



WEBINAR



DANI TOMÁS

VENDE ONLINE

Cómo enfocar tu negocio para vender online

30/04

16:00 H.

Hola!

Soy Dani Tomás

 @Daniel_TS__

 @Danitomas.vlc

 danitomas.com



Dani Tomás

LA ESCUELA
DE MARKETING ONLINE **.COM**

CAMBIO DE PARADIGMA

75% compra Online

**COVID19 como acelerador
de la sociedad digital**



[Link al informe de Elogia](#) de ABRIL 2020

CAMBIO DE PARADIGMA

ENTREVISTAS | NOTICIAS | 29 ABR 2020

"Estamos ante la verdadera 'revolución digital'"



The New York Times



The Coronavirus
Outbreak >

LIVE

Latest Updates

Maps and Tracker

New Symptom List

Markets

Life & Science

md marketingdirecto.com

Compartir



Digital

03 abril 2020

El móvil se convierte en la segunda pantalla del confinamiento

Los mayores de 55 años incrementan el uso del móvil como segunda pantalla

Durante el confinamiento se ha percibido un incremento del móvil como segunda pantalla, especialmente en mayores de 55 años y durante el mediodía.

Opinión

FUERA DE SERIE

La biología está acelerando la digitalización del mundo

El coronavirus está multiplicando exponencialmente nuestra dependencia de los dispositivos y de las grandes empresas tecnológicas (de Google a Netflix). La revolución está siendo completada por una pandemia.

VIDEOCONFERENCIA



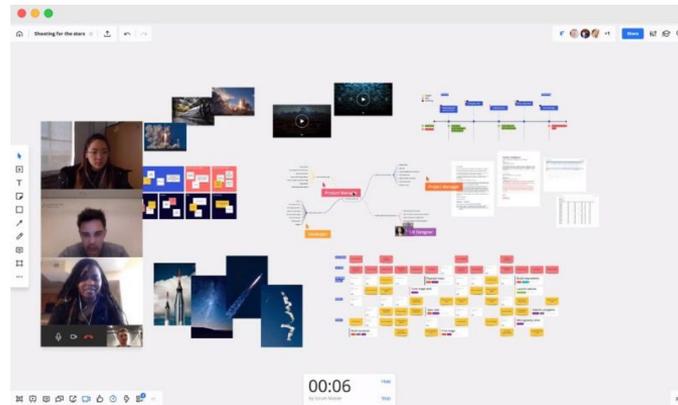
VIDEOCONFERENCIA

NOTICIAS

El uso de la videoconferencia se multiplica por diez en España

FABRICANTES

Óscar Cembrero, de LogMeIn, confirma que GoToMeeting, su herramienta para el desarrollo de reuniones registra un uso sin precedentes por parte de los teletrabajadores desde el inicio del confinamiento



Google



TENDENCIAS | NOTICIAS | 27 ABR 2020

Facebook lanza su propia herramienta de videoconferencia



[Herramientas para Videoconferencia](#) ABRIL 2020

VENTA ONLINE

Impacto del coronavirus en el eCommerce mundial

El 47% de los internautas del mundo pasan más de su tiempo realizando compras online. El porcentaje de internautas en cada grupo de edad que **pasan más tiempo comprando en eCommerce** a nivel mundial durante las últimas semanas se divide en:

- 46% de internautas entre 16 a 24 años
- 53% de usuarios entre los 25 y 34 años
- 50% de los internautas de edades entre 35 y 44 años
- 42% de usuarios entre 45 y 54 años
- 32% de internautas de 55 a 64 años.

De forma general, **los hombres son quienes han incrementado más su tiempo en compras online**: 55% de hombres contra 50% de mujeres en el grupo entre los 25 a 34 años, mientras que el único rango de edad en el que las mujeres pasan más tiempo en compras online en relación con los hombres es el que va de los 55 a los 64 años (33% mujeres contra 30% hombres).

