

Marketing con propósito



AlfredoGuia
CONSULTOR DIGITAL

30 FORMATOS DE PRODUCTOS *Digitales* QUE SE VENDEN TODOS LOS DÍAS



Alfredo Guia | Consultor Digital
@AlfredoGuiaMK

La estructura de tu curso en minutos...

Lleva tus conocimientos a internet y empieza a monetizarlos con claridad Si sientes que tienes mucho que aportar pero no sabes por dónde empezar...

Si ya intentaste crear contenido o lanzar algo digital, pero no has logrado resultados...
O si simplemente sabes que tienes un talento, pero no sabes cómo convertirlo en ingresos reales...

ESTA ES TU OPORTUNIDAD

HÁZ CLICK AQUÍ

¿Para quién es el presente Ebook?

Este ebook es la recopilación de años de experiencia, años de inversión de dinero y de meses de ensayos, pruebas y errores...

Está especialmente hecho para todas aquellas personas que están buscando generar ingresos en internet vendiendo su conocimiento.

Realizado para emprendedores, profesionales, expertos, amas de casa, plomeros y albañiles... Es decir, el presente ebook está hecho para todos aquellos que sea expertos en un tema en particular y deseen compartir su conocimiento al mundo usando canales digitales.

Los ejemplos que aquí comparto los pueden aplicar medicos como también pueden ser implementados por freelancers, la idea principal es ayudarte a abrirte camino en internet, empezando a construir tu marca, tu nombre y tu presencia en canales digitales.

Los 30 Lead Magnet más efectivos

Esta guía es 100% didáctica y te trae 30 de los mejores ejemplos que hoy existen para poder captar leads de forma rápida y efectiva.

Leads que deberás alimentar y cultivar para llevarlos a que se conviertan en clientes reales y recurrentes.

Este ebook fue hecho con todo el cariño del mundo para que desde ya puedas empezar a conseguir personas interesadas en todo el conocimiento que llevas dentro.

¿Que es un lead magnet?

Un lead magnet es un incentivo que se ofrece a los visitantes de un sitio web a cambio de su información de contacto, como su dirección de correo electrónico o número telefónico...

El objetivo es atraer a las personas interesadas en el producto o servicio de la empresa y convertirlas en posibles clientes o "leads".

La importancia de los lead magnet en los negocios radica en que permiten a las empresas construir su lista de correo electrónico, lo que a su vez les da la oportunidad de conectarse con sus clientes potenciales de manera más efectiva.

Al ofrecer algo de valor a cambio de la información de contacto del visitante, las empresas pueden crear una relación más sólida y duradera con sus clientes potenciales.

Los 30 Lead Magnet más efectivos

Los lead magnet son una excelente manera de demostrar la experiencia y autoridad de alguien en un tema específico, y ayudan a aumentar la confianza de sus potenciales clientes.

Por lo tanto, son una herramienta poderosa para el crecimiento y éxito de los negocios en línea.

En este ebook no solo te voy a enseñar ejemplos de magnet más efectivos. Puedes pensar que esto de los LM es del mundo digital.

Pero la realidad es que no.... Desde mi punto de vista son aplicables a cualquier tipo de negocio, si bien es cierto se dieron a conocer en el mundo online, tambien es verdad que ya hoy se aplican a negocios físicos...

Es decir, los puedes usar en el mundo online y offline.

La mejor manera de enseñar siempre será con el ejemplo, así que vamos de lleno a lo que nos reúne hoy.

Te comparto más de 30 tipos de lead magnet que son altamente efectivos...

Existen diferentes ejemplos de lead magnet, pero no todos tienen el mismo porcentaje de efectividad...

En función del producto y/o servicio que vas a vender, y de su precio, habrán lead magnets unos más potentes y efectivos que otros...

También entran en juego otras variables como la etapa del embudo (Tofu, Mofu y Bofu) en la que se encuentre cada persona...

Todos estos factores entran en juego y suelen ser más importantes de lo que pensamos... Recuerda no importa el recurso que uses, lo verdaderamente importante es CÓMO LO USAS...

Preparé para tí una selección de lead magnets que a mi criterio son los más efectivos hoy en día, a continuación te los enumero uno a uno:

La estructura de tu curso en minutos...

Lleva tus conocimientos a internet y empieza a monetizarlos con claridad Si sientes que tienes mucho que aportar pero no sabes por dónde empezar...

Si ya intentaste crear contenido o lanzar algo digital, pero no has logrado resultados...
O si simplemente sabes que tienes un talento, pero no sabes cómo convertirlo en ingresos reales...

