6 Pasos para crear un Video que Convierta

Experiencia A

6 Pasos para crear un Video que Convierta

PASO # 1: La pregunta del problema

Los primeros cinco segundos son ... ¡todo! Y la introducción está diseñada para hacer una cosa: ¡conseguir que la gente siga mirando! Con eso dicho, eso me pone mucha presión (¡y estoy seguro de que a ti también!)

Entonces, a menos que haya tenido una mañana inusualmente inteligente y haya llegado una brillante "idea", aquí está la fórmula predeterminada con la que comienzo ...

QUIÉN + DOLOR + PREGUNTA

QUIÉN: Esta es tu audiencia. Necesitas encontrar algo por lo que se definan a sí mismos, que los haga únicos sobre cualquier otra persona. (Por ejemplo: Amante de los perros, ciclista, autora, mamá que se queda en casa).

Punto de dolor: Esta es su lucha # 1, dolor o frustración. ¡Esto se responde fácilmente por los resultados de la encuesta que te envían!

Pregunta: Esto simplemente significa que puedes liderar esto con una pregunta. Un ejemplo sería el siguiente ...

"¿Eres un apasionado dueño de perros que está frustrado porque no puedes entrenar a tu cachorro para ir al baño?".

"¿Eres un autor que busca poner tu libro frente a más personas?".

Estas son todas las preguntas a las que el espectador puede decir SÍ a, y si es así, continuará mirando ...

PASO # 2: ¡El Gancho!

Un "gancho" es lo que le dices a tu prospecto perfecto y que a la vez crea curiosidad y deseo en tu lector (o espectador). Es ese elemento único que te diferencia de todos los demás. Como beneficio adicional, sugiero usar un gancho durante los primeros 5 segundos para que obligues a tus espectadores a seguir escuchando.

Una fórmula fantástica para tu gancho es la siguiente:

Promesa + eliminar una Objeción o:

CEROA100 By Experiencia A

"Cómo _____ Sin _____".

Promesa: ¿Qué es eso que quieren? ¿Qué quieren aprender a hacer? ¿Dominar? ¿Experiencia? ¿Tener?

Eliminación de objeciones: ¿Qué creen que les costará? Y aquí no estoy hablando necesariamente de dinero. También puede ser: ¿Tiempo? ¿Esfuerzo? ¿Otro dolor?

Por ejemplo: "Cómo hacer mejores videos de marketing sin equipos costosos o complicados".

... o, "Cómo hacer videos de marketing de aspecto profesional con un presupuesto reducido".

... o, "¿Estás buscando hacer videos de marketing de aspecto profesional sin salirte del presupuesto o perder horas preciosas aprendiendo un software complicado?".

PASO # 3: ¿Quién soy yo?

Después de que los hayas enganchado, es hora de una introducción. El objetivo es crear RAPPORT y establecer credibilidad (¿por qué debería escucharte?). Pero también hay un componente vital más aquí: CONTEXTO.

En esta sección "TÚ" ayudas a decirle a la gente: "¿Por qué estás haciendo este video? ¿Por qué estás haciendo esto?

Aquí está la forma más fácil de hacerlo:

"Hola, soy ____ (NOMBRE) ____, un ___ (TÍTULO DE AUTORIDAD) ____, y después de años de luchar con ____ (PROBLEMA) _____ a mí mismo, finalmente encontré una mejor manera de ___ (RESOLVER PROBLEMA) ____, y hoy te muestro __ (MARKET) ___ en todas partes cómo puedes ___ (SOLUCIÓN) ____ ".

Por lo tanto, puede ir un poco como esto:

"Hola, soy Armando Robles, un empresario como tú, y muchos me han conocido como la persona a la que le pueden preguntar sobre los embudos de venta. Después de años de lucha para atraer constantemente a clientes calificados a mi negocio, finalmente descifré el Código de los embudos, y hoy les muestro a empresarios de todo el mundo cómo pueden atraer a más perso-

nas y generar más ventas con embudos de ventas digitales, incluso ¡si nunca han hecho ni una estrategia de mercadotecnia digital en su vida!

PASO # 4: Lo que tengo

Ahora que saben quién eres, es hora de que el espectador sepa lo que tienes. En el 99% de mis

anuncios de video le estoy pidiendo a mi espectador que dé el primer paso (optar por) de gratuita. Entonces, este paso es simplemente acerca de introducir ese "algo".

Es tan simple como:

Contexto + Lo que tengo

Contexto: ¿Por qué haces esto? ¿Por qué has creado esta información (seminario web, PDF gratuito, video, etc.)?

Lo que tengo: ¡Simplemente introduce lo que tienes!

Debe, podría o no tiene que verse así ...

"Después de trabajar con cientos de empresarios en todo el mundo, descubrí que sólo hay tres ingredientes para que consigas clientes nuevos de manera consistente por internet, sin importar en qué nicho, negocio o país vivas. Y he reunido estos tres ingredientes en un nuevo entrenamiento que puedes ver en este momento, titulado: ¡Cómo generar más prospectos y clientes en automático por internet!.

PASO # 5: ¿Y qué?

Decirle a tus espectadores lo que tienes no es suficiente. Especialmente si se trata de "contenido" o información. ¡¿Y QUÉ?!

Seriamente. ¡¿Y qué?!

La fórmula debe verse como:

Aprende a _____, entonces ESO _____

Por ejemplo: "Aprende a comunicarle correctamente a tus clientes ideales para que te escojan a ti y no a uno de tus competidores".

De uno a tres, “¿y qué?” Es todo lo que necesitas para crear ese ¡DESEO! Entonces estás en el paso final .

PASO # 6: ¡Dame! ¡Dame!

Por último, asegúrate de que esté MUY claro para el espectador cuáles son sus próximos pasos. Si hay un enlace en el que deben hacer clic, di eso. Si necesitan optar por algún lugar, que eso quede claro. No asumas. No lo hagas difícil.

¡Diles EXACTAMENTE qué hacer! Aquí está mi fórmula de 3 pasos de Call to Action que funciona cada vez que ...

Qué hacer + Cómo hacerlo + Qué sucederá a continuación

Con Facebook Video, tu llamado a la acción debe ser tan simple como: "Haz clic en el enlace de la publicación".

By Experiencia A

Aquí hay un ejemplo: "Para ver el entrenamiento, simplemente haz clic en el enlace de esta publicación y envía tu nombre y correo electrónico en la página siguiente. ¡Tan pronto como lo hagas, serás redirigido a una página con el video del entrenamiento! ¡Adelante, haz clic en este enlace ahora y te veré en la próxima página!".

"