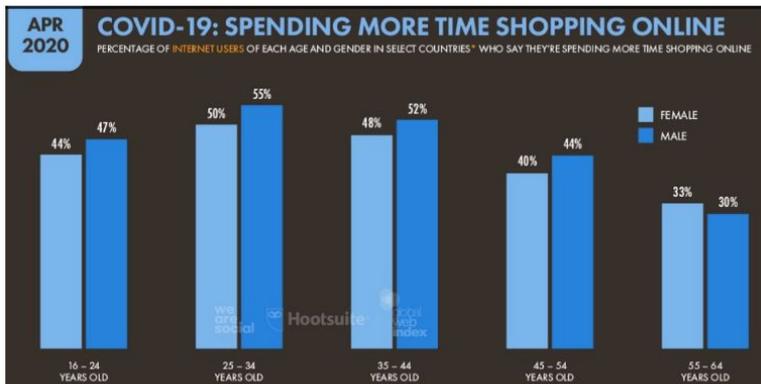


Imagen: We Are Social

El COVID-19 puede impulsar la consolidación del ecommerce en España

Al día 08 ABR 2020

EL PAÍS

ECONOMÍA

MERCADOS MIS FINANZAS VIVIENDA FORMACIÓN MIS DERECHOS NEGOCIOS CINCO DIAS RETINA ÚLTIMAS NOTICIAS

LA CRISIS DEL CORONAVIRUS >

El pequeño comercio busca salidas en Internet ante el impacto del coronavirus

Ante el confinamiento, los comerciantes de barrio abrazan la venta 'online' y soslayan el atasco de los supermercados



JAVIER SALVATIERRA

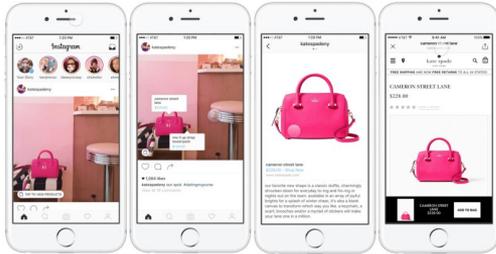
Madrid - 06 ABR 2020 - 00:30 CEST

Debido al cierre de comercios físicos, la compra en tiendas online ha aumentado notablemente. En estos momentos los canales de compra online son cruciales para mantener la normalidad de la actividad comercial y la estabilidad de la economía, además de garantizar puestos de empleo.

[Link al informe completo](#) de ABRIL 2020

VENTA ONLINE

amazon



- Ebooks
- Cursos
- Manuales
- Servicios de suscripción
- Podcasts
- Sitios de miembros
- Material para Oposiciones
- Softwares y servicios en línea (incluyendo SaaS)
- Videoclases
- Templates
- Códigos fuente, Scripts
- Iconos
- Revistas digitalizadas

VENDER ONLINE

Proceso de 3 pasos

1. MARKETING

A  B

2. LANDING PAGE

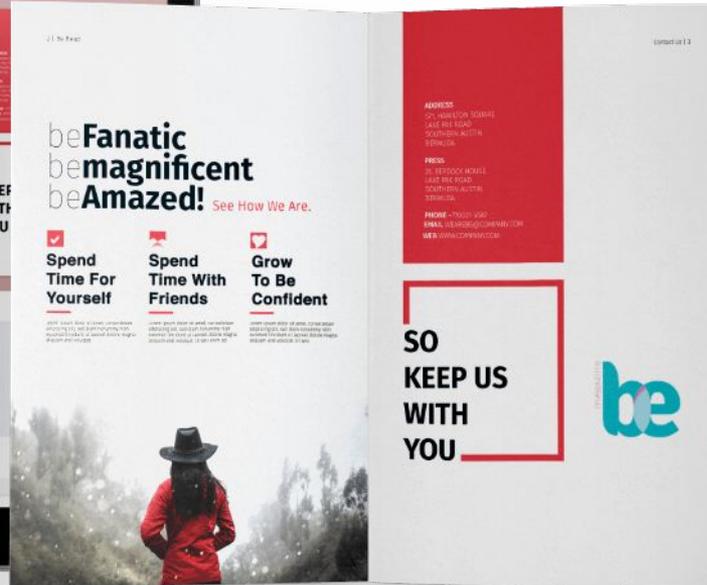
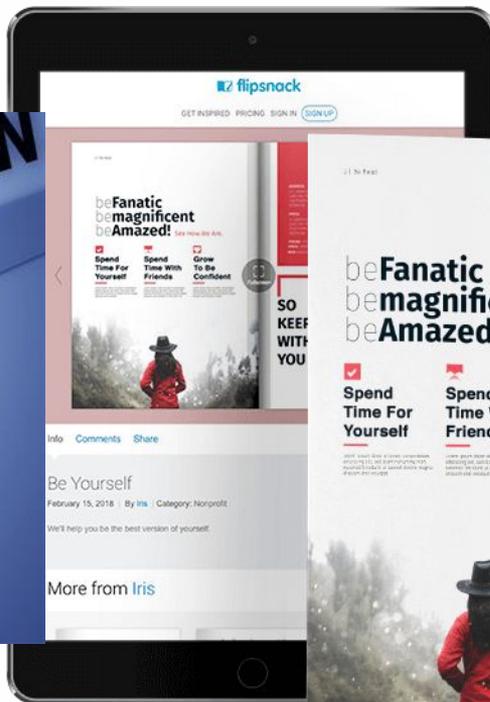
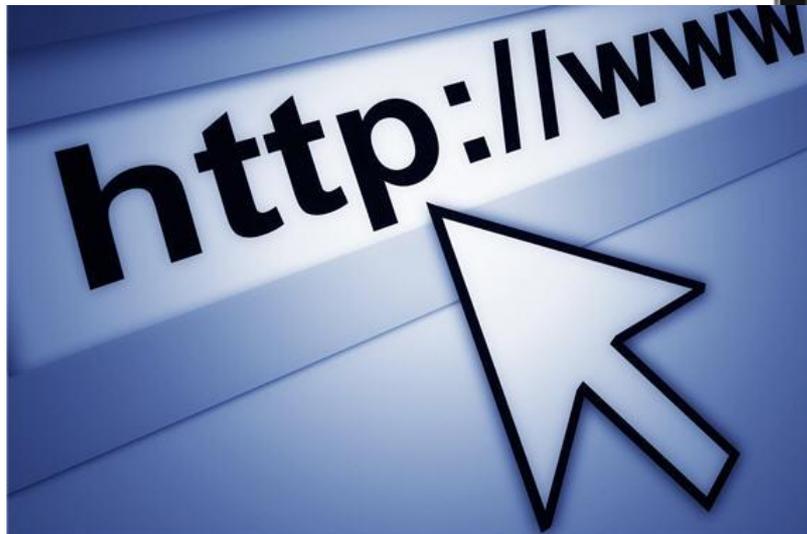
Un **ÚNICO** Objetivo

