (producto o servicio)?
- Y un largo, etc.

¿Me equivoco?

Pero **hay algo más importante que debes hacer**, antes de pelearte con cada uno de estos puntos, debes responder a esta pregunta:

## ¿POR QUÉ QUIERO EMPRENDER ONLINE?

Respóndete con sinceridad y cuando las fuerzas flaqueen, regresa aquí para refrescar por qué decidiste emprender y lanzarte a vender online.

**¿Tu PROPÓSITO sigue siendo tan fuerte como para seguir intentándolo?**

**¿Cuál es el precio de abandonar ahora?**

Tómate tu tiempo, necesitas un **PORQUÉ** que te haga pelear cada día.

Ahora hablemos de los handicaps que tienes. Ya te estoy oyendo:

- No me gusta vender y exponerme
- No soy tan experto en nada (síndrome del impostor)
- Me atterra la tecnología

### 1. - Miedo a exponerte

Sé que no te gusta exponerte, tranquilo, no tienes por qué hacerlo.

Lo que te ocurre es que **no estás preparado, no es tu momento...** cuando lo sea, lo harás sin pensarlo... es más, seguramente lo desearás.

Yo, por ejemplo, abrí mi perfil de Instagram en 2012, hace 10 años, y no ha sido hasta septiembre de 2022 cuando ha llegado mi momento, y lo he hecho con ganas... Solo espero que tú no tardes tanto ;)

Lo mismo que con el diseño web... He estado años creando páginas web para otros y no me interesaba nada más que dar estos servicios.

Luego, llegó un día en que cambié de opinión, cuando entendí que puedo ayudar a más personas creando un programa donde entregue el proceso

completo con el que diseño las webs de mis clientes, paso a paso, para que quien tenga interés pueda replicar mi método.

Pero este no es el momento de hablar de mi programa... ya llegará. ¿Ves? Al final, todo se reduce a lo mismo, el momento adecuado. Es más sencillo de lo que parece, lo complicamos demasiado.

## 2. - Síndrome del impostor

Volviendo a tus miedos... sé que **quizás no te veas capaz** y te preguntes a quién vas a ayudar o quien te va a comprar... y no se me ocurre mejor manera que la de que pienses en una carrera en la que vas en medio del pelotón.

Los que van delante van más rápido y no puedes seguirlos y, por tanto, ese no es tu objetivo. Sin embargo, si miras hacia atrás, ves otros tantos o más corredores... **a esos que no han llegado al punto donde tú te encuentras, son a los que puedes** ayudar con tus servicios o conocimientos.

Míralo de esta manera para no agobiarte y empieza a pensar cómo vas a ayudar a cientos de personas que necesitan de tus conocimientos.

## 3. - Tecnología

Ooohhh... la dichosa tecnología... qué miedo, ¿verdad?

Este es, en realidad, el más sencillo de resolver de todos, mira:

1. Primero.- No es tan complicado como piensas, de verdad, soy Sherpa Tecnológico y me resulta más complicado entender un smartphone que los entresijos de crear una web para vender. Porque no estamos hablando de hacerte diseñador profesional, sino de tener una herramienta que te ayude con las ventas.
2. Segundo.- Se puede aprender. No eres ni demasiado viejo, ni te falta ninguna pieza, ni ninguna otra carencia que pienses que tienes como para no poder entenderla
3. Tercero.- Siempre puedes delegarla, a diferencia de tus otros miedos como el del síndrome del impostor y el de exponerte, que no puedes

hacer que otra persona los tenga por ti. Por tanto, el más sencillo de solventar de todos.

También existen métodos para acelerar el proceso, como mi método... pero ahora, tampoco es el momento de contártelo... no hemos hecho más que empezar...

Quizá tengas algún otro hándicap que yo desconozca, pero como ya te he comentado, llegará un momento en que quieras hacerlo y entonces te aseguro que no lo verás como lo estás viendo ahora.

Entonces, ¿para qué preocuparte en este instante? Pon foco, en lo que te interesa en estos momentos y olvida el resto. Menos es más.

**¡Esta es mi experiencia!**

Bueno, si has hecho caso de mis recomendaciones, ya habrás reflexionado sobre el **PORQUÉ** quieres emprender online y también habrás aparcado tus miedos para cuando sea sencillo derrotarlos.

Entonces, si te parece, ¿empezamos a crear tu web?

Are you ready??

## Te doy la visión 360° y empezamos.

Si empiezas de cero, necesitas un mapa mental para saber qué es lo que tienes por delante y al mismo tiempo ver en el punto en que te encuentras.

La pregunta del millón:

**¿Qué necesito para crear una web desde la que vender?**

Veamos...

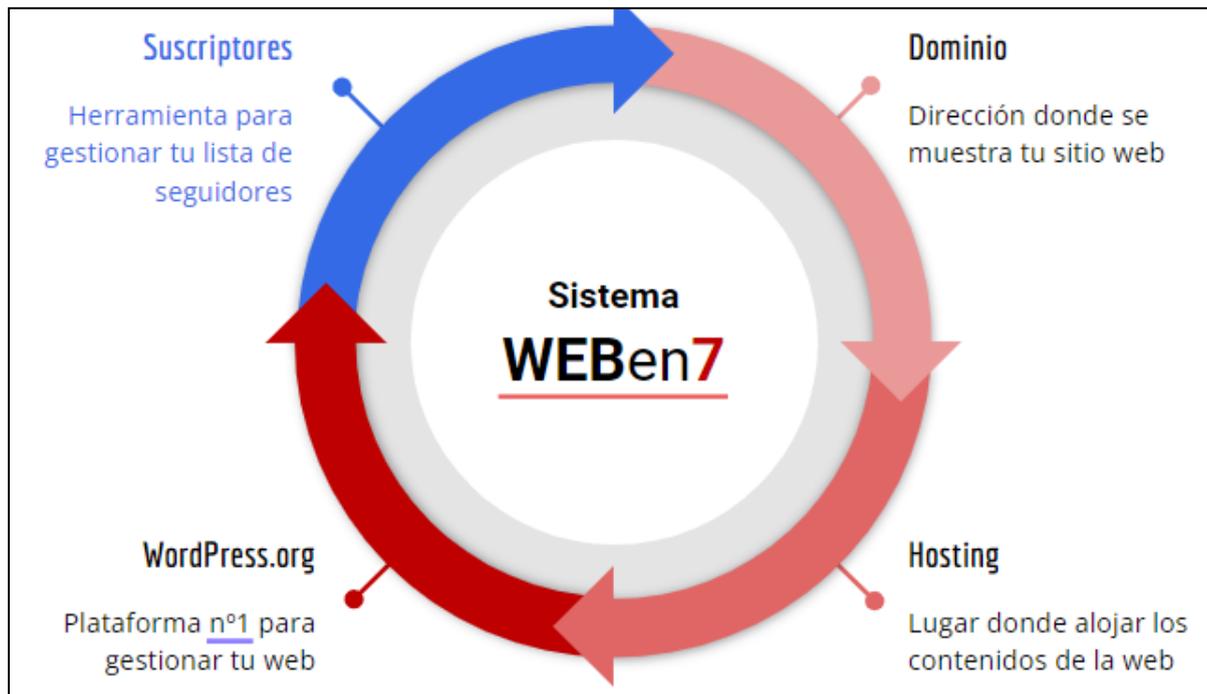
A.- Respecto a lo que tratará tu proyecto:

- **Conocimientos:** *¿Qué puedes aportar al mundo?*
- **Nicho:** *¿Con qué personas te gustaría trabajar?*
- **Servicio/producto:** *¿Cuál es la oferta que vas a poner en el mercado?*

B.- Por el lado de la construcción:

- **Dominio web**
- **Hosting** o alojamiento web
- **WordPress** \* *(así es como se escribe **WordPress**, si algún diseñador lo escribe diferente, comprueba si es un error o realmente no sabe de lo que está hablando)*

**Si esto lo potencias con un sistema automatizado, tienes un Ferrari.** De nuevo es pronto para hablar de sistemas, ya llegará...



## Elección de un Nicho

Los conocimientos los tienes o los estás adquiriendo, no tienes por qué ser un experto de partida.

Entonces toca decidir a quién quieres ayudar.

Este punto es de vital importancia.

A diferencia de lo que pudiera parecer, dirigirte a todo el mundo es un error.

Es común pensar que a cuantas más personas te dirijas, más oportunidades de vender vas a tener. ¡Es todo lo contrario!

Resulta más sencillo localizar un problema común dentro de un colectivo concreto y así poder elaborar una solución específica que lo resuelva.

*Para construir un negocio de éxito hay que crear una solución que resuelva un problema concreto de un colectivo específico.*

De este modo, toda tu comunicación y las soluciones que diseñes, en forma de servicios o productos, estarán alineadas.

Ahora es cuando puedes escoger **Nicho de mercado**, piensa:

- ¿A quién te gustaría ayudar?
- ¿Qué problema has detectado y puedes solucionar?
- ¿Cómo lo resuelves?

*Cuando termines, sabrás cuáles de los conocimientos que posees vas a ofrecer al mundo y tendrás ideado el servicio para ello*

Para validar, concreta en esta frase tu mensaje:

**[AYUDO / ENSEÑO]** a **[CLIENTE IDEAL]** a  
**[CARACTERÍSTICA / PROBLEMA]** para que puedan  
**[BENEFICIO]**

Ejemplo.

[[Ayudo] a [emprendedores tecnófobos] a [montar un sistema] con el que  
[vender online] sin necesidad de hacer el ridículo en redes sociales.

Ahora vamos con la parte técnica...

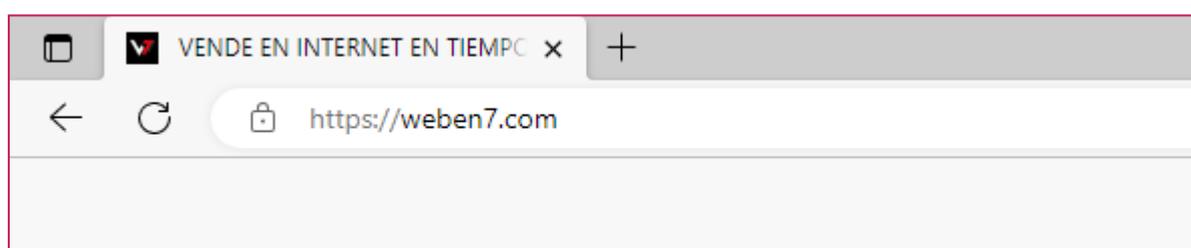
## El Dominio de tu web

Es fácil de entender.

Se trata de la dirección de tu casa, pero en internet, tu hogar digital.

Si no queda claro, piensa en la matrícula de tu coche, que solo existe una y las demás son diferentes...

¿correcto?



Bien sabiendo esto y haciendo la autopsia a una dirección web, que es lo que ves en Google en la barra superior cuando visitas una página web, podemos ver diferentes elementos...



Este gráfico es meramente informativo y no te hace falta memorizarlo para poder continuar, pero si quiero que identifiques cada parte para cuando te hable de ellas que sepas a qué me estoy refiriendo...

## Protocolo seguro... { **httpS** }

Quédate que para que una web sea segura para un usuario que navega en ella, debe contener la “s”... si no la tiene, es decir, se ve como { **http://** }, aparte de que el navegador que uses ya dará una advertencia ⚠, **estás tardando en irte**... porque esa web está abandonada y no se nos ha perdido nada en ella.

## Sub-dominio: { **www** }

No es otra cosa que una carpeta dentro del dominio. Como una carpeta en el escritorio de tu ordenador, sin más.

*\* Nota: **www** es = **Wolrd Wide Web** = **Red Informática Mundial***

En realidad **www** es un estándar adoptado por defecto, pero, ni es necesario que el dominio lo lleve, ni de hacerlo ha de ser **www**, puede ser cualquier cadena de caracteres, letras o números, p. ej.

- **escuela**.dominio.com
- **blog**.dominio.com
- **1rf33**.miweb.com

o simplemente

- miweb.com (*en este caso no existe sub-dominio*)

## Dominio: { **weben7** }

Este es el nombre que te identifica, el que tendrás que idear de acuerdo a tus gustos y alinearlos con tus intereses.

Tienes estas opciones:

1. **Marca personal**
  - a. tonyrobbins.com
  - b. messi.com

## 2. Branding

- a. amazon.com
- b. elcorteingles.es

## 3. De nicho

- a. antoniobanderasperfumes.com
- b. cerrajerobarcelona.com

### Extensión de dominio: { .com } XXXXXXXX

Ya te lo dije, solo te interesa el { .com }.

¿Por qué?

Porque si el nombre que te gusta ya tiene registrado esta extensión, no tiene sentido que empieces a trabajar bajo una extensión { .es } o { .net }.

Estarás conmigo en que no quieres competir con otro proyecto con el mismo nombre que tú y que lleva más tiempo en el mercado.

En vez de cambiar de extensión, opta por cambiar de nombre de dominio o añadirle alguna variación.