ESTA ES TU OPORTUNIDAD

HÁZ CLICK AQUÍ

Los 30 Lead Magnet más efectivos

- Webinar
- Masterclass
- Checklist
- Training
- Plantillas
- Guías
- Ebooks
- Cursos gratis
- Congresos online
- Informes o estudios
- Casos de éxito
- Audios
- Pruebas gratis
- Trials
- Cupones y descuentos
- Consultas
- Auditorias
- Cuestionarios y test
- Sorteos y concursos
- Talleres
- Calculadoras
- Kit de herramientas
- Listas de recursos
- Predicciones
- PDF
- Transcripciones
- Ofertas especiales
- Descuentos por reserva anticipada
- Vista gratuita de un libro
- Envíos gratis
- Guiones o scripts
- Grupo de Facebook
- Retos
- Grupo de Telegram

➔ 1. Webinars

Los webinar son uno de los tipos de lead magnet más efectivos que hay tanto para conseguir suscriptores, como para vender.

De hecho, estoy seguro de que habrás visto diferentes anuncios de Facebook invitándote a webinars gratuitos.

Hay diferentes tipos de webinars:

- Gratis en directo.
- Gratis en diferido.
- De pago a un precio reducido.

Aquí puedes ver el ejemplo mío de un webinar referido a Marketing Odontológico que envía tráfico a una squeeze page:



Normalmente suelen ser de 45 minutos de dar contenido de valor y después 15 venta.

Pero no tiene por qué ser siempre así, también pueden ser únicamente contenido de valor, sin venta.

También hay una creencia de que tienen que ser siempre gratis, pero pueden tener un precio bajo (de 10 – 20 dólares) para posteriormente vender un producto de más valor.

→ 2 . Masterclass

El formato de Masterclass es uno de los tipos de lead magnet que más me gustan y que más suelo implementar...

Te explico por qué... Te enfocas en hacer estrategias de contenidos, y lo que haces es crear artículos relacionados con un producto que quiera vender.

¿No sabes qué publicar en redes sociales, cuándo hacerlo, cuál es el contenido que mejor funciona y qué hace tu competencia?

Masterclass GRATIS con los 9 pasos imprescindibles para hacer una Auditoría de Redes Sociales paso a paso.

Masterclass GRATIS de 25 minutos para conocer los 9 pasos imprescindibles para hacer una Auditoría de Redes Sociales

Ebook Descargable con el paso a paso para hacer tu Auditoría de Social Media.

Plantillas Gratis para hacer un análisis interno y externo (de tus competidores) para conocer las métricas más importantes.

Quiero la Masterclass Gratis

Cuando consigo posicionar ese artículo en el TOP 1-3, creo una Masterclass gratis y la añado dentro del artículo.

De esa forma consigo leads totalmente cualificados con el producto que quiero vender posteriormente y con email marketing, realizo primero el proceso de nutrición de esos leads, para luego pasar al proceso de venta de uno de mis productos o servicios.

Así de sencillo... Tal cual como lo lees, sin tener que incurrir en sin nada de publicidad y en automático.

3. Checklist

Para que un lead magnet sea efectivo, tiene que ser rápido de consumir y solucionar un problema concreto.

Esto mismo se consigue gracias a los Checklist.

Además, son muy rápidos de crear y de maquetar.

Estoy seguro de que has escritos decenas de artículos en tu blog en el que has explicado el paso a paso de cómo hacer algo.

¿Y si hicieras un checklist que resuma todos los pasos?



Por ejemplo, imagina que haces un post sobre todo lo que tienes que tener en cuenta antes de escribir y publicar un artículo.

Después podrías añadir dentro del post un CTA para que se descarguen la lista de verificación.

➡ 4. Casos de éxito

¿Ofreces servicios y no sabes cómo conseguir nuevos clientes?

Los casos de éxito con una herramienta muy potente para conseguir personas interesadas en lo que ofreces.

Las personas buscamos resultados, si les podemos demostrar los que hemos conseguidos, además de darles seguridad, ellos también querrán los mismos resultados.

Caso de éxito de Clínica Baviera



En solo 1 año de proyecto de inbound marketing, Clínica Baviera ha conseguido superar las 120.000 visitas mensuales a su página web, una base de datos de más de 4795 contactos y cerrar 57 primeras consultas.

AÑOS	CONTACTOS	VISITAS
1	4.795	120.000

Descargar caso 

En este caso, la agencia Inbound Cycle tiene diferentes casos de éxito con los resultados conseguidos para atraer a nuevos clientes potenciales.

Este tipo de lead magnet, junto a la combinación de la publicidad en Facebook, email marketing y un sistema de reserva de citas, puede ser muy potente.

→ 5. WORKSHOPS VIRTUALES



Un workshop virtual es una actividad pagada realizada en vivo con un lapso no mayor a tres horas, que ayuda a los asistentes a que puedan lograr una victoria rápida

La idea principal es darle solución directa y definitiva a un tema que afecta tu audiencia. Un workshop virtual sirve para proporcionar un entorno de aprendizaje interactivo y colaborativo a través de plataformas en línea.

Algunos de los propósitos principales de un workshop virtual son:

Formación y Desarrollo: Los workshops virtuales son utilizados para impartir formación y desarrollar habilidades en una variedad de campos, desde habilidades técnicas hasta habilidades blandas.

La estructura de tu curso en minutos...

Lleva tus conocimientos a internet y empieza a monetizarlos con claridad Si sientes que tienes mucho que aportar pero no sabes por dónde empezar...

Si ya intentaste crear contenido o lanzar algo digital, pero no has logrado resultados...
O si simplemente sabes que tienes un talento, pero no sabes cómo convertirlo en ingresos reales...

ESTA ES TU OPORTUNIDAD

HÁZ CLICK AQUÍ

Los 30 Lead Magnet más efectivos

Colaboración: Facilitan la colaboración entre participantes, incluso si se encuentran en ubicaciones geográficas diferentes. Esto es especialmente beneficioso para equipos distribuidos.

Intercambio de Conocimientos: Proporcionan un espacio donde los participantes pueden compartir y discutir conocimientos, experiencias y mejores prácticas.

Innovación: Pueden utilizarse como entornos para la generación de ideas y la innovación, permitiendo la colaboración creativa entre los participantes.

Networking: Permiten la interacción social y el establecimiento de contactos entre participantes, lo que puede ser valioso para establecer conexiones profesionales.

Accesibilidad: Al eliminar la necesidad de viajar, los workshops virtuales hacen que la formación y el aprendizaje sean más accesibles para personas de diferentes ubicaciones.

Reducción de Costos: Al no requerir gastos asociados con la organización de eventos presenciales, los workshops virtuales pueden ser una opción más económica.

En resumen, un workshop virtual es una herramienta versátil que puede adaptarse a diversas necesidades de formación, colaboración y desarrollo, proporcionando flexibilidad y accesibilidad a los participantes.

→ 6. Training

Una lead magnet para vender infoproductos muy habitual, suelen ser los training.

Consiste básicamente en ofrecer contenido gratuito de forma muy valiosa en un espacio de tiempo reducido.



Muchos lanzamientos de infoproductos se hacen bajo la metodología de Jeff Walker llamada Product Launch Formula.

Que viene a ser un training pero con una estructura de vídeos determinada, que consta de 4 videos cuidadosamente realizados para ir progresivamente cultivando a ese lead que estará próximo a convertirse en cliente...

→ 7. Plantilla

Las plantillas son un tipo de lead magnet que también funcionan realmente bien por su consumo rápido.

¿Quién no ha buscado plantillas para hacer determinadas cosas?

Es un recursos que suele utilizarse mucho en sectores como el financiero, emprendimiento, matemáticas, marketing digital, etc.



Todo aquel que tenga un negocio, querrá tener un control sobre sus finanzas, ¿no?

De esta forma se puede atraer a un público muy cualificado.

→ 8. Guías

Las guías son, junto a los ebook uno de los tipos de lead magnet para conseguir suscriptores más utilizado por muchos emprendedores.

Este es un ejemplo de la guía de Facebook Ads de Ana Ivars



Es importante que si haces un listado, no te excedas o será demasiado largo.

→ 9. Ebooks

Uno de los clásicos ejemplos de lead magnet son los ebooks.

Aunque he de decirte que no es mi opción favorita, y te explico la razón.

¿Cuántos ebooks has descargado y almacenado en tu ordenador sin ni siquiera abrirlos?



Si decides apostar por este formato, recuerda que tienes que solucionar un problema concreto de tu público objetivo.

He visto muchos ebooks de más de 100 páginas.

¿Crees de verdad que una gran cantidad de personas se lo va a leer?

Las personas queremos resultados al momento. Somos así de ansias, no le des más vueltas.

→ 10. Cursos gratis

Si vas a ofrecer un curso de pago, una buena forma de que las personas entren a la parte inicial de tu embudo de ventas es un curso gratis.

Por ejemplo, en la Escuela Marketing and Web, tienen un curso de marketing digital gratis.

Al registrarse, las personas entran en una secuencia de cultivo y venta de diferentes programas formativos.



El formulario de registro está dividido en dos secciones. La sección izquierda, sobre un fondo blanco, contiene el título 'Curso de Marketing Digital Gratis' en negrita. Debajo, se indica: 'Regístrate y accede de forma totalmente GRATIS a 12 lecciones. Más de 6 horas de formación práctica.' Hay campos de entrada para 'Nombre *' y 'Email *'. Debajo de estos, hay un checkbox con el texto 'He leído y acepto la política de privacidad *'. Un botón naranja con el texto 'Enviar' está al final. La sección derecha, sobre un fondo gris, muestra un collage de palabras relacionadas con marketing digital como 'PUBLICIDAD', 'SOCIAL MEDIA', 'TAG CARRITO', 'WWW REDES SI', 'FACEBOOK', 'OPTIMIZACION', 'EMAIL', 'WEB', 'CARRITO', 'REDES SI', 'FACEBOOK', 'OPTIMIZACION', 'EMAIL', 'WEB'. En el centro de esta sección hay una foto de Miguel Florido, un hombre con barba y gafas. A la izquierda de la foto, el nombre 'MIGUEL FLORIDO' está escrito verticalmente en letras blancas.