3. LIFETIME VALUE (LTV)

TODO el valor que
aporta un cliente

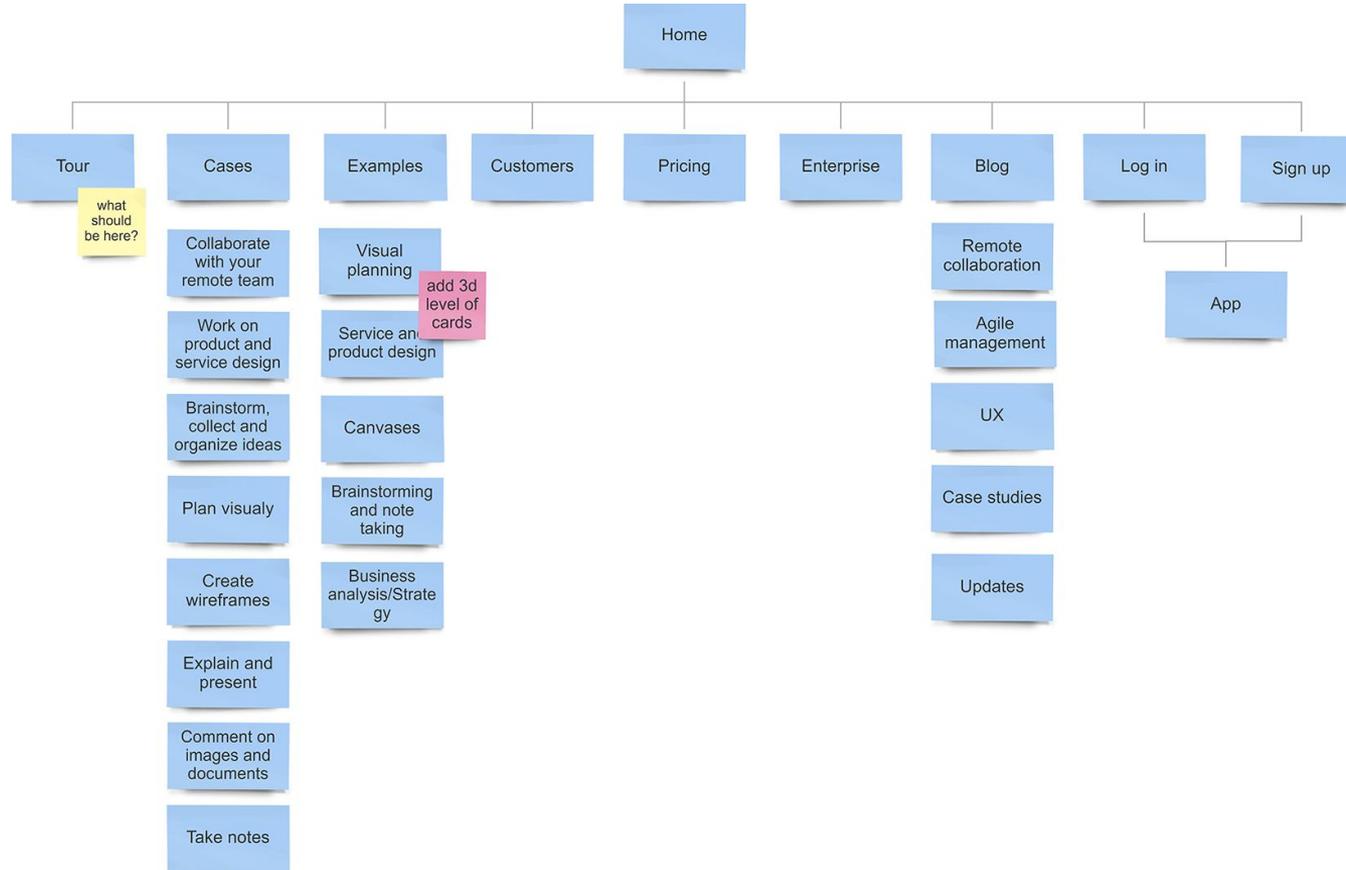
Cuida esa RELACIÓN

LA WEB YA NO SIRVE*



*Siempre puedes usarla como lugar para poner cosas...

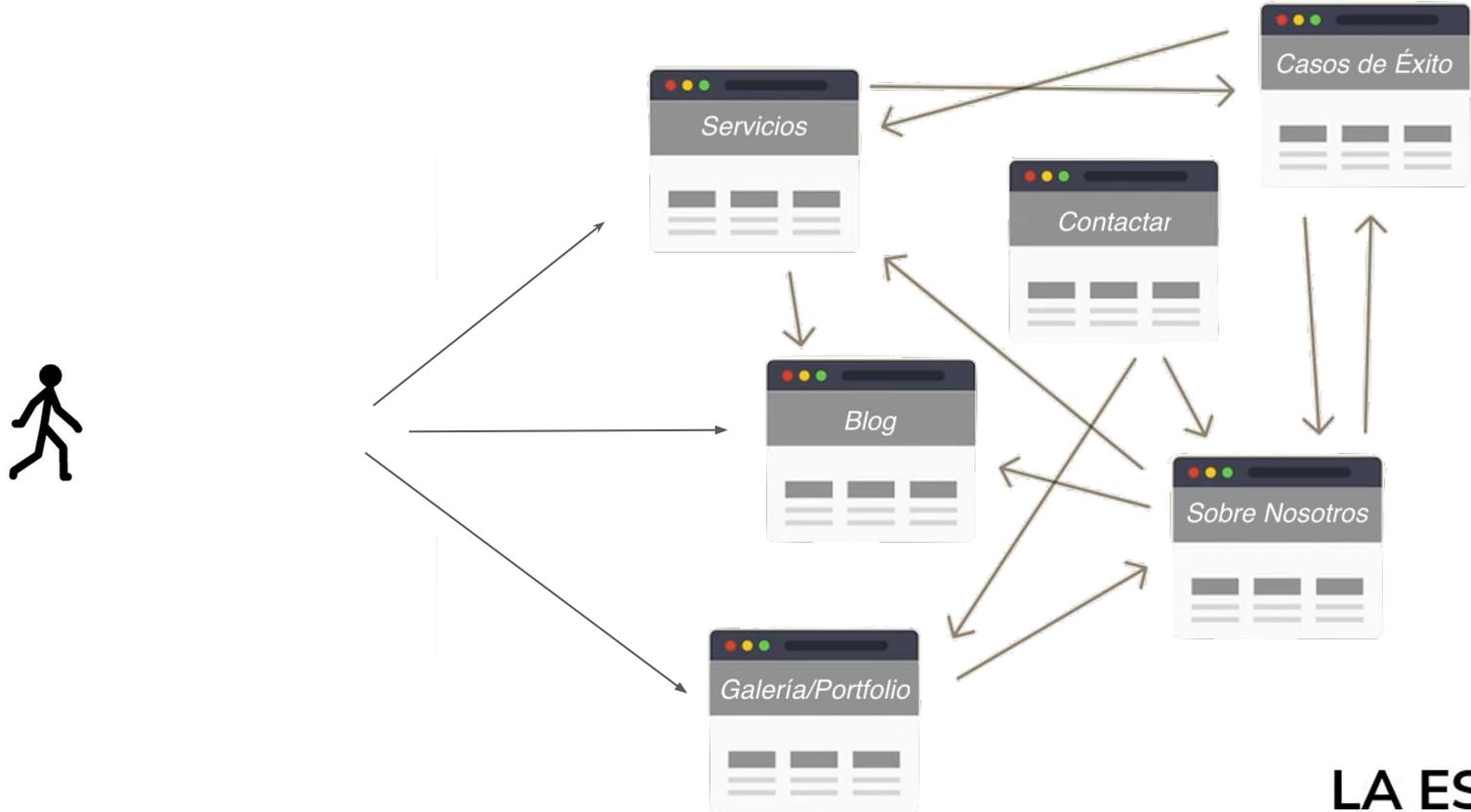
Una web tiene muchas páginas con cosas



La Web almacena tu información para que la vea otra gente



En una web no tienes control



Una mente confundida siempