Descubre tu Voz Auténtica

RETO VOCES MAGNÉTICAS

1

www.nathalymelendez.com

Hola, soy Nathaly

Cinco años atrás no había comprado ninguna formación o servicio online, si entraba a una página de ventas era por error y salía sin siquiera prestar mucha atención a la comunicación.

Pero, cuando decidí comprar mi primera formación, ya no hubo frase en esa página de ventas, en anuncios interesantes y publicaciones que me interesaran, que no leyera y no una, ni dos o tres veces, perdí la cuenta de las veces que regresé a ella en un lapso de una semana. Pasando de haber invertido 0 dólares en formaciones a comprar mi primera formación online en más de 2400 dólares.

¡Una completa locura!, eso es lo que quizás estás pensando y hace cinco años yo también lo habría hecho.

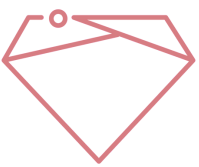
Pero cuando tienes un propósito que te mueve y tienes productos y servicios que de verdad ayudan a las personas, merecen ser comunicados y que todos los que lo necesiten sepan de ellos.

Sin embargo, he visto a tantas emprendedoras y dueñas de negocios más estables que descuidan sus páginas de ventas y toda su comunicación, que ponen todo el esfuerzo en atraer tráfico con publicidad, generar incansablemente contenido en Instagram de tendencia que no conecta y en crear el producto incluso antes de que haya alguien interesado. Olvidándose por completo de la importancia de conectar y ayudar, si de verdad quieren tener ventas.

Y déjame contarte un secreto, una vez que una persona conecta contigo, puede depositar su confianza en ti para que la ayudes y tu producto o servicio le da más de lo que espera, querrá que seas tú quien siempre lo acompañe. Está en ti tener o no las soluciones que necesitan.

Es por eso que en esta guía encontrarás cómo conectar con tu comunidad y con tus clientas soñadas, usando las emociones en tus textos.

Ajústate el pantalón y ten tus mensajes centrales a la mano que es hora de ponerse manos a la obra.



DEFINE LA PERSONALIDAD DE TU MARCA

EJERCICIO 1

Si tu marca fuera una persona, ¿con qué cinco adjetivos o características la describirías? De la misma forma, ¿con qué cinco no la describirías? (Por ejemplo: bromista, tranquila, positiva, alterada...).

DEFINE LA PERSONALIDAD DE TU MARCA

EJERCICIO 2

Si esa persona (que es tu marca) tuviera una estrecha relación con tu cliente ideal, ¿cómo sería? (Por ejemplo: sería su amigo, un vecino, su padre...). 3#

DEFINE LA PERSONALIDAD DE TU MARCA

EJERCICIO 3

Escribe esas expresiones y palabras que serán parte de tu comunicación. Esas con las que te sientes cómoda e identificada.

Sigamos en contacto

nathalymelendez.com