Además, es un tipo de contenido genial para conseguir enlaces y aumentar la autoridad de nuestro proyecto.

→ 11. Congresos online

Uno de los lead magnet más potentes son los Congresos Online.

Lo bueno de este tipo imán de atracción es que permite conseguir una gran cantidad de leads cualificados y a un precio relativamente bajo.

Aquí puedes ver un ejemplo de congreso:



Al igual que en el caso de los webinars, los hay que diferentes tipos: Gratis, pagos, grabados, en directo, automatizados, etc...

Pero también se puede hacer una combinación, es decir, que el acceso a los congresos sea gratuito, pero el replay de pago.

Además, sirve para posteriormente ofrecer productos y/o servicios a un precio superior.

La estructura de tu curso en minutos...

Lleva tus conocimientos a internet y empieza a monetizarlos con claridad Si sientes que tienes mucho que aportar pero no sabes por dónde empezar...

Si ya intentaste crear contenido o lanzar algo digital, pero no has logrado resultados...
O si simplemente sabes que tienes un talento, pero no sabes cómo convertirlo en ingresos reales...

ESTA ES TU OPORTUNIDAD

HÁZ CLICK AQUÍ

➔ 12. Informes o estudios

Los informes o estudios son un recurso utilizado por empresas que quieren crear consciencia sobre un determinado tema.

Para ello muestran estudios donde se analizan diferentes factores acompañados de estadísticas.



The image is a screenshot of a SocialPubli advertisement. At the top left is the SocialPubli logo with the word 'Publicidad' below it. The main text asks '¿Sabes qué red social es más popular entre los influencers?' and states that SocialPubli is presenting the 'estudio global de Influencers' for the second consecutive year. Below this is a large graphic for the 'Estudio Influencers 2022' report, featuring a woman in a yellow shirt and a button to 'DESCARGAR ESTUDIO'. At the bottom, there is a call to action to complete a form to access conclusions and improve marketing strategies, with a 'Descargar' button and the website 'SOCIALPUBLI.COM'.

SocialPubli es una plataforma especializada en ayudar a conectar a anunciantes con influencers, la idea es generar sinergias que beneficien ambas partes.

Uno de sus objetivos es demostrar la efectividad de este tipo de campañas y para ello, publicita un Estudio de Influencers.

➔ 13. Talleres Presenciales

Hasta ahora hemos visto una lista de lead magnets muy completa, pero hay un problema.

Prácticamente todos los ejemplos que hemos visto, son puramente digitales.

¿Y si queremos atraer clientes potenciales a un negocio local? Algo que funciona realmente bien son los talleres.



The image is a promotional graphic for a workshop. It has a blue background. On the left, white and orange text reads: 'Training Intensivo Gratis – PRESENCIAL en valencia u ONLINE (En directo)'. Below this, in white, it says 'DESCUBRE 3 DE LAS ÁREAS DEL MARKETING DIGITAL MÁS DEMANDADAS POR EMPRESAS Y PROFESIONALES'. At the bottom left, it says 'Plazas Limitadas – 100% Práctico'. On the right, there is a video player showing a man with a beard and glasses speaking. Above the video, it says 'Invitación Taller Marketing Digital de Manuel Pineda'. Below the video, there is an orange button that says 'Quiero reservar mi plaza'.

Por ejemplo, en la Escuela Marketing and Web tienen un Máster de Marketing Digital.

Una de las formas con las que atraen clientes potenciales son talleres presenciales y prácticos.

➔ 14. Pruebas y trials

Un problema de los servicios o de los software es que son muy difíciles de poder evaluar si no se prueban inicialmente.

Para solucionar esto, se suele ofrecer periodos de pruebas o trials para que las personas puedan evaluar el producto.



Esto también es aplicable a negocios locales como clínicas, gimnasios, etc.

¿Nunca has visto a un gimnasio ofrecer una semana o un mes de forma totalmente gratuita?

El objetivo es que lo pruebes, quedes satisfecho, y decidas invertir.

→ 15. Cupones y descuentos

Los descuentos son muy utilizados por los ecommerce para conseguir nuevos suscriptores y meterlos en su embudo de ventas.

Estoy seguro que más de una vez has visto un pop up con un descuento del 10-20% si te suscribías a la newsletter.



En este caso, es un ejemplo del ecommerce de Koaj que lo tiene en diferentes partes de la home y un pop up cuando tratas de salir.

➔ 16. Consultas gratis

Las consultas gratuitas también pueden ser muy potentes para conseguir captar clientes potenciales interesados en tus servicios.

Es aplicable prácticamente a cualquier sector, como la odontología, alimentación, médico, etc.

Ahora bien, no te recomiendo ofrecer consultas gratis si detrás no tienes una estrategia para ofrecer productos de pago.

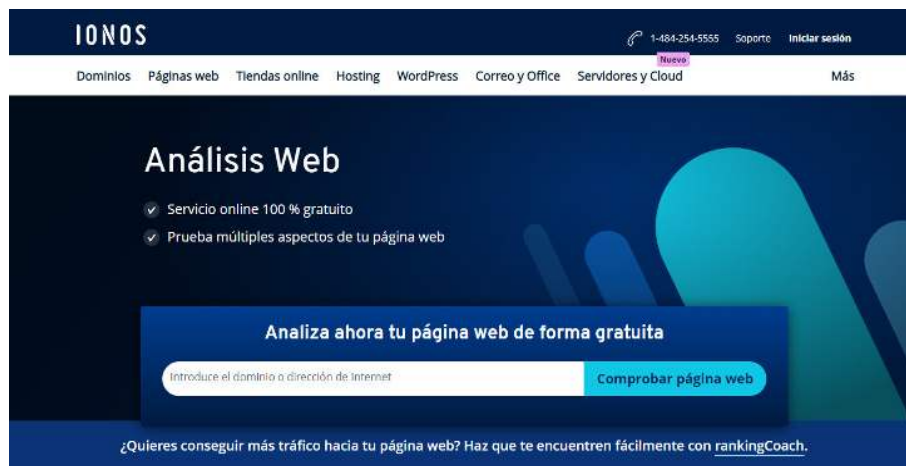


Esto debe de ser la entrada a tu embudo, pero después tendrás que ofrecer recursos de pago, sino, no será rentable.

➔ 17. Auditorías

Otra forma de conseguir nuevos clientes para ofrecerles después tus servicios son las auditorías.

Es un recurso que suele utilizarse cuando empiezas un proyecto.



Ahora bien, cuando tu proyecto tenga un cierto volumen, lo más seguro es que no puedas atender a todas las solicitudes.

En ese caso, te recomiendo cambiar el lead magnet por otro que no te lleve tanto tiempo.

➔ 18. Cuestionarios o test

Si no tienes suficiente tiempo para ofrecer consultorías o auditorías un buen ejemplo de lead magnet son los test o diagnósticos.

El funcionamiento es relativamente sencillo.

Tienes que responder a una serie de preguntas y en función de tu respuesta se diagnostica en qué situación te encuentras.



¿La solución?

Tus productos y/o servicios.

La estructura de tu curso en minutos...

Lleva tus conocimientos a internet y empieza a monetizarlos con claridad Si sientes que tienes mucho que aportar pero no sabes por dónde empezar...

Si ya intentaste crear contenido o lanzar algo digital, pero no has logrado resultados...
O si simplemente sabes que tienes un talento, pero no sabes cómo convertirlo en ingresos reales...

ESTA ES TU OPORTUNIDAD

HÁZ CLICK AQUÍ

➔ 19. Sorteos y concursos

Los sorteos y concursos con un tipo de lead magnet que funcionan genial si se combinan con la publicidad en Instagram.

Este es un ejemplo que hace Haizea de Pedro para promocionar su libro.



Lo bueno de los concursos es que pueden aplicarse a prácticamente cualquier negocio.

Además, funcionan realmente bien para determinadas empresas locales.

Eso sí, recuerda invertir en publicidad si de verdad quieres resultados positivos.

➔ 20. Audios

Muchos de los tipos de lead magnet más efectivos suelen ser en vídeos como Masterclass, Webinars, Training, etc.

Pero, también podrían ser en formato audio en el que se ofrezca contenido de valor.

1 sencillo truco para...

¡Conseguir que **tu embudo de ventas convierta mejor** sin modificarlo y consiguiendo el texto para vender más gracias a tu audiencia!

¿Te imaginas cómo aumentaría tu conversión si tu audiencia te diese el copy de tus paginas web?

¿Si cuando alguien visita una web de tu embudo de ventas ve reflejado exactamente sus propias palabras, sus problemas y esperanzas?

Descubre QUÉ tienes que hacer para disparar y escalar las ventas, con ayuda de tu audiencia.

*Descarga el Audio ¡100% **Gratis!***

Sin trucos. Lógica, sentido común y marketing.

Además recibirás consejos diarios por email para aumentar tus ventas online.

La verdad es que no he probado este tipo de formato, pero habrá que hacerlo para ver qué tal con los resultados.

→ 21. Retos

Los retos por WhatsApp o por Telegram, también pueden ser un buen recurso a tener en cuenta.

Normalmente suelen tener una duración de 7, 15 o 31 días.

Aunque yo te recomiendo que tengan una duración de 7 o máximo 15 días, de lo contrario, iremos perdiendo el engagement con la comunidad.

Lo ideal es ofrecer contenido de valor y de rápida aplicación, así como plantillas y documentos para que los puedan rellenar y enviar.

Hasta ahora hemos visto los tipos de lead magnet más utilizados, pero no son los únicos.

Dependiendo del sector, existen otros tipos de contenidos que pueden ser realmente efectivos para conseguir clientes potenciales cualificados.

Vamos a ver cuáles son.

22. Calculadoras

Las plantillas, al igual que las calculadoras son un tipo de LM realmente efectivo para conseguir clientes potenciales.

Son muy sencillas de utilizar y solucionan un problema en cuestión de minutos.

The screenshot shows a website for 'Sonia Molinas' with a navigation bar. The main heading asks: '¿Quieres lanzar un curso online y quieres saber cuántos suscriptores necesitas para conseguir tus objetivos de facturación?'. Below this, a text block states: 'Te REGALO la calculadora de lanzamientos para que aterrices las cifras y tomes las primeras decisiones con los pies en la tierra.' It lists two input requirements: 'Cuánto quieres facturar con el lanzamiento.' and 'El precio de tu curso online.' It then lists three outputs: 'Cuántos leads necesitas para conseguir tus objetivos de facturación.', 'Cuánto dinero necesitarás invertir para captarlos si eliges', and 'Cuánto dinero necesitarás invertir para captarlos si eliges'. On the right, there are input fields for 'Tu nombre sin apellidos' and 'El email que consultaré cada día', a link to 'Ir a la política de privacidad', a checkbox for 'Acepto la política de privacidad*', and a yellow button labeled 'DESCARGAR CALCULADORA'. A small 'Aviso legal y Cookies' link is at the bottom right.

Este es un ejemplo de una calculadora que te permite calcular el presupuesto máximo que tienes que invertir en Facebook para hacer un lanzamiento de un producto digital.

Yo creo que toda persona querrá saber cuánto es lo máximo que puede invertir para conseguir resultados positivos, ¿no?

23. Kit de herramientas

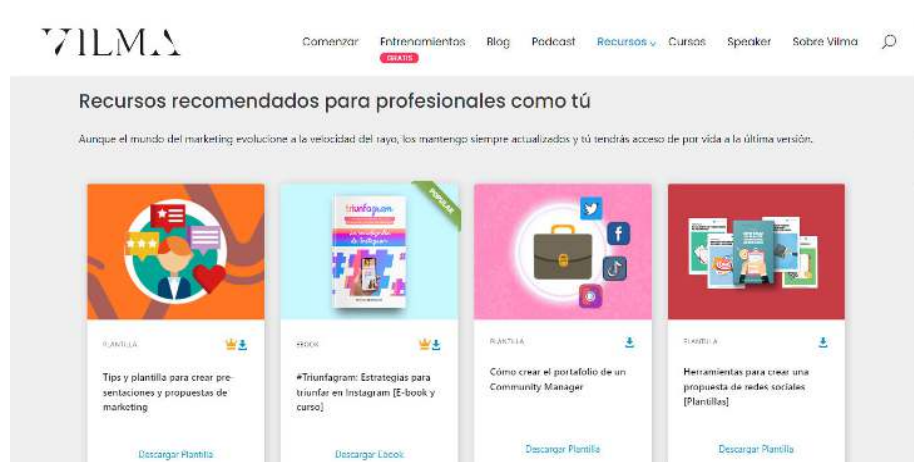
Los kit de herramientas es otro tipo de imán de atracción que vi de moda hace un tiempo.

Ahora no lo suelo ver, de hecho, considero que hay otros recursos más poderosos, pero si quieres probarlo, adelante.

24. Centro de recursos

Aunque no soy muy fan de este tipo de LM, también es una opción que puedes considerar si tienes muchos recursos descargables.

Esta opción por ejemplo, lo utiliza la Academia de Consultores de Vilma Núñez.



Con este tipo de recursos, debo hacer una aclaratoria...

Si una persona ve tantos recursos gratis, estoy seguro de que se los descargará, aunque después no tenga un interés directo en el producto final.

25 .Predicciones

Si estás pensando en que las predicciones tienen que ver con algo del tiempo, estás muy equivocado.

En sectores como el de los deportes o el de invertir en bolsa, las predicciones son un recurso muy codiciado.

Hace tiempo conocía diferentes proyectos que tenían como LM un canal de Telegram en el que a las personas suscritas les mandaba posibles previsiones de partidos.

La estructura de tu curso en minutos...

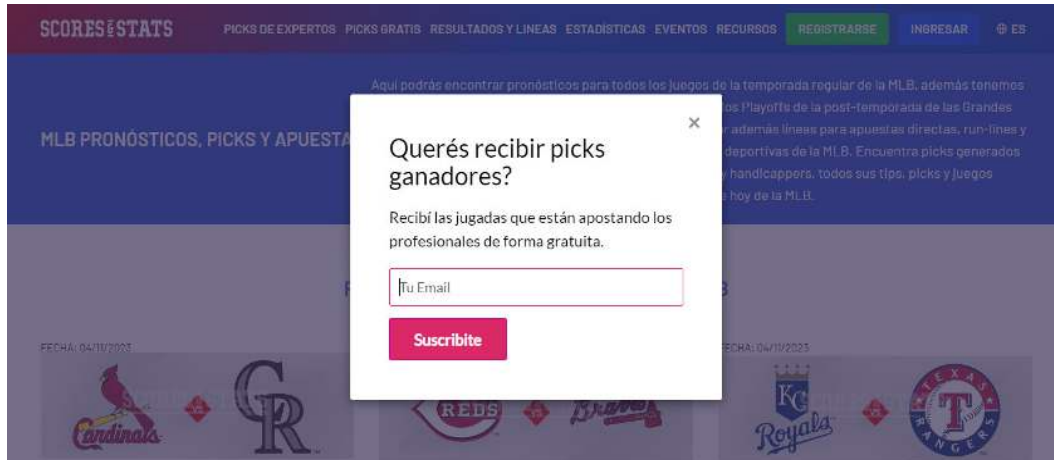
Lleva tus conocimientos a internet y empieza a monetizarlos con claridad Si sientes que tienes mucho que aportar pero no sabes por dónde empezar...

Si ya intentaste crear contenido o lanzar algo digital, pero no has logrado resultados...
O si simplemente sabes que tienes un talento, pero no sabes cómo convertirlo en ingresos reales...

ESTA ES TU OPORTUNIDAD

HÁZ CLICK AQUÍ

Los 30 Lead Magnet más efectivos



Ahora bien, si querían las previsiones al completo, tenían que pagar una suscripción mensual.

26. PDF

Un recurso muy utilizado hoy en día es el Content Upgrade.

Es decir, un contenido adicional que se añade a determinados artículos para conseguir suscriptores cualificados.

Si tienes guías muy completas y largas, y que tienen tráfico orgánico, este tipo de contenido te puede interesar.

The screenshot shows the PICKASO website with a navigation bar. The main content area features a large graphic for the 'GUÍA UA PAID PERFORMANCE PARA APPS 2023'. To the right of the graphic is a form with the following fields:

- ¿Cómo te llamas? *
Nombre y apellidos
- ¿Nos facilitas tu email? *
Email profesional
- ¿En qué empresa trabajas? *
Empresa
- ¿Cuál es tu cargo? *
Cargo

Below the form, there is a note: 'Cuando pulses el siguiente botón, recibirás la guía UA 2023 de PICKASO en tu bandeja de entrada. Revisa, por favor, la carpeta de SPAM / Como No Deseado. Muchas gracias!'. At the bottom of the form is a button labeled 'Descargar guía >'.

Por ejemplo, supongamos que eres dueño de esta guía, sobre cómo aumentar el desempeño del tráfico para apps de una página web o blog de forma detallada.

El problema es que de tan completa de que es, se hace un poco pesada leerla de golpe en el ordenador o móvil.

Lo que debes hacer es convertirla a formato PDF para hacerla más amigable para quien la desee leer...

27. Ofertas especiales

No siempre tenemos que ofrecer un contenido gratuito para conseguir los datos de un cliente potencial.

Si vamos a ofrecer ofertas especiales también podemos utilizar las listas de espera.



Este es el caso de la página web de Fybeca, ellos están ofreciendo descuentos especiales por el mes de la mujer...

28. Descuentos por reserva o compra anticipada

Otro tipo de lead magnet para ecommerce que se utiliza son los descuentos por compra anticipada.

Los 30 Lead Magnet más efectivos

Sobre todo, suelen usarse en determinadas fechas en las que hay ofertas de forma generalizada como en el Blackfriday o rebajas.

También son muy frecuentes en eventos masivos que van liberando entradas por lotes, activando urgencia y escasez al mismo tiempo...



En este caso Hotmart ofrece descuentos para los primeros que compren las entradas a su evento anual llamado Fire Festival.

29. Vista previa gratuita del capítulo de un libro

¿Tienes un libro a la venta y quieres conseguir más clientes?

Una buena forma de conseguir a personas que estén interesadas es enviar el primer o segundo capítulo de forma totalmente gratuita.

Mira este caso de Cintia Castelló.



Un buen libro te hace conectar con el, es como una serie, con cada capítulo deseas devorar el siguiente.

30. Envíos gratis

Los gastos de envío gratis es otro recurso utilizado con frecuencia por los eCommerce.

Normalmente suelen ofrecerse cuando hay una cantidad mínima de compras para que pueda ser rentable.



Es algo valorado de forma positiva por prácticamente todos los usuarios.

31. Guiones o scripts

Las personas somos vagas por naturaleza y si nos pueden dar unas plantillas o scripts predefinidos, vamos a descargarlas.

La estructura de tu curso en minutos...

Lleva tus conocimientos a internet y empieza a monetizarlos con claridad Si sientes que tienes mucho que aportar pero no sabes por dónde empezar...

Si ya intentaste crear contenido o lanzar algo digital, pero no has logrado resultados...
O si simplemente sabes que tienes un talento, pero no sabes cómo convertirlo en ingresos reales...

ESTA ES TU OPORTUNIDAD

HÁZ CLICK AQUÍ

En este caso, es un ejemplo con diferentes scripts de email para cambiar las palabras y enviar.



Ahora bien, tampoco te aconsejo abusar de las plantillas de otras personas, porque al final, la venta tiene que ser personal.

Cada uno tiene que encontrar su propio estilo.

32. Grupos de Facebook, WhatsApp o Telegram

Los grupos de Facebook, WhatsApp o Telegram también se pueden utilizar para crear una comunidad online fiel y potente.

Los 30 Lead Magnet más efectivos

Aquí puedes ver el Grupo de Facebook de Santi Padilla un referente en temas digitales.



En él comparte contenido de valor, pero también sirve como grupo de soporte para las dudas que tengan los diferentes integrantes de esa comunidad digital...

Ahora bien, si decides optar por esta alternativa, te recomiendo que tengas el suficiente tiempo para crear contenido.

De lo contrario, no será efectivo.

Ejemplos de lead magnet para eCommerce

El ejemplo más habitual en el caso de los ecommerce suelen ser los gastos de envío gratis, pero también hay otras alternativas.



Descuentos en el primer pedido

También es bastante habitual entrar en un ecommerce y que te salte un pop up con un porcentaje de descuento en la primera compra.

La idea acá es rentabilizar de la mejor manera posible todas las visitas que lleguen a esa página.

Como en el siguiente caso:

Los 30 Lead Magnet más efectivos



Pero también puede combinarse con otro tipo de alternativas:

- Porcentaje de descuento si se suscriben a la newsletter.
- Pop up cuando se van a cerrar la página con otro tipo de descuento.

→ Club de clientes

Otro de los tipos de lead magnet para tiendas online que estoy viendo de forma habitual son los clubs de clientes.

Es muy sencillo, cuantos más puntos consigas, accederás a una mayor cantidad de descuentos.

Los 30 Lead Magnet más efectivos



Empresas como Singularu o Mango, ya están utilizando este tipo de Clubes.

Además, es una forma de fidelizar y aumentar la recurrencia de compras.

Ejemplos de lead magnet para empresas locales

En el caso de los negocios locales, los LM más habituales suelen ser las consultas, pruebas, talleres e incluso sorteos.



Por ejemplo, una estrategia de Marketing Dental para conseguir nuevos pacientes es ofrecer limpiezas gratis.

De esa forma, después se les puede extraer diferentes productos que formarían parte de una escalera de valor.

Conclusión

Con todos los tipos de lead magnet que vimos, ya no tienes ninguna excusa para crear el tuyo.

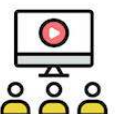
Piensa que este tipo de contenido es esencial para captar clientes potenciales y posteriormente transformarlos en ventas.

Y recuerda, dependiendo del sector, y del tipo del producto, hay una serie de Lead Magnets que son más atractivos y efectivos que otros...

Después de haber compartido contigo todo este contenido, tengo dos cositas más para regalarte.

La primera es una imagen que reúne todos los lead magnets que te explique en el presente ebook..

Los 30 Lead Magnet más efectivos

Tipos de Lead Magnet				
Checklist	Training	Plantillas	Guías	Ebooks
				
Curso Free	Training	Congreso	Informes	C. de Éxito
				
Masterclass	Webinar	Audios	Pruebas	Trials
				
Descuentos	Consultas	Auditoria	Test	Sorteos
				
Talleres	Calculadoras	Tools	Recursos	Predicciones
				
PDF	Transcripción	S. Offers	Reservas	Vista previa
				
Envíos Free	Scripts	Retos	Grupo FB	Telegram
				

La estructura de tu curso en minutos...

Lleva tus conocimientos a internet y empieza a monetizarlos con claridad Si sientes que tienes mucho que aportar pero no sabes por dónde empezar...

Si ya intentaste crear contenido o lanzar algo digital, pero no has logrado resultados...
O si simplemente sabes que tienes un talento, pero no sabes cómo convertirlo en ingresos reales...

ESTA ES TU OPORTUNIDAD

HÁZ CLICK AQUÍ