Te dejo unos **consejos para la elección de dominio**:

- **Fácil de recordar**: nada de trabalenguas. Todo el mundo debe poder decirlo sin tener que deletrearlo.
- **Corto**: menos es más, siempre que tenga sentido y utilizando palabras completas, nada de abreviaturas tipo togg
- **Caracteres especiales**: evítalos siempre que puedas (letra “ñ”, guiones, números, acentos, ...)
- **Letras duplicadas**: intenta no juntar dos letras iguales para evitar confusiones.

Listo, te dejo 5 minutos para que pienses en un dominio para tu proyecto, pero no lo compres, **te puede salir GRATIS**.

¿5 minutos?, va Diego, ¿estás de cachondeo?

**NOTA.-** Puedes tomarte el tiempo que desees, pero no estés dos días buscando nombres, al final te emborracharás y no sabrás qué elegir.

Si necesitas un lugar donde ver si el dominio de tus sueños está libre, haz clic en este [enlace de DonDominio](#) para comprobarlo.

## El Hosting o alojamiento de tu web

Para explicarlo de una forma sencilla, no es otra cosa que una carpeta donde se encuentran todos los elementos que se necesitan para tener una web: las *imágenes*, los *vídeos*, el *texto* de la web y el propio sistema de gestión que será *WordPress*.

Puedes contratarlo donde desees, pero si quieres un consejo, nunca contrates el paquete básico, tu sistema irá muy justo. Yo te recomendaría que mirases un plan superior.

Si no sabes cuál elegir, te dejo el mío:

### **Raiola Network (con un 20% Dto.)**

- Buena calidad/precio
- Soporte en español (24h)
- Dominio GRATIS el primer año

[→ Si resides en Europa \(€\)](#)

[→ Si resides en América \(\\$\)](#)



## WordPress

Es el sistema que gestionará todo, las páginas del sitio web, el contenido que subas, su estética, el comportamiento del sistema...

Mírate esta gráfica:

Technologies > Content Management

## Usage statistics of content management systems

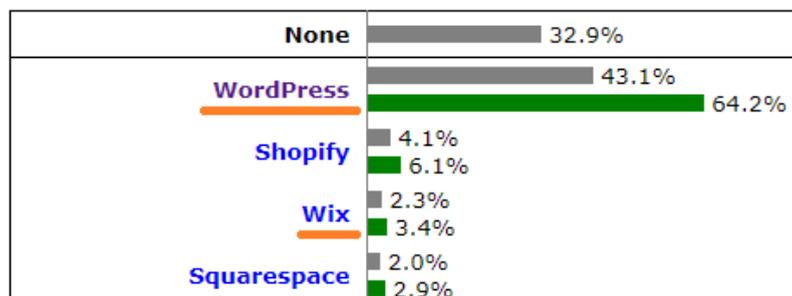
Request an extensive content management systems market report.

[Learn more](#)

This diagram shows the percentages of websites using various content management systems. See [technologies overview](#) for explanations on the methodologies used in the surveys. Our reports are updated daily.

How to read the diagram:

32.9% of the websites use none of the content management systems that we monitor. WordPress is used by 43.1% of all the websites, that is a content management system market share of 64.2%.



Puedes ver como **WordPress** es el gestor de contenidos **líder a nivel mundial** con 64.2% de cuota de mercado.

Y más de un 43%, es decir, 4 de cada 10 webs que existen, están hechas con esta tecnología.

Al mismo tiempo que saca los colores a seguidores como *Shopyfy* o *Wix*.

Para un resultado profesional, **la única opción que existe es WordPress**.

Pero, no me hagas caso a mí, házselo a la inteligencia colectiva mirando de nuevo el gráfico anterior.

Bien, ya cuentas con todos los pilares y tienes la foto completa.

Primero tendrás que decidir qué conocimientos vas a compartir, en qué nicho te vas a mover y qué soluciones (productos o servicios) vas a crear para solucionar los problemas de tu audiencia.

Esta parte del proyecto es esencial y únicamente puedes decidirla tú.

Una vez lo tengas definido nos ponemos con el montaje.

# Construyendo tu hogar digital

Si tienes algún tipo de relación con el marketing digital habrás tenido ocasión de oír términos como: *Sitio Web*, *Blog*, *Landing Page*, *Squeeze Page*, *Carta de Venta*, etc.

Para que no haya ningún tipo de confusión, voy a explicar el porqué de su nombre y cuáles son sus características.

Empezamos:



## Sitio Web

Empezamos por la cúspide de la pirámide.

Un sitio web o website (en inglés), comprende todo el contenido que pones a disposición de las visitas bajo un dominio web concreto.

En mi caso, tendrás todo el contenido si accedes a **weben7.com**

Este contenido puede estar visible a cualquier usuario (página “home”, “contacto”, “servicios”, “blog”...) o tener partes ocultas (página “gracias por suscribirte” y otras) o restringidas (como el contenido de una “academia”).

## Blog

Comprende el conjunto de todas las entradas o posts que escribes y también la página donde se listan.

Es una parte fundamental en tu estrategia de marketing y cubre dos funciones:

1. **Entregar valor gratuito a las visitas**, con lo que te harás ver como experto en los temas que trates
2. **Mejorar el SEO de la web**. Cada vez que Google visite tu web, encontrará contenido fresco y favorecerá tu posición en los resultados de búsqueda.

## Landing Page o Página de aterrizaje

Son páginas donde llegan los usuarios, de ahí su nombre, y, dependiendo de su propósito, se dividen en “*Squeeze Page*” o “*Página de Venta*”...

### Squeeze Page

Esta página de suscripción es un tipo de Landing Page que tiene como única misión recoger los datos de los usuarios.

Sin ella, tu web no dejaría de ser una tarjeta de visitas cara.

### Página de Venta o Carta de Venta

Landing destinada exclusivamente a la venta de tus servicios, formación o productos.

Su misión es la de brindar información, resolver dudas y añadir una forma de realizar la transacción.

### Páginas del sitio web

Son el resto de páginas que no tienen cabida en el resto de secciones: como una página donde alojamos el replay de un webinar, página de agradecimiento por una compra realizada...

Ahora que ya conoces las diferencias entre unas y otras, te toca decidir que te interesa que tenga tu web.

¿Tendrá Blog?... Yo lo recomiendo, pero ten en cuenta que vas a tener que dedicarle un tiempo en pensar los temas y escribir los artículos. Siempre puedes añadir un Blog a tu web más adelante.

Te cuento en el siguiente apartado las páginas que yo tendría y que coinciden con las que diseño a los clientes que me contratan.

## 7 páginas fundamentales que debería tener tu Web

No es algo inamovible, pero sí mi recomendación.

A medida que vaya describiendo las páginas te darás cuenta del porqué tenerlas en tu web.

Al concluir, terminarás dándote cuenta de que todo tiene una lógica aplastante y verás el porqué de cada página y cada sección.

Sin más, empezamos...



Esta es mi propuesta:

1. Página de **Inicio**
2. Página **Acerca de** o **Sobre mí**.
3. Página para el **Blog**
4. Página de **Venta**
5. Página de **Contacto**
6. Página de **Suscripción**
7. Páginas **Legales**

# Estructura de una Página Principal [INICIO]

Es la página que se visualiza cuando escribes un nombre de dominio y en ella debes mostrar la información esencial que quieras que el lector conozca de todo la existente en tu sitio web.

Para que te hagas una idea: **es el escaparate de tu sitio web.**

Añade los bloques para dirigir el tráfico hacia esas secciones.

*Por ejemplo: si quieres que tu público visite el blog, añade en algún punto de la página un enlace al mismo. Si quieres que contacte contigo, añade un enlace a la página de contacto o inserta un formulario...*

## 1. Cabecera

La Cabecera es la primera sección que verán las visitas nada más llegar y debe responder a la pregunta:

¿Qué hay aquí para mí?

Dependiendo de la respuesta continuarán leyendo o se irán.

Solo tienes unos pocos segundos para contar cómo puedes ayudarles y a la vez lograr que te dejen sus datos.

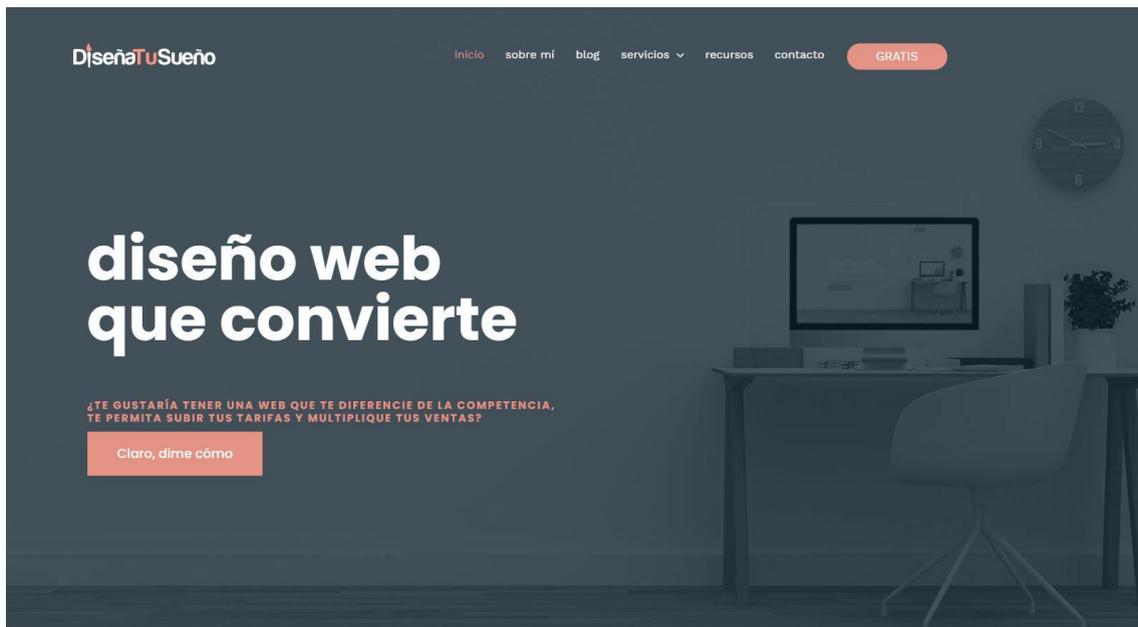
### Elementos destacados de una Cabecera

1. Logotipo.- (opcional) Yo tengo proyectos en los que he usado logo (como WEBen7) y otros en los que no (TecnoGlodita.com). La mayoría de las veces con poner el nombre del proyecto es suficiente. Si tienes uno que identifique tu marca, ponlo.
2. Menú.- Debe existir un acceso directo a las páginas más relevantes de tu sitio web: el *blog*, *Sobre mí*, *servicios o productos*, *contacto* y un *Regalo* para captar suscriptores.
3. Después, debes dejar claro de qué va tu web en una frase y cómo vas a solucionar los problemas de tu audiencia

*Empieza a vender online con una web y un sistema que automatice las ventas en tan solo 7 días*

4. Justo al lado debes colocar una caja de suscripción con un incentivo, como en el botón del menú, para que los visitantes te dejen un email de contacto.

**NOTA.-** Estos puntos tienen que estar a la vista nada más se cargue la página, es decir, el usuario no tiene que deslizarse hacia abajo para ver los elementos.



Tu turno...

*¿Pondrás logotipo?*

*Elementos del Menú...*

Título con el problema que resuelves...

Regalo por el que dejarán su email...

Texto del Botón

## 2. Situación Idílica

En esta sección puedes plasmar la transformación que van a conseguir tus lectores si forman parte de tu comunidad.

**Paso del Punto A [Problema] → Punto B [Solución] = TRANSFORMACIÓN**

**[vivir con dolor de espalda] → [una vida sin dolor]**

**[vender en las redes sociales] → [ventas automatizadas]**

Puedes describir esta situación redactando un par de párrafos e introducirlos con frases como:

- *Imagina qué...*
- *Te has preguntado alguna vez cómo...*
- *Estoy seguro de que has oído hablar de...*
- *Déjame adivinar...*

o dejando un listado de 3-5 puntos, mostrando el problema que tiene y los beneficios principales que obtendría si contrata tus servicios.

1. *¿Te gustaría eliminar tus dolores de espalda de una vez por todas?*
2. *¿Te gustaría tener más resistencia y fuerza para...?*
3. *¿Desearías poder jugar con tus hijos sin tener que parar cada poco tiempo para...?*

## **DÉJAME DECIRTE QUE ESTÁS EN EL LUGAR CORRECTO Y QUE UNA VIDA SIN DOLOR ES POSIBLE**

### **Imagina que ...**

- ✓ Eres más feliz porque estás haciendo del mundo un lugar mejor al seguir una alimentación que es respetuosa con el planeta y los animales.
- ✓ Puedes seguir una alimentación saludable basada en plantas sin tener que renunciar a tus platos preferidos.
- ✓ Disfrutas de platos deliciosos cada día, preparados con ingredientes que nutren tu cuerpo.
- ✓ Tienes más tiempo para las cosas que de verdad te importan al preparar recetas rápidas en tu día a día.
- ✓ Sigues una alimentación sencilla, con recetas fáciles de preparar, hechas con ingredientes que puedes encontrar en tu supermercado.

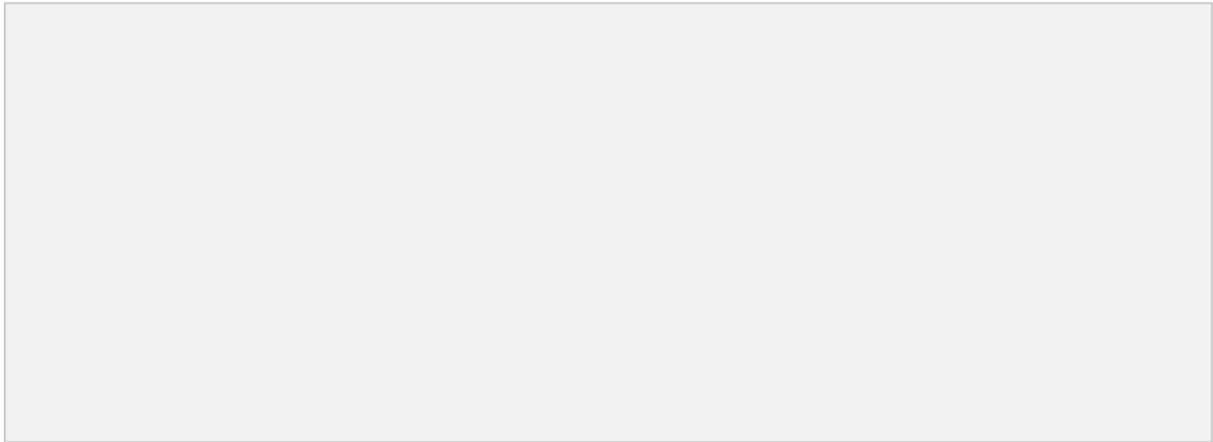
Seguir un estilo de vida saludable y respetuoso es posible. Lo sé porque el 15 de julio de 2014 tomé la decisión de hacerme **vegana**.

Desde entonces, soy una persona muy feliz.

### **Tu turno...**

*¿Cuál es la situación ideal que quiere lograr...?*

*Sé cómo te sientes....*



Puedes crear los dos tipos: lista (Problema, Agitar, Solución) y desarrollar un par de párrafos o únicamente una de las dos opciones.

### **3. ¿Quién eres?**

Preséntate para que el lector empiece a identificarte como la persona que está detrás del proyecto.

Cuenta lo que te hace diferente de tu competencia. Puede ser tu historia mencionando el detonante por el que decidiste embarcarte en este proyecto, tu experiencia sobre la materia, tu método...

Añade una foto tuya practicando algún hobby, de viaje o en unas vacaciones.

**Recuerda.** Debe ser una foto donde se te reconozca. NO subas una foto con gafas de sol o dando la espalda...

## Hola, me llamo Ángel Alegre

Cada mes más de 200.000  
personas leen mis consejos  
para vivir al máximo.

Estoy convencido de que mi material  
te sorprenderá y marcará un punto  
de inflexión en tu vida, y sobre todo  
de que te ayudará a...



Tu turno...

*Cuenta la parte de tu historia que hizo que iniciaras este proyecto...*

## 4. Servicios que ofreces

Esta sección debe dejar claro de qué servicios o productos dispones para **“Ayudar a lograr la Transformación”**

No se trata de insertar tu página de venta aquí, únicamente debes dejar claro que se trata de un proyecto serio y que vendes servicios y/o productos.

Bastará con un párrafo dónde indiques el PROBLEMA que tiene tu cliente ideal y expliques la SOLUCIÓN que tienes para ayudarlo.

*¿Te gustaría eliminar para siempre esos dolores de espalda que no te dejan hacer vida normal...? Descubre mis servicios y cómo puedo ayudarte en...*

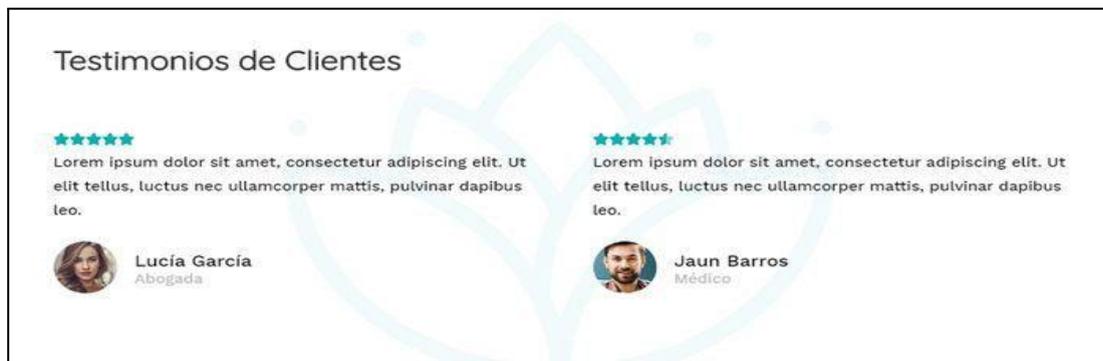
Después de contar brevemente en qué consisten tus productos o servicios, **recuerda dejar un enlace directo a tu página de venta** para ampliar información y realizar la compra llegado el caso.



Tu turno...

*Describe los servicios o productos que vendes en esta web...*

## 5. Demuestra Autoridad



No nos gusta ser los primeros en probar las cosas. Las personas nos dejamos influenciar por lo que han hecho otros antes que nosotros.

¿No me crees? Mira este video:

<https://www.youtube.com/watch?v=aaAqNXsW9A4>

Así que es importante que muestres pruebas de que tu método funciona: testimonios de personas que ya han trabajado contigo, empresas con las que hayas colaborado, artículos en los que hayas aparecido...

Si no dispones de ellos, no te preocupes, pero recuerda volver aquí para insertarlos cuando los tengas.

Introducir esta prueba social en tu página principal te dará mucha autoridad y generará confianza en tus futuros clientes.

Tu turno...

*FOTO*

*Testimonios*

## 6. Mejores Artículos

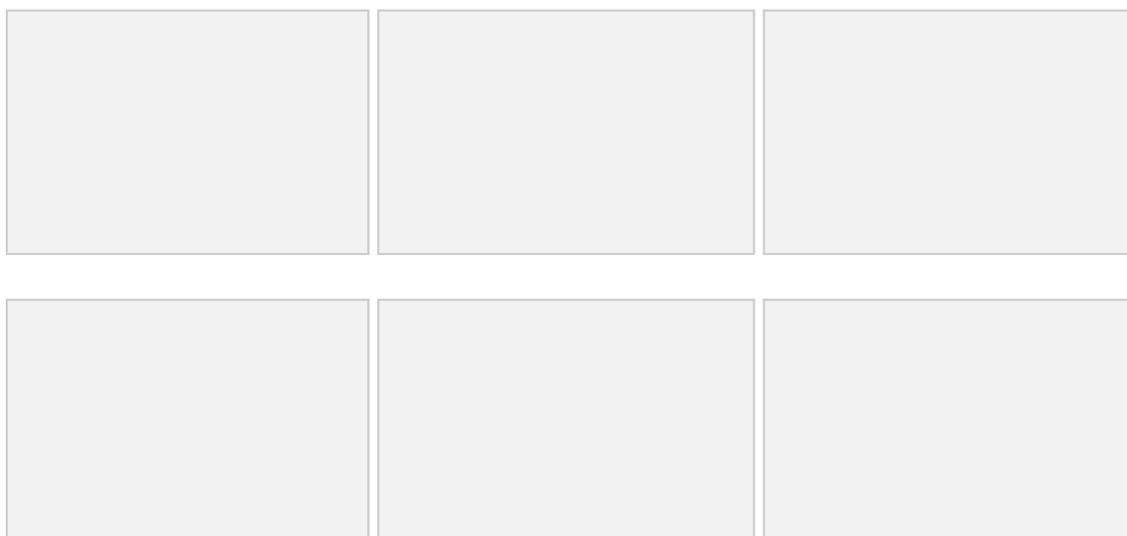
Después de haber navegado por la página y vistas las opciones que tienes de pago para trabajar contigo, puedes añadir artículos de tu Blog para seguir entregando valor.

Dotar de un Blog a tu Web **es una de las mejores estrategias que podrías hacer.**

1. Estarás diciendo a Google que aquí se crea contenido fresco para ayudar a los usuarios y te premiará.
2. Te mostrarás como un experto en tu tema ante tus lectores y otros profesionales del sector
3. Crearás una relación duradera con tu audiencia ofreciéndoles contenido gratuito de valor, fomentando la idea de que si entregas este contenido tan bueno gratuitamente que no darás en tus servicios de pago.

Tu turno...

*Listado de Artículos o Entradas...*



## 7. Suscripción

**¡Crea tu Lista!** - No insistiré lo suficiente en repetir que el éxito de todo el sistema radica en que las visitas que llegan a tu web se suscriban.

Vuelve a dejar un formulario para que te dejen sus datos, quizá no hayan completado este proceso en la cabecera y ahora estén más convencidos de que no quieren perderse nada que venga de ti.

Puedes repetir el diseño de la cabecera o crear uno nuevo, lo que prefieras.



**SISTEMA DE ATRACCIÓN DE CLIENTES POTENCIALES EN PILOTO AUTOMÁTICO**

# Genera más Ventas con tu Web

¿Deseas diferenciarte de tu competencia?

¿Te gustaría subir tus tarifas?

¿Quieres multiplicar tus ventas?

**CLARO, DIME CÓMO**

diseño web que convierte visitas en clientes

The banner features a dark blue background with a grid of faint icons. On the left, there are three books and a tablet. The books are titled 'Email Marketing', 'Web que convierte', and 'Embudo de Ventas'. The tablet displays 'diseño web que convierte'. The text is in white and orange.

Tu turno...

*Escribe el título de tu página de venta.*

## 8. Footer o Pie de Página

Con esta sección se cierra la página de Inicio y es donde coloco toda la información menos relevante para mí:

1. Redes sociales. Hay quien coloca los accesos directos a sus redes en la cabecera, pero corremos el riesgo de que un usuario abandone la web por ver nuestro muro.
2. Páginas para cumplir la ley RGPD y LSSI.
3. Información sobre Copyright©



También es común encontrar el Menú repetido con todas las secciones de la web e incluso colocar aquí el enlace al formulario de contacto

Tu turno...

*¿Qué elementos vas a mostrar? ...*

## Estructura de la Página Sobre Mí / Acerca de

La página “**Sobre mí**” o “**Acerca de**” es una de las más visitadas de una web o blog.

Te voy a mostrar para qué sirve la página “Acerca de” y los errores que debes evitar para conseguir una página que enamore a tu audiencia.

Sé que da pereza y hasta puede que no te sientas a gusto hablando de ti — te entiendo, a mí me pasa lo mismo — pero es importante si quieres dar buena impresión a tus lectores y generar confianza para tener una relación duradera.

La mayoría de las páginas “Sobre mí” que me encuentro, enumeran todos y cada uno de los hitos, títulos... que posee la persona que hay detrás, como si de un currículum se tratara.

También es habitual encontrar negocios que únicamente hablan de su trayectoria desde su fundación, sin pararse a pensar en el cliente y en el motivo que le ha llevado a su web.

Así que te voy a mostrar para qué sirve esta página y los errores que debes evitar para conseguir que enamores a tu audiencia.

En primer lugar, **quítate todo el Ego que puedas**, ponte en la piel de tu lector y piensa qué te gustaría saber del proyecto que estás visitando o de la persona que hay detrás.

Explica de qué va tu proyecto y por qué te has lanzado a esta aventura para difundir tus conocimientos y ayudar a otras personas.

También vas a enfrentarles a sus problemas y vas a ofrecerles las soluciones para conseguir la transformación que desean.

Cuéntales tu historia, esa que te hace diferente del resto de personas, te servirá para humanizar tu marca y comenzar a generar confianza. Y un dato importante, te ayudará a vender.

### Estructura que yo uso

Es importante que sepas que **NO hay una única opción**. No obstante, te voy a mostrar el método que yo sigo.

## 1. Cabecera

Lo primero que debes hacer es presentarte, escribe tu nombre para que las visitas no se tengan que imaginar quién es la persona que está detrás del proyecto.

Encabeza la página con una frase que describa el problema principal de tu cliente ideal y muestra la solución para que se enganche desde el primer minuto y quiera seguir leyendo.

*Ejemplo:*

*Me llamo Ángela y trabajo con personas que sufren dolores de espalda a través de técnicas de...*

Puedes acompañar el texto con una foto para que te identifiquen desde el primer momento.



Tu turno...

*Añade tu Nombre + el problema principal de tus lectores...*

## 2. El Problema

En la sección ve directamente el Problema que tiene tu cliente ideal.

Puedes describir los **puntos de dolor** que sufre mediante unas preguntas:

*Ejemplo: ¿Te gustaría...? ¿Sientes que necesitas...? ¿No sabes por dónde...?*

→ *¿Sientes frustración al no poder jugar con tus hijos porque no puedes estar mucho tiempo sin sentarte?*

→ *¿Te agobia tener que estar persiguiendo clientes por las redes sociales para captar su atención?*

-  ¿Tienes todos los clientes que te gustaría?
-  ¿Sabes el dinero que estás dejando de ganar por tener tu agenda vacía?
-  ¿Las visitas de tu web se marchan como llegaron?
-  ¿Sientes que el tiempo dedicado a tu trabajo, se lo restas a tu familia, amigos, hobbies... y preferirías que no fuese así?
-  ¿Te gustaría tener una sistema que atraiga clientes en piloto automático?

Tu turno...

Enumera los puntos de dolor...

### 3. Preséntate y genera Empatía

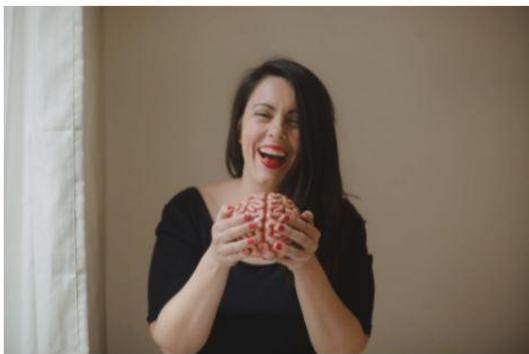
Cuenta la parte de tu historia que refleja que tú también has pasado por una situación parecida a la que se encuentra tu cliente en estos momentos.

Date a conocer para empezar a generar confianza y deja entrever cómo has solucionado los problemas que también tiene tu cliente ideal.

→ *Sé cómo te sientes porque así me he sentido yo años y años*

→ *Por suerte descubrí la acupuntura y desde entonces no he vuelto a sufrir dolores de espalda*

#### DETRÁS DE ROSA MOREL® COMUNICACIÓN



*Certificación en Neuropublicidad y Neuromarketing, Posgrado en Publicidad, Máster en Periodismo y Comunicación Digital, Licenciatura en Filología Hispánica.*

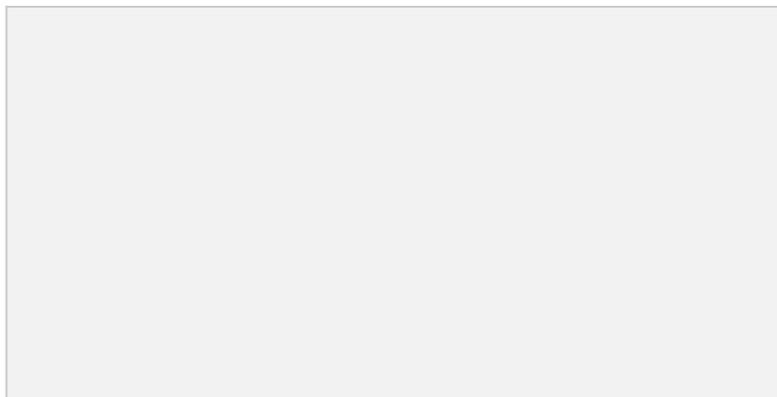
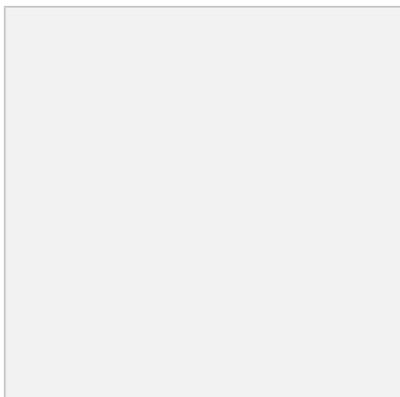
Rosa Morel empezó a trabajar como redactora profesional en 2009. Después de pasar por revistas, agencias y productoras decidió crear su consultoría de redacción persuasiva y se especializó en neuroventas y copywriting emocional.

Ahora imparte formaciones y conferencias en universidades, escuelas de negocios, instituciones y eventos donde comparte los avances en persuasión escrita para marketing digital.

Tu turno...

FOTO...

*Parte de tu Historia con un problema y qué te ayudó a solucionarlo...*



## 4. La Solución

Este es el momento que tu audiencia está esperando para saber cómo ayudas con tu método.

Primero, puedes mostrar la situación deseada que quieren alcanzar y después cómo llevarla a cabo.

Muestra lo que te diferencia de tu competencia, no seas uno más.

*He pasado años con formación específica en la que he aprendido cómo optimizar los esfuerzos para crear una página web que venda...*

*Hasta lograr un método que funciona en el 100% de los casos...*

*Ahora aplico mi método con el que separo la paja del grano y te muestro lo que necesitas saber para conseguir ventas predecibles mes a mes...*

Tu cliente ya tiene toda la información, ahora debes presentar tu oferta... llega el momento de mostrar las soluciones que ofreces, tanto gratuitas como de pago.

1. *Por la vía rápida contratando mis servicios de...*
2. *También puedes ir a tu ritmo mientras consumes los contenidos gratuitos que publico cada semana en el blog...*
3. *Si todavía no has **descargado mi Guía de “3 ejercicios para aliviar tu dolor de espalda en tiempo récord”** puedes hacerlo desde [aquí](#)*

Ahora aplico el método 20/80 con el que separo la paja del grano y te muestro el 20% que necesitas saber para conseguir hacer el 80% de las tareas que conlleva tener un blog de éxito que te haga vivir la vida que sueñas.

OTROS TE DIRÁN CÓMO CONSTRUIR UN BLOG DESPUÉS DE CONSUMIR HORAS Y HORAS DE MATERIAL, **CONMIGO VAS A INVERTIR LA QUINTA PARTE DEL ESFUERZO** EN CREAR TU PROPIO NEGOCIO DIGITAL TRANSMITIENDO TUS ENSEÑANZAS AL MUNDO Y CONSIGUIENDO MÁS CLIENTES EN MENOS TIEMPO.

Tu turno...

Cómo ayudas a tus lectores...

## 5. Prueba Social

En este apartado debes contar al visitante los **logros** que has conseguido: como las apariciones en medios u otros blogs afines a tu temática, con el fin de generar confianza.

Si ya dispones de **testimonios** de clientes después de que hayan trabajado contigo, añádelos aquí. Mejor si son en formato video que en texto.



Tu turno...

Logotipos de empresas con las que hayas trabajado...



Tu turno...

Testimonio 1...

Testimonio 2...

--	--

## 6. Tu Historia (Biografía)

Ahora sí, es el momento de poner todos los títulos que posees relacionados con la temática de tu Web.

Este punto seguro que lo tienes más claro, es el más reconocible. Es lo que verás en la mayoría de blogs y webs en la sección “Sobre mí”.

Tu lector ya ha despejado sus dudas en cuanto a si estaba en el lugar correcto. También ha visto si las soluciones que le propones le encajan y, si ha llegado hasta esta parte de la página “Acerca de”, es el momento propicio para soltar Tu Historia.

Cuantas más cosas cuentes sobre ti, más posibilidades tienes de empatizar con alguna característica de tus lectores.

*→ Por ejemplo, yo soy Aries y conectaré con todas las personas del mismo signo que lo sean*

No se trata de inventar nada, ni de escribir por escribir. Sé real y cíñete únicamente a la parte de tu historia que desemboca en tu proyecto.

Añade hitos o puntos de inflexión que te han traído aquí y ahora.

### SI LLEGADOS A ESTE PUNTO AÚN QUIERES SABER MÁS DE MÍ, TE MUESTRO MI LADO MÁS PERSONAL

Mi nombre es Diego Roldan Lafont, estoy casado, soy zurdo de nacimiento pero diestro por obligación y Riojano de "pura cepa" (Logroño), aunque vivo en Zaragoza lo que va de milenio.

Mis aficiones son el buceo, la fotografía, la lectura de marketing y motivación, la creación de blogs, los negocios digitales y las Terapias.

Soy más de perros que de gatos, aunque me gustan los dos. Y más de series que de pelis.

Mi pasión: los viajes con los que saciar mi alma aventurera y descubrir culturas exóticas fotografiando miles de instantes con mi vieja Nikon D70.

Después de que la crisis afectara a mi vida inicié un camino de cambio que me obligó a

Tu turno...

*Tu Biografía, títulos, formaciones...*

## 7. Llamada a la acción o CTA

Después de haber leído el contenido de la página y si has logrado empatizar con tu audiencia, debes aprovechar el *momentum* y pedir que realicen una llamada a la acción, la que tú quieras.

Yo, en mi página "Acerca de" pido que se suscriban para recibir más contenido gratis. Es más, al ser una página extensa lo pido dos veces: a mitad de página y al final del todo.

TÍTULO LLAMATIVO	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Beneficio 1</b></li> <li>● <b>Beneficio 2</b></li> <li>● <b>Beneficio 3</b></li> </ul>

## 10 ERRORES A EVITAR EN TU PÁGINA “ACERCA DE”

- **Error 1.-** Olvidarte de tu lector y **hablar exclusivamente de ti**
- **Error 2.-** Utilizar la página “*Sobre mí*” como si se tratara de tu página de ventas
- **Error 3.-** No “*dar la cara*” y **no poner una foto tuya** relacionada con la actividad que desarrollas en el blog.
- **Error 4.-** Hacer una **página breve** con un par de párrafos.
- **Error 5.-** **No poner testimonios de clientes** con los que has trabajado y que conocen tus servicios de primera mano
- **Error 6.-** **Hablar de lo bueno que eres** y lo bien que haces las cosas. No seas pretencioso
- **Error 7.-** **No enlazar** artículos relevantes del blog o páginas estratégicas que desees que los lectores visiten
- **Error 8.-** **Hablar mal de la competencia.** ¡Evítalo!, las críticas que hagas no te harán mejor profesional. Tú a lo tuyo...
- **Error 9.-** No aprovechar la oportunidad para **pedir que se suscriban.** Siendo unas de las páginas más visitadas puede convertirse en una fuente de nuevos suscriptores
- **Error 10.-** **Escribir textos genéricos**, aburridos, en tercera persona... Ponle Alma!!

## Estructura del Blog

Esta sección es sumamente importante dentro de una web, ya que dota de contenido fresco a la misma.

Cada vez que publicas un artículo estás ayudando al posicionamiento orgánico de tu sitio web. Es decir, si cada vez que Google pasa por tu web encuentra contenido nuevo, le gustará y favorecerá que tu web aparezca más arriba en las búsquedas que hagan los usuarios.

Puedes organizar los artículos en categorías y etiquetas:

**Categorías.** No muchas. Se corresponden con las grandes divisiones de contenido diferente que se pueden hacer en tu web.

*P. ej. Para una web de Yoga*

- *Posturas de yoga*
- *Ejercicios de yoga*
- *Alimentación...*

**Etiquetas.** Menos aún que categorías. Tiene el propósito de describir un detalle específico de tus posts.

*Siguiendo el ejemplo de una web de Yoga*

- *Principiante*
- *Avanzado*

Tu turno...

*Categorías (de 3 a 5)...*

*Etiquetas (2 ó 3)...*

**NOTA.-** Te recomiendo redactar los artículos en documentos separados (uno por cada artículo) y que los guardes en una carpeta en tu ordenador para tener una copia de seguridad.

No los redactes directamente en tu web porque si algo sale mal puedes perder el texto y tener que empezar a redactar desde el principio.

### BLOG SOBRE NEGOCIOS DIGITALES

Cómo crear una web con WordPress paso a paso, tutoriales para negocios online, consejos para emprendedores digitales... ¡y mucho más!

rediseño web: 10 razones por las que querrías actualizar tu página web

calendario editorial + 21 ideas para escribir tu próximo post

guest post: róbase lectores a tu competencia y haz que te lo agradezcan

Una buena idea es habilitar un formulario para suscribirse al final de cada artículo:

## ¿Quieres leer más reflexiones como esta?

Consigue gratis mi ebook "10 ideas que te cambiarán la vida" y descubre las ideas que revolucionaron por completo la manera en la que veo el mundo.

# Estructura de una Página de Venta

Como ya te he comentado anteriormente, comenzamos por la **Página de Venta** de tus servicios o de tus productos.

Necesitas tener una página exclusiva donde mostrar el trabajo que realizas.

→ Si dispones de diferentes servicios y/o productos, yo me plantearía agrupar soluciones a problemas similares en una misma página.

*Ejemplo.*

*Si has creado un curso Diseño Web y lo ofreces tanto en versión [online] como [presencial], podrías crear una única carta de ventas con toda la información y establecer dos opciones de pago: una para cursarlo online y otra presencial*

→ Sin embargo, si lo que ofreces es muy diferente, me plantearía páginas independientes.

*Ejemplo.*

*Yo crearía una página exclusiva si ofreciera [servicios] de diseño web y otra página independiente para [formación]. Porque son dos públicos diferentes, quienes quieren montarse su propia web que quienes quieren el servicio.*

## 1. TÍTULO

Es lo primero que verá tu posible cliente y tiene que impactar. Debes mostrar el problema que quiere solucionar tu audiencia y la forma de erradicarlo.

*Ejemplo:*

*[Elimina tus dolores de espalda] en [30 días] desde la [comodidad de tu casa]*

Debes mostrar los **Beneficios** de trabajar contigo, NO las Características del servicio.

Fórmulas que funcionan:

**Consigue [RESULTADO DESEADO] + en [PERIODO DE TIEMPO] + sin [MAYOR OBJECCIÓN]**

*Crea [una Web que convierte] en tan [solo 7 días] aunque [se te resista la tecnología]*

**Cómo conseguir [RESULTADO DESEADO] cuando [RETO QUE COMPLICA LA TAREA]**

*Cómo lograr [cambiar de vida] cuando [nadie te apoya ni te comprende]*

**Cómo construir [RESULTADO DESEADO] del que estar orgulloso**

*Cómo construir [un legado / un proyecto profesional / una familia] de la que estar orgulloso*



Tu turno...

*Escribe el título de tu página de venta...*

## 2. Subtítulo (opcional)

Solo si complementa al título.

*Ejemplo:*

**Una fórmula sencilla de lograr [RESULTADO DESEADO] aunque hoy estés/tengas [RETO QUE COMPLICA LA TAREA]**

*Una fórmula sencilla de lograr [ELIMINAR TUS DOLORES DE ESPALDA] aunque no dispongas de [TIEMPO]*

**Todo lo que necesitas saber sobre [TEMA] para conseguir [RESULTADO DESEADO]**

*Todo lo que necesitas saber sobre [LA ACUPUNTURA] para conseguir [ELIMINAR TUS DOLORES DE ESPALDA] de una vez por todas*



Tu turno...

*Escribe un subtítulo si lo ves necesario...*

### 3. Fórmula PAS: Problema, Agitar, Solución

Después del titular y una vez mostrado al visitante la solución o la promesa que puede conseguir si trabaja con nosotros... llega el momento de profundizar un poco más en sus problemas.

Aquí tratarás de empatizar con tu audiencia contándole que “Entiendes perfectamente por dónde está pasando”. Le dejarás claro que “no es culpa suya”... El culpable es un agente externo como la sociedad, el ritmo de vida que tenemos o porque aún no ha encontrado la solución adecuada que resuelva sus problemas. Y por último le tranquilizamos porque juntos vamos a lograrlo.

Puedes abordar esta parte con unas preguntas:

1. **Problema:** *¿Tus dolores de espalda te impiden llevar una vida como los demás?*
2. **Agitar:** *¿Haces ejercicios que no te gustan y encima cuando terminas sientes más dolor que antes de hacerlos?*
3. **Solución:** *Pásate al Yoga y con mi método probado me encargaré de que no vuelvas a tener dolores de espalda... nunca más.*

Te pongo un ejemplo de un párrafo en el que se tratan estas cuestiones:

*Sé cómo te sientes porque yo he pasado muchos años con dolores de espalda... No es culpa tuya, si no del ritmo de vida al que nos vemos obligados... Pero no desesperes, podemos y vamos a solucionarlo juntos...*



¿Llevas tiempo pensando en montar una tienda online y no terminas de dar el paso?



¿Ya tienes una tienda física y sabes que ha llegado el momento de dar el salto a Internet para llegar a compradores de otras ciudades o países?



¿Hace tiempo que luchas con tu comercio electrónico y buscas un sistema más fácil de gestionar?

**NO TE PREOCUPES, ESTÁS EN EL LUGAR CORRECTO...**

**tengo la solución para que vender en Internet te resulte sencillo**

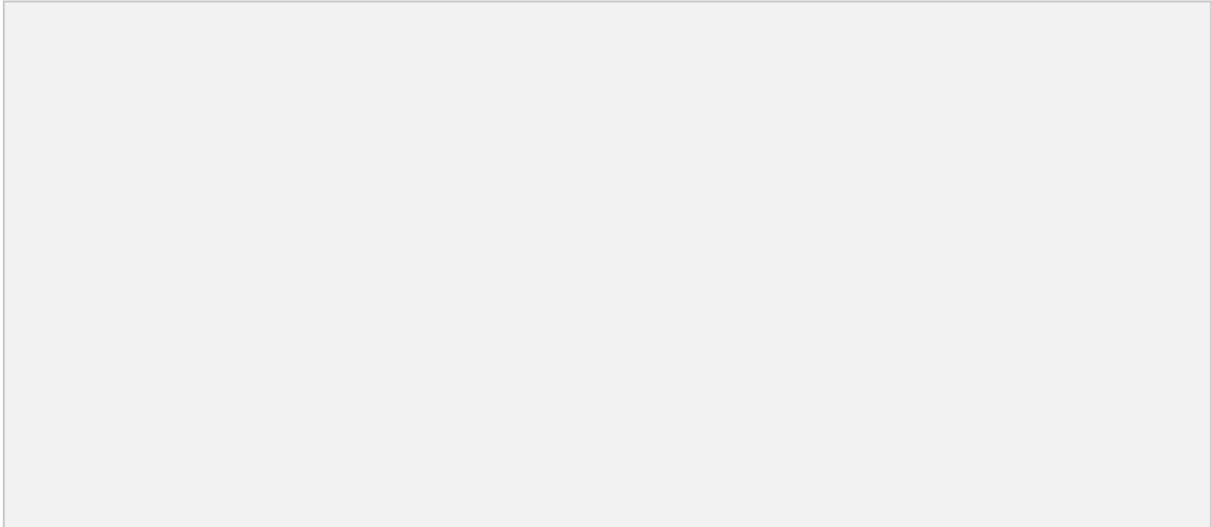
**Tienes que saber que un eCommerce no es montar una tienda y ponerse a vender.**

Es cierto que existe la compra compulsiva, pero necesitas captar suscriptores para tu tienda a los que enviar emails con ofertas para que te compren.

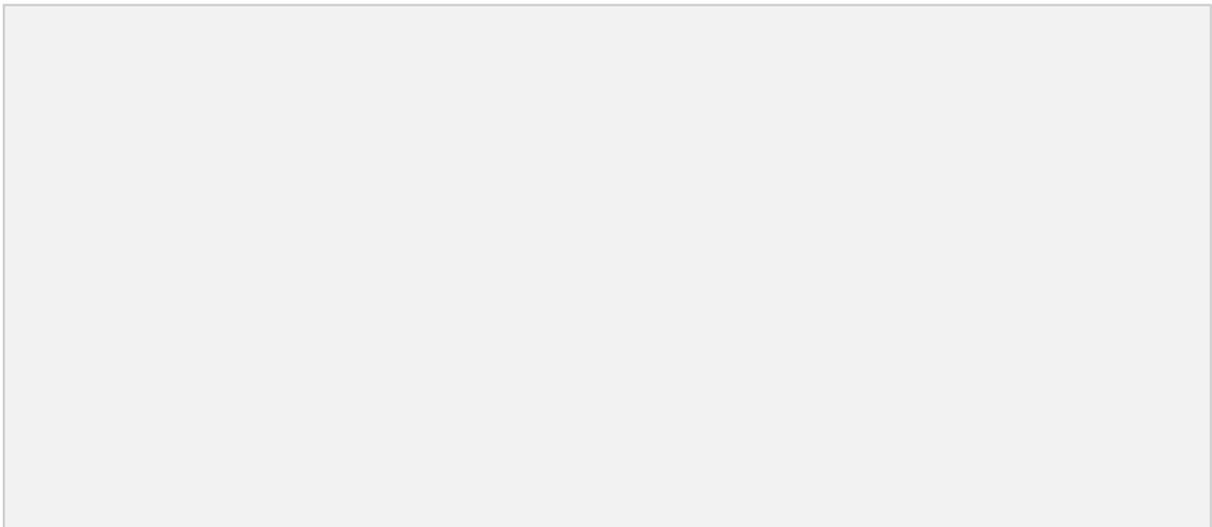
Del mismo modo, para tener más visibilidad en Internet te interesa un blog donde vayas

Tu turno...

*Profundiza un poco en los problemas que tiene tu cliente ideal... (Versión lista de preguntas/afirmaciones)*



*Sé cómo te sientes... (Versión redacción)*



Puedes crear los dos tipos: lista (*Problema, Agitar, Solución*) y desarrollar un par de párrafos o únicamente una de las dos opciones.

## 4. Resultados a Corto/Medio plazo

Presenta la situación idílica que tu cliente quiere alcanzar. Se trata de hacerle ver la transformación que va a experimentar si trabaja contigo y con tu método.

*Ejemplo:*

- *Si sigues mi método en unas semanas conseguirás librarte de...*
- *Llevo años de investigación y he elaborado una metodología que funciona en el 100% de los casos*
- *SERVICIO LLAVE EN MANO: todo lo que necesitas para...*
- *CERO PROBLEMAS TÉCNICOS: una plataforma con la que vender...*
- *Imagina por un momento que...*



Tu turno...

*Lista los Beneficios que tiene tu programa, producto o servicio...*

## 5. Preséntate y muestra Autoridad

Tu futuro cliente ya tiene instalado en su mente que puedes cambiarle la vida y también sabe cómo lo haces. Ahora tienes que eliminar las dudas que pudiera tener para trabajar contigo y no con tu competencia.

Muestra tu autoridad y lo que te diferencia, habla de los clientes que has ayudado, empresas con las que has trabajado o medios en los que has aparecido.

- *¿A cuántas personas has ayudado (clientes)? ...muestra los años de trayectoria*
- *¿Has realizado alguna ponencia? ...deja un enlace para que puedan verla*
- *¿Has aparecido en los medios? ...añade los logotipos de esos medios*

**NOTA** → No olvides poner una fotografía donde se te vea bien para generar empatía.



**¡Hola, soy losune!**

**Bloguera, emprendedora, coach de salud y vegana** desde hace 6 años.

Tras sufrir una trombosis venosa profunda, mi vida dio un giro radical y empecé a interesarme en mi salud. Conseguí curarme gracias a una alimentación saludable y a hacer unos sencillos cambios en mis hábitos.

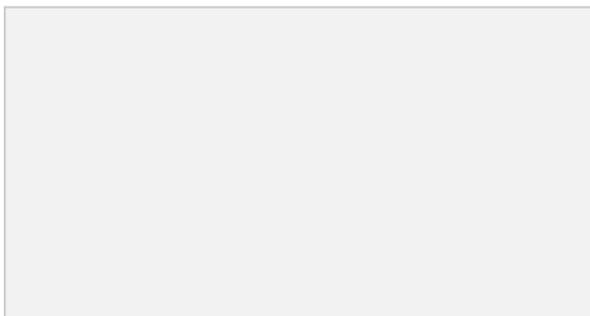
Además, he logrado vivir de mi pasión, que es difundir y demostrar que una dieta vegana bien planificada es saludable y beneficiosa para nuestro cuerpo y es una gran aliada en la prevención de enfermedades crónicas.

**He ayudado a 5.494** personas a hacer un cambio de hábitos hacia **una vida saludable, sostenible y 100% vegetal** gracias a nuestra **Escuela Cocina Vegana**.

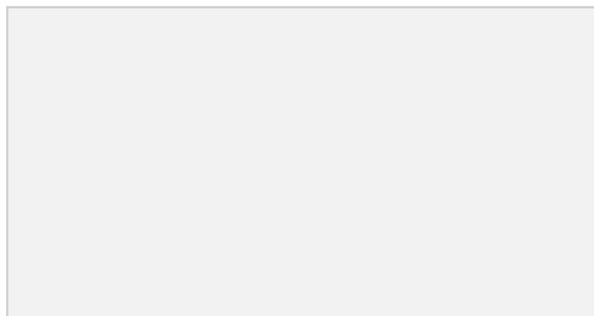
**Únete a seguir una dieta más saludable para nosotras, para los animales y para la Tierra.**

Tu turno...

FOTO...



Presentación breve...



## 6. Beneficios

Enumera cada uno de los beneficios que va a obtener al trabajar juntos:

- Aliviar un dolor
- Ganar tiempo
- Ganar más dinero
- Tranquilizar, estar a salvo, sentir paz
- Etc.

**¿Qué conseguirás?**

		
<b>ALIMENTACIÓN EQUILIBRADA</b>	<b>MENÚ SENCILLO Y ECONÓMICO</b>	<b>AHORRAR TIEMPO Y DINERO</b>
Supervisada al detalle por una <b>nutricionista especializada</b> .	Disfrutarás de acceso ilimitado a <b>sabrosas recetas 100% vegetales de desayuno, comida y cena</b> .	No tendrás que pensar en la lista de la compra <b>ni pasarte muchas horas en la cocina</b> .

Tu turno...

1

2

3

--	--	--

## 7. Primeros Testimonios

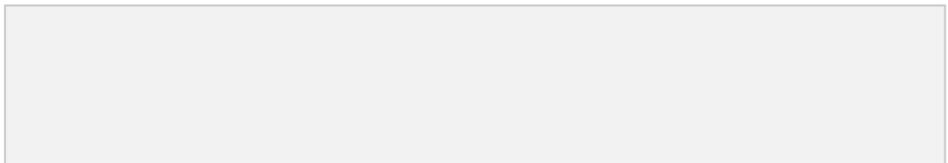
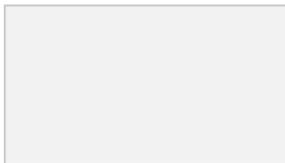
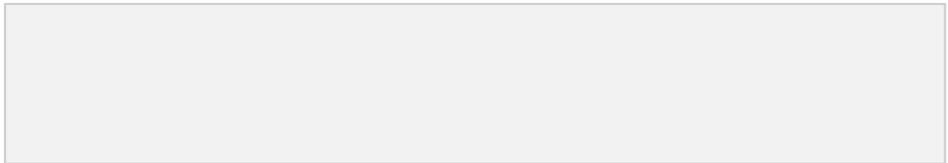
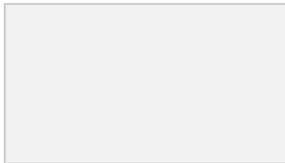
- ¿Tienes comentarios de clientes?
- ¿Tienes comentarios en las redes sociales?
- ¿Datos científicos que te avalen?

**NOTA** → Es fundamental añadir una foto o vídeo más una dirección a su web, perfil de LinkedIn, etc., para otorgar veracidad. Y debes centrarte en los beneficios concretos que han experimentado.

Tu turno...

FOTOS...

Testimonios...



¿Todavía tienes dudas? Aquí te dejamos las opiniones de algunas personas que ya han confiado en nosotras



... me sentía sin la motivación necesaria y suficiente para seguir trabajando día a día en mi proyecto... Descubrimos cuales eran los bloqueos que tenía, **hice click y desde ese momento me empecé a sentir mucho más alineada con el proyecto**



... desde hace un año me era imposible hablar con gente que no conocía y gracias a **Gloria y Rosa que me ayudaron a quitar estos miedos y limitaciones ahora tengo trato con compañeros y mi vida ha cambiado a**



... desde que he hecho el programa **he mejorado mucho mi autoestima, mi seguridad y la toma de decisiones...** Lo recomiendo porque a veces cuando estamos bloqueados **necesitamos a una persona que nos guíe para superar los**

## 8. Descripción de Características

Ya has contado los beneficios que tiene tu programa y la transformación que consiguen quienes trabajan contigo.

Pero esto no es suficiente para algunas personas que necesitan saber exactamente qué incluye tu programa, sesión...

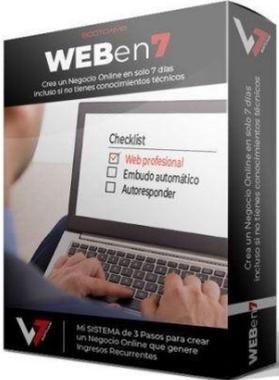
Toca describir todas las características:

- N° de **Módulos** que componen el curso
- Cuántas **Lecciones** por cada módulo
- Si el **formato** es en Vídeo, Audios, Texto
- **Duración** del programa o n° de sesiones
- Se entregan herramientas, existen descargables, etc.

**Repasemos lo que te llevas:**

7 Módulos en los que vas a aprender a:

- ✓ Comprar tu **hosting y dominio**
- ✓ Instalar WordPress para **gestionar tu web**
- ✓ Añadir las herramientas necesarias para **diseñar los contenidos**
- ✓ Crear **cada una de las páginas** de tu sitio Web
- ✓ Dónde y cómo **colocar formularios** en los sitios estratégicos
- ✓ Qué hacer con los datos que te dejen los **nuevos usuarios**
- ✓ Implementar **respuestas automáticas**
- ✓ Crear una **secuencia de emails** para ayudar a tus suscriptores
- ✓ Etc.



**Un Paso a Paso en vídeo** para acompañarte en la creación y lanzamiento de una Web Profesional con automatizaciones para que vendas sin que tengas que estar presente.

Tu turno...

¿Qué incluye...?

## 9. Bonus (opcional)

- Te ayuda a aumentar el valor percibido
- Escribir en cuánto dinero están valorados los bonus
- Puedes jugar con la escasez (solo puedo llevar un nº limitado de personas al mes)



### CONSIGUE ESTOS BONUS



#### **astra pro**

Plantilla Profesional basada en Astra Theme con la que podrás hacer todo lo que se te pase por la imaginación.

Rápida, ligera y muy personalizable

*Valorado en \$59/año*



#### **elementor pro**

El famoso constructor visual en su versión Premium con el que podrás actualizar tu diseño con diferentes elementos: caja de texto, listas, botones, fondos...

*Valorado en \$49/año*



#### **convert pro**

Tu mejor aliado para conseguir que las visitas de tu web se conviertan en suscriptores a los que luego podrás enviar ofertas con tus servicios y productos

*Valorado en \$99/año*



#### **wp-rocket**

El mejor plugin del mercado con el que mejorar la velocidad para que tu WordPress cargue más rápido, mejorando el SEO y aumentando las conversiones

*Valorado en \$49/año*

Tu turno...

¿Entregas Bonus...?

## 10. Filtro de Candidatos

Este aspecto es el gran olvidado.

Tú quieres ayudar con tus habilidades y transformar la vida de las personas que confíen en ti y qué mejor manera que hacerlo con personas con las que te sientas a gusto trabajando.

Para realizar este filtro, se utiliza una sección donde dejamos claro con las personas que queremos trabajar y, lo más importante, con las que no nos sentimos a gusto y para las que no se alcanzan resultados significativos.

Dejándolo claro desde el principio evitarás malentendidos y pérdidas de tiempo... tuyo y de tus clientes.

- Para quién **ES** este servicio / producto
- Para quién **NO ES** este servicio / producto

Por qué no deberías acceder a CRECETUBE	Por qué sí deberías acceder a CRECETUBE
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ No tienes interés en profesionalizar tu canal, para generar ingresos o clientes.</li><li>✓ No te planteas invertir tiempo de forma regular en tu canal, como si se tratase de un negocio.</li><li>✓ Prefieres probar por tu cuenta y ver qué tal te va.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Quieres lanzar un canal profesional.</li><li>✓ Quieres evitar errores habituales en los canales nuevos y avanzar más rápidamente.</li><li>✓ Te explicamos cómo lanzar tu canal, paso a paso.</li><li>✓ Estás dispuesto o dispuesta a hacer un esfuerzo extra, para crear tus 10 primeros contenidos durante los primeros 60 días.</li></ul>

Tu turno...

Este Servicio **ES** para ti si...

Este Servicio **NO ES** para ti si...

## 11. El Precio

- Di cuánto cuesta
- Justifica porque tiene ese precio
- Compáralo con algo de la vida cotidiana: por el precio de café

Pack de Consultoría Básico	Pack de Consultoría Completo
<b>79,70 €</b>	<b>129,90 €</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Revisión de Portfolios</li><li>✓ Revisión de imágenes</li><li>✓ Revisión de keywording</li><li>✓ 1 sesión de skype de 1 hora -hora a convenir-</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Revisión de Portfolios</li><li>✓ Revisión de imágenes</li><li>✓ Revisión de keywording</li><li>✓ 1 sesión de skype de 1 hora -hora a convenir-</li><li>✓ Keywording De 15 Imágenes</li><li>✓ Planificación De Creación De Contenido</li><li>✓ Segunda sesión de skype de 1 hora -mínimo 15 días después de la primera sesión-</li></ul>
	

Tu turno...

*Al contado...*

*A plazos...*

## 12. Garantía

Si ofreces una garantía de devolución, dilo y establece las condiciones por las que se rige:

- ¿Está limitada en el tiempo? P. ej, 14 días
- ¿Se deben cumplir objetivos?

### Garantía de Satisfacción de 15 días

Si tras ingresar en CRECETUBE, decides que no es para ti, te devolveremos tu dinero íntegramente. Dispones de 15 días para comprobar el funcionamiento de la formación y ponerla en práctica SIN COMPROMISO alguno.



Tu turno...

*Plazo de 14 días...*

También existe la opción de dar garantía de Satisfacción



### 100% Garantía de satisfacción

Los trabajos realizados cuentan con un 100% de satisfacción de mis clientes y tienes mi compromiso de que trabajaré para que quedes totalmente satisfecho. Desde el primer minuto estaré invirtiendo horas y herramientas para mejorar tu web.

### 13. Resuelve las Dudas que puedan surgir

Esta es una sección de las preguntas más comunes que suelen tener el perfil de tu cliente.

Anticípate y prepara unas respuestas a posibles preguntas que puedan surgir:

- ¿No es muy caro?
- ¿Qué pasa si me doy cuenta que el curso no es para mí?
- Ahora mismo no tengo mucho tiempo, ¿es un impedimento?

Tu turno...

Preguntas...

Respuestas...


### Preguntas frecuentes

- ▶ ¿La membresía es mensual o anual?
- ▶ ¿El IVA está incluido en todos los precios?
- ▶ ¿Qué ocurre una vez realizado el pago?
- ▶ ¿Cuándo podré consultar el primer menú?
- ▶ ¿Puedo darme de baja de la membresía?
- ▶ ¿Qué pasa si no hago el batch cooking?
- ▶ ¿La lista de la compra incluye todos los ingredientes del menú?

## 14. Recordatorio de lo que te llevas

- Materiales
- Bonus
- Escasez

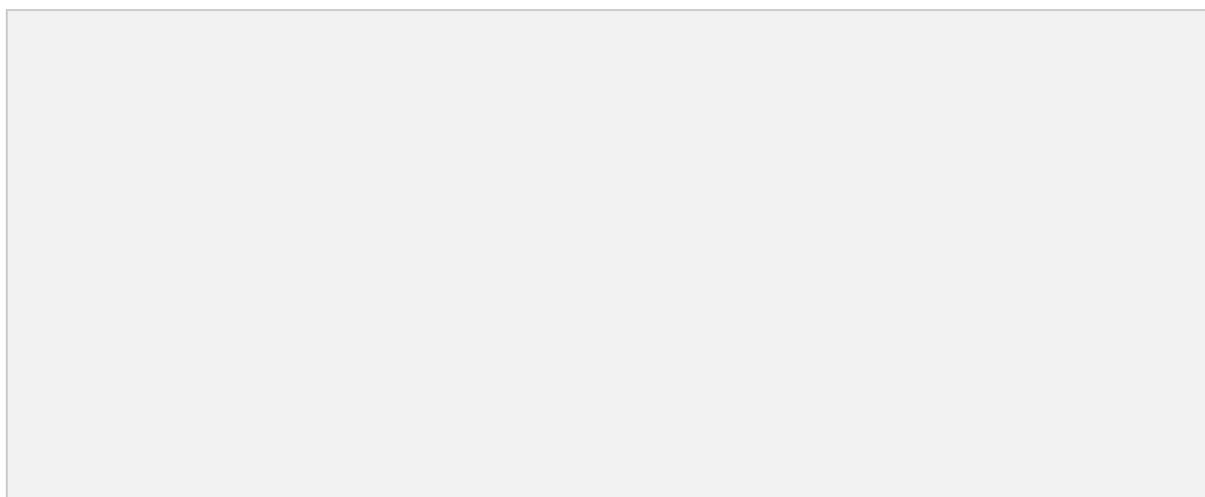


### RECUERDA, ESTA FORMACIÓN INCLUYE:

- ✓ **45 lecciones en vídeos cortos (de entre 5 y 8 minutos)** que van directos al grano. 6 horas de formación valorada en 400 €.
- ✓ **Plantillas y listas de control** para encontrar tus argumentos más persuasivos y estructurar una oferta que venda.
- ✓ **Bonus 1:** Mi método para conocer TODO sobre cualquier cliente sin moverme de casa, valorado en 100 €.
- ✓ **Bonus 2:** Más de 100 anuncios reales en español, de un valor incalculable.
- ✓ **Bonus 3:** 65 temas sobre los que puedes comunicar en tu estrategia de contenidos, valorado en 70 €.
- ✓ **Bonus 4:** La guía básica de SEO-copywriting de **Isabel Romero**, para crear textos comerciales que gusten por igual a tus clientes y a Google, valorado en 147 €.
- ✓ **Bonus 5:** El cuaderno de trabajo de más de 180 páginas con recursos, plantillas y ejercicios para practicar, valorado en 100 €.

Tu turno...

Si entras ahora te llevas...



## 15. El Precio

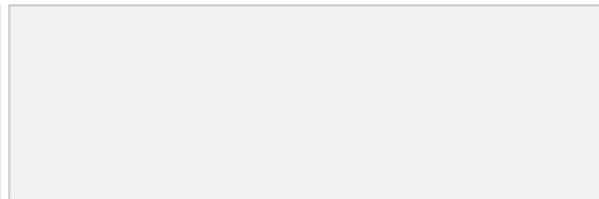
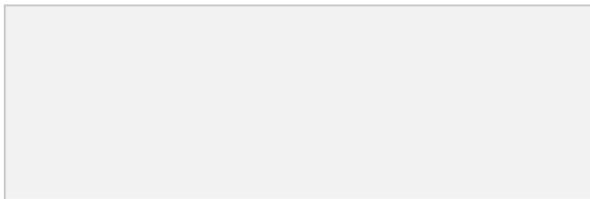
Vuelve a mostrar el precio y los botones de pago.



Tu turno...

*Al contado...*

*A plazos...*



Hasta aquí **cómo construir una página de venta en 15 pasos**. Ten en cuenta que no tienes porqué ponerlos todos, incluso puedes añadir los tuyos propios, pero es una muy buena base para empezar a construir tu página de ventas.

Te dejo con unas **Recomendaciones**:

1. Esta página no debe tener puntos de fuga como pueden ser el *menú* o iconos de *redes sociales* o cualquier *otro enlace* que lleve al lector fuera de la página de ventas.
2. Tampoco debe existir una barra lateral con diferente información que despiste
3. Céntrate en el texto, no en el diseño. Solo deben existir fotografías 100% relevantes y con un objetivo claro. P. ej. cuando te presentes, debes poner una foto donde te muestres.

## Estructura de la Página de Contacto

Deberías habilitar un espacio desde donde poder ponerse en contacto contigo.

Añade todas las formas que tiene tu audiencia de contactarte y evidentemente que atiendas.

*Ideas:*

- Deja un enlace a un **formulario** como Google form para que te cuenten cuál es su problema N° 1 que no les deja dormir
- Añade las **redes sociales** donde tengas presencia
- ¿Pueden llamarte por teléfono o enviarte un **Whatsapp**?
- ¿Pueden **visitarte físicamente**?
- Habilita un **formulario de contacto**

Como no quieres pasarte el día respondiendo correos, una buena idea es **dejar claro qué mensajes atiendes y a cuáles no** vas a dar respuesta.

*Por ejemplo,*

Atiendo preguntas sobre:

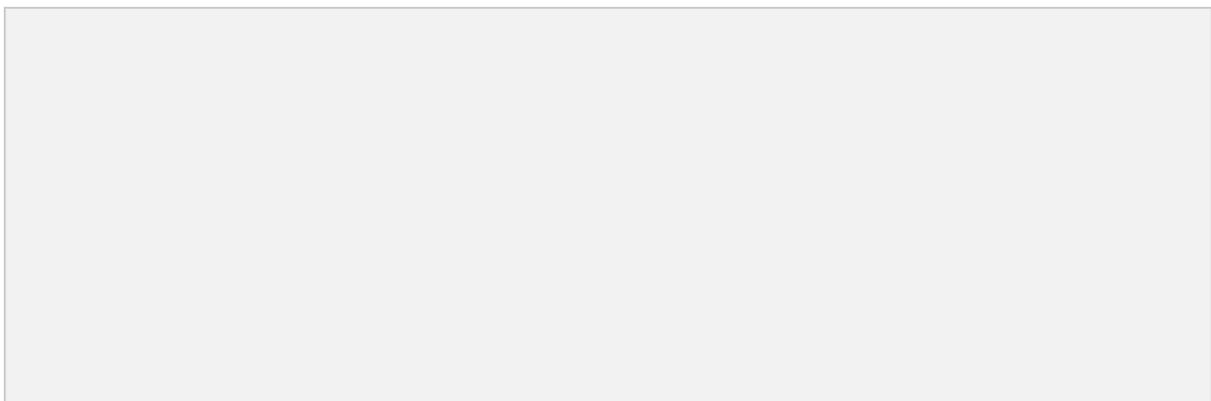
- Ampliar información para trabajar juntos
- Propuestas de colaboración

No doy respuesta a:

- Emails infinitos
- Artículos patrocinados...

Tu turno...

*Informa a los lectores cómo pueden ponerse en contacto contigo...*



# Contacto

¡Hola!

Me encanta conocer a mis lectores. De hecho, esa fue una de las principales razones por las que empecé este blog: **quería conocer a otras personas que compartiesen mis valores y mi visión del mundo.**

En mis inicios respondía personalmente a todo el que me escribía, y me pasaba decenas de horas cada semana contestando e-mails. Sin embargo, debido a lo mucho que ha crecido Vivir al Máximo en los últimos meses, me es imposible gestionar el volumen de mensajes que recibo y he decidido cerrar el formulario de contacto por el momento.

Mientras tanto, puedes hacer lo siguiente:

- Si quieres **saludarme**, escíbeme en [Twitter](#)
- Si quieres **ayudarme**, enlázame a Vivir al Máximo desde tu blog o comparte tu post favorito con quien creas que más lo necesita
- Si quieres **conocerme en persona**, estate atento al blog y a [la página de Facebook](#). De vez en cuando organizo quedadas y eventos que anuncio a través de estos dos canales, y será un placer contar contigo para el próximo
- Si tienes una **pregunta**, echa un vistazo a la lista de [preguntas frecuentes](#)
- Si tu **pregunta no está en la lista de preguntas frecuentes**, revisa el [archivo](#) o haz una búsqueda utilizando el formulario de la barra lateral (es posible que ya haya hablado sobre ese tema en el pasado)
- Si tu **pregunta no está en la lista de preguntas frecuentes ni la he contestado en ningún artículo antiguo**, puedes [enviarme una sugerencia de post](#) para que escriba sobre ese tema en un futuro
- Si quieres escribir un **post invitado** en Vivir al Máximo, puedes consultar el criterio de selección y enviarme tu solicitud [a través de esta página](#)

Dicho esto, es evidente que una de las grandes ventajas de tener un blog es que te abre la puerta a todo tipo de oportunidades, así que si tienes alguna **propuesta que creas que puede hacer mi vida más interesante** escíbeme a través del [siguiente formulario](#).

# Estructura de una Página de Suscripción

El objetivo que persigue esta página es que el lector te deje sus datos para poder conectar con él cuándo lo necesites.

Debes saber que **el 90% de las visitas de tu web no volverán nunca.**

Para conseguir algún dato, como el email, debes ofrecer algo a cambio. Este regalo debe ser una solución gratuita para sus problemas y tiene que poder consumirlo en los minutos siguientes a dejar sus datos.

Piensa qué podrías ofrecer a tu audiencia, que resultaría tan interesante como para dejarte su email.

## FORMATOS Y TIPOS QUE PUEDES OFRECER.

- **VIDEO** corto o **AUDIO** sobre cómo solucionar un problema que tiene tu audiencia.
- Un **DOCUMENTO** (PDF, Word, Excel) con un paso a paso.
- **CHECKLIST**. Listado de cosas que debes *eliminar*, o *hacer*, o *evitar*...
- Un **MINI CURSO POR EMAIL**, donde envías la solución por fascículos.
- **DESCUENTO U OFERTA EXCLUSIVA** para quien deje su email.
- **DEMO O PRUEBA GRATUITA** de un producto o servicio.
- **SESIÓN GRATUITA** de unos pocos minutos (15 o 20)

*Ejemplo:*

- *3 posturas para aliviar tu dolor de espalda antes de que se produzca.*
- *7 pasos para aumentar tu productividad en el día a día*

Ejemplo de una página de suscripción:



Lo imprescindible:

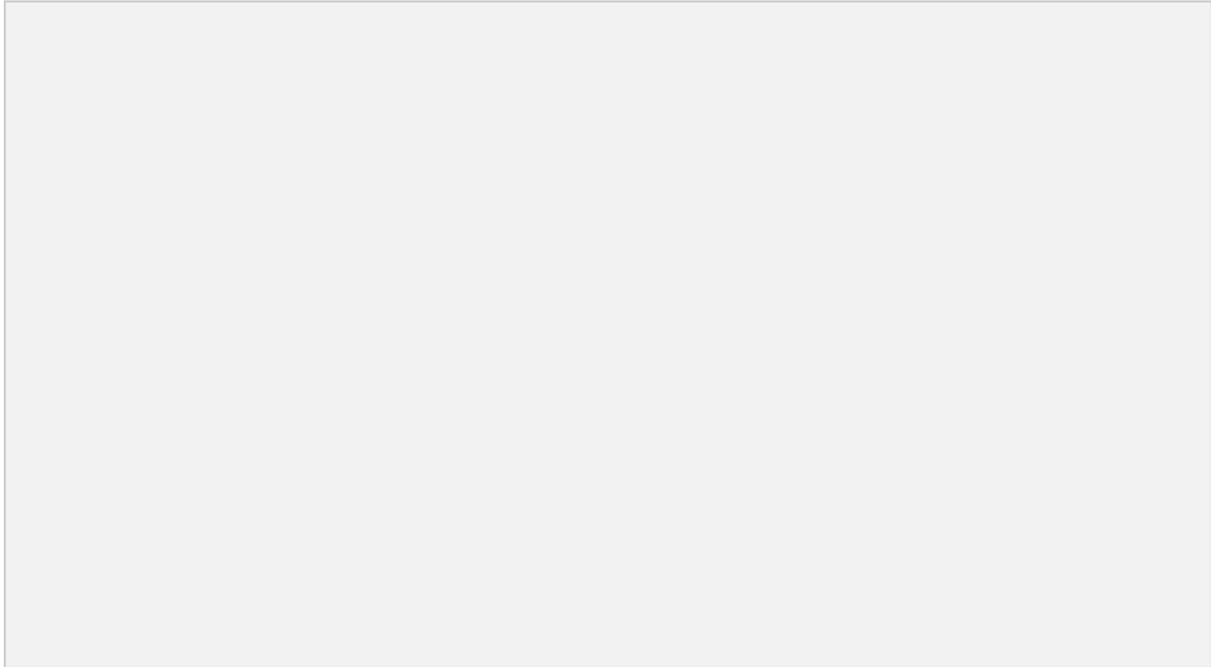
- Un **Titular** que capte la atención. Es el primer elemento que verá el visitante y debes hacer que enganche.
- 3 o 5 **Beneficios** que va a conseguir tu lector si deja su email. No enumeres las características del producto o servicio, ve a los problemas de tu audiencia y los beneficios que les aportas.
- El **Regalo** con el que les va a solucionar un problema concreto. ¡¡Debes aportar valor!!
- Un **Formulario** básico para que dejen su email. Cuantos menos datos pidas más posibilidades de que se suscriban.

Si quieres mejorar la percepción del usuario:

- Una Foto del incentivo o regalo que le vas a entregar. En inglés se le denomina *Lead Magnet (imán de suscriptores)*.
- Testimonios
- Breve presentación de ti

Tu turno...

Título + Beneficios...



No pierdas más el tiempo y descárgate ya esta guía

## LA GUÍA DEFINITIVA DE LA MUJER EMPRENDEDORA

Si estás decidida a crear tu propio negocio digital y no sabes por dónde empezar ¡keep calm my girl! Yo también he pasado por esa situación y por eso he escrito esta guía para ti.



- ✓ Aprende a crear tu negocio digital paso a paso.
- ✓ Descubre cómo crear tu imagen digital y cómo publicitarte.
- ✓ Resuelve todas esas dudas abrumadoras de no saber por dónde empezar.
- ✓ Sabrás qué opciones tienes, cuáles son los mejores trabajos para realizar online, dónde encontrarlos ¡y muchas cosas más!

QUIERO DESCARGARME LA GUÍA



**ROMUALDFONS**

## Curso de SEO gratis

¿Quieres entrar al Curso de SEO online del que todo el mundo habla? Ya somos más de 24.000 alumnos!!

[¡Sí! Dame Acceso](#)

En los medios: **INFORMACIÓN** **Entrepreneur**  **RAMON LLULL UNIVERSITY** **ELMUNDO** **elPeriódico**

## Páginas Legales

A lo largo de esta hoja de ruta habrás sido consciente de que **las cosas NO se pueden hacer de cualquier manera** y en este sentido te diré que cuando montas un negocio online debes cumplir una serie de requisitos legales.

En este sentido, toda web debe contar con una serie de páginas para cumplir con la ley y evitar multas.

Aquí, debes ser tú quien se encargue de crearlas, bien porque posees los conocimientos o porque cuentes con un abogado que las redacte.

También puedes hacerte con los llamados kits legales: pagas, te descargas las plantillas y las añades a tu web. Estos servicios rondan los 100€

Y la opción que **yo utilizo y recomiendo es [LegalBox](#)**. Una aplicación que, por el mismo precio de unas plantillas, te aseguras estar a la última de cualquier variación en la ley que te pueda afectar.

¿Cómo funciona? Te das de alta, rellenas unos cuestionarios con la información de tu negocio y se autogenera la documentación para añadirla a tu web.

La diferencia con respecto a plantillas y abogados es que si cambia la ley, la herramienta actualiza automáticamente tu sitio web y sigues protegido. Sin que tú tengas que intervenir, sin contactar nuevamente con tu abogado ni tener que hacerte con nuevas plantillas.

## ¡Bola Extra!

Ya tienes los textos e imágenes para todas las secciones y páginas.

Pero hay más...

¿Recuerdas cuando te dije que podías tener un Ferrari?

Bien, si a toda esta estructura que has creado para tu web, le añades un sistema que trabaje para ti, es decir, lo automatiza... tendrás el Ferrari.

***A estos sistemas se les conoce como Funnels, Embudos o sistemas automatizados, pero el nombre es lo de menos.***

¿Qué son exactamente?

Una serie de automatizaciones que te liberan del día a día de tu negocio.

Verás...

- *Que llega un visitante a tu web → se le ofrece un regalo a cambio de su email*
- *Que deja sus datos para acceder al regalo → le damos la bienvenida y le enviamos el regalo*
- *Que te interesa que conozca tu negocio y cómo podrías ayudarle a resolver sus problemas → uno o varios emails para contarle quién eres, el porqué de tu proyecto, etc.*

Imagina el potencial que tiene un sistema como este. Lo puedes hacer simple, pero también tan complicado como te permita tu imaginación.

Además, te abre la posibilidad de trabajar el email marketing, algo que únicamente con redes sociales no podrías hacerlo.

**El email marketing es la herramienta que te va a generar más ventas.**

¿Por qué?

Porque su objetivo es conectar con tu público por medio de contenido de valor para forjar una relación natural, cercana y duradera.

¿Cómo se consigue?

Tus seguidores pasan a un espacio más íntimo donde irán recibiendo correos con información que harán que se estreche la relación.

Al pasar más tiempo juntos, estarás fortaleciendo la relación y tendrás la posibilidad de que el usuario te preste la atención necesaria para que comprenda lo que haces y cómo puedes ayudarlo.

Cosa que, en las redes sociales, es imposible retener la atención más de unos pocos segundos, porque los usuarios están siendo impactados por cientos de mensajes.

Entonces, tenemos... Repasemos juntos

Por un lado, la web y por otro, el embudo y los emails para contar a los usuarios lo que hacemos.

Y ¿ahora qué?

Pues ahora, ¡a montarlo todo!

### **Este es el fin... o no...**

A lo largo de estas páginas te he ido contando todo lo que necesitas para empezar a vender desde una web de manera profesional.

Y si has implementado cada paso — y te comprometiste a hacerlo — ya tendrás toda la información lista para montarla en tu sitio web.

Te faltaría la parte técnica y obviamente por muchas líneas que escribiera en esta guía sería imposible explicarte cómo hacerlo.

Es por eso que he creado **WEBen7**, un proceso donde te enseñó cada movimiento que debes hacer para elaborar tu web como un profesional.

Un paso a paso como si de una receta de cocina se tratara. Tú me ves hacerlo y lo replicas en tu web.

Únicamente tendrás que encargarte de la parte divertida.

¿Quieres que te lleve de la mano?

Sigue leyendo porque ahora sí es el momento...

## ¡Todo está en Internet!

Hay quien tiene instalada en la cabeza, la creencia de que todo está en internet y de manera gratuita.

Pero algo me dice que tú eres diferente. Quizá por haber adquirido esta guía.

Al mismo tiempo, se piensa que buscar en Internet es fácil. Únicamente hace falta escribir una palabra en el buscador para obtener una avalancha de información.

Lo que ya no se dice tanto es que todo ese volumen de información, está confuso, desordenado y que te exige dedicarle mucho tiempo para ordenarlo y separar lo importante de lo inútil. Y no siempre con resultados satisfactorios.

Por ejemplo:

- Si necesitamos una guía para invertir nuestro capital, la buscamos en Internet y aparecen a cientos
- Si queremos ponernos guapos/as en la operación bikini, unos vídeos de YouTube nos lo arregla

Pero si esto fuera tan sencillo, si con una simple búsqueda encontráramos la solución “correcta”, todo el mundo luciría un cuerpazo y sería millonario. Y ya sabes que no es así.

Esto sucede porque **en el mundo del marketing digital** — en general — **hay mucha información, pero pocos resultados.**

No hay un método, un paso a paso que seguir, y consumir contenido desordenado que solo trata el problema superficialmente no es la solución.

*La INFORMACIÓN no es lo mismo que la FORMACIÓN y hoy en día muchos creen que todo está en internet... pero si esto fuera cierto, ¿no estaríamos todos sanos, seríamos millonarios, inteligentes o felices?*

Ya puedes buscar en Internet, que no vas a encontrar la sabiduría reflejada en las páginas de esta guía.

Entonces, estarás conmigo que para vender online necesitas algo más que un par de videos, ¿correcto?

**Necesitas un paso a paso que te guíe de principio a fin y te ayude si te atascas.**

Ese paso a paso existe y se llama **WEBen7**.

## Programa **WEBen7**

Por fin ha llegado el momento de hablarte en profundidad de mi programa. 😊

Como te he ido nombrando en varias ocasiones a lo largo de esta guía, antes no tendría sentido, pero ahora que ya conoces lo que necesitas, todo cobra importancia.

¿Por qué?

Porque ahora entiendes que para vender en Internet no es suficiente con crear una web y esperar a que las ventas lleguen solas, necesitas un **Sistema de Venta Activa**.

Y ese sistema es **WEBen7**.

Un paso a paso en vídeo donde me verás diseñar todo el sistema desde cero.

Un programa de 7 módulos donde te entrego todo, no me guardo nada.

Todo lo que necesitas: *instrucciones, herramientas, plantillas, pack legal* y mi *sopORTE*, después y durante el proceso.

Y todo para que logres montar tu propio sistema en tan solo 7 días de trabajo.

### ¿Qué te ofrezco?

Un sistema que te ayude a generar ventas predecibles, un sistema que entiendas y seas capaz de, una vez terminado, crear nuevos elementos si los necesitas: *páginas, secciones, automatizaciones...* porque lo entiendes.

De nada sirve contratar un servicio para el diseño de tu web, si una vez te la entregan no sabes qué hacer con ella. Y si necesitas un cambio o algo nuevo, tienes que esperar a que te lo hagan.

## Concretando...

1. Una hoja de ruta para crear **una web**: *simple, rápida y segura*
2. Un **sistema que automatice las ventas** aunque tú no estés presente
3. La **estructura recomendada** de tu web
4. **Ubicaciones estratégicas de formularios** de recogida de datos
5. **Licencias de las herramientas** que debes instalar en tu web (para toda la vida)
6. **Plantillas** a golpe de clic para acelerar el proceso y minimizar el esfuerzo (páginas, formularios, automatizaciones...)
7. **Pack Legalidad Web** para evitar que te multen
8. **Soporte individual vía ticket** mientras realizas el proceso
9. **Mantenimiento Sherpa (3 meses)** posterior para que delegues en mí tu web, mientras pones foco en llevar usuarios a tu sistema

Pero también lograrás:

1. Libertad de horarios
2. Hacer el trabajo más fácil
3. Ahorrar tiempo y dinero
4. Proteger el futuro económico de tus familiares
5. Claridad sin saturación de contenidos

**Entonces, ¿quieres que abra el programa para ti?**

## ¿Tienes preguntas?

Antes de que me contactes deja que te comente unos puntos, porque sé que te quedarán dudas.

### ¿Cuánto tiempo debo destinar al programa?

He establecido el programa en 7 días de trabajo, pero podrás ir a tu ritmo.

**WEBen7** es de acceso ilimitado porque cada uno tiene una situación, puedes trabajar a jornada completa o tener hijos y por eso, nunca voy a restringir el acceso. Es de por vida.

Puedes organizarte como desees porque tampoco tienes que seguir un horario.

Puedes dedicar todas las horas al día, aprovechar el fin de semana o los ratos de inspiración que surjan.

Tú eliges los días, las horas y el tiempo que quieres dedicar.

### ¿WEBen7 es para mí?

Está claro que cada persona es un mundo. Los hay poco dados a la tecnología, los que piensan que son cuestiones complicadas, los que creen que no tienen la destreza para poder lograrlo o que deberían haber aprendido a una edad más temprana y que llegan tarde.

Pero no es cierto, han asumido que la tecnología y el diseño web no es suyo y por eso se bloquean.

Sin embargo, hay unos patrones que coinciden en todos y que casi nunca tenemos en cuenta.

Nadie nos lo enseña, nadie nos advierte, nadie nos los explica. Justo eso es lo que vas a aprender en este programa, sin que tengas que ser informático para entenderlo.

Vender online con tu propia página web lo puedes conseguir en muy poco tiempo, si aprendes los conceptos correctos en el orden correcto.

Para saber si te va a funcionar o no, lo único que puedes hacer es probar. Pero está claro que es una decisión que debes tomar tú.

## ¿Por qué tú?

Soy consciente de que hay mucha competencia en diseño web y algunas aplicaciones que te permiten hacer una web por no mucho dinero.

Por eso, solo trabajo con personas que están dispuestas a invertir un dinero con el objetivo de rentabilizarlo cuanto antes y no solo de tener una web bonita, sino funcional.

Como ya conoces, un diseño bonito no hará que vendas. Lo que generará las ventas será el sistema completo trabajando conjuntamente.

La web que te ofrezco no son las típicas que podría hacer cualquier diseñador porque, en mi caso, he investigado herramientas durante años y he detectado cuáles te complican la vida y cuáles te la facilitan.

Porque después de crear el sistema vas a tener que gestionarlo y mantenerlo. Y ahí es donde vienen los problemas.

Dentro del programa vas a encontrar: **diseño web, creación de embudos, gestión y mantenimiento web.**

***TODO lo que necesitas para vender como un profesional día a día***

## La oportunidad es ahora

A estas alturas, estarás ansioso por ponerte manos a la obra con todo el material que has ido creando para empezar a vender, ¿cierto?

Bien, si crees que te puedo ayudar a plasmar este cuaderno-guía en una web y crear el resto del sistema del que te he hablado, ahora tienes la posibilidad de que trabajemos juntos, si así lo deseas.

[>> Escíbeme por Whatsapp para averiguar cómo <<](#)

Iremos de la mano en un proceso en el que nadie se queda atrás, dónde viajamos de no tener ni idea de páginas web, a crear un sistema con el que vender online en piloto automático, aunque tú no estés.

Un sistema que trabaja por sí solo, con una página web funcional, es decir, que tenga un sistema para captar interesados y que los guíe hasta realizar una compra de tus servicios o productos.

Así es como se consiguen **ventas predecibles semana a semana, mes a mes.**

Obviamente, el flujo de ventas dependerá del producto que estés ofreciendo y la valoración que tengan de él tus posibles clientes.

Pero si existe un mercado al que le encaje tu producto o servicio, te aseguro que venderás en piloto automático una vez creado el sistema.

Entonces, si ves interesante lo que te cuento, si piensas como yo, si ves que todo tiene sentido y que es un proceso lógico... te invito al programa **WEBen7** donde crearás tu propio sistema en una semana de trabajo.

**Resultado garantizado, si no te devuelvo tu dinero.** Sí, la garantía de que si no logras construir el sistema, recibes tu dinero de vuelta (sin compromiso de compra **ni costo de cancelación**)

Eso sí, pongo condiciones...

Realmente creo que puedes construir una página web siguiendo mis pasos, pero del mismo modo pienso que quizá no las tengas todas contigo y te suponga un gran duda para ti.

Entonces, para liberarte de esa presión, te doy mi garantía de éxito: si lo logras pagas, de lo contrario no.

Esto es tener seguridad en ti, porque no necesitas ser informático para crearte una web desde la que vender.

Pero para eso tienes que entrar, trabajar, preguntar dudas si te atascas y si vemos que no es posible, tu dinero de vuelta. Pero tengo que verte interés por aplicar.

Aunque para eso primero te tiene que interesar entrar el programa.

Si quieres que te acompañe mientras construyes tu sitio web y el resto del sistema que no contempla esta guía, accede al enlace que hay a continuación y hablemos

[>> Aquí para valorar si puedo ayudarte <<](#)

Accediendo al enlace, llegarás a whatsapp y entonces empezará una conversación.

Quiero conocerte y saber a qué te dedicas, cuál es tu proyecto y algo de información más para ayudarte mejor.

¡Ya está todo dicho!

**La próxima semana ya podrías estar vendiendo.**

Si no, ¡este es el fin!

**Recuerda.-**

El hecho de haber llegado hasta aquí te pone por delante del resto, pero odio saber que **el 95% de quienes han trabajado esta guía, van a renunciar a esta ventaja**, porque sí, la experiencia estuvo bien, pero luego la mayoría no termina de dar el paso.

¡Tú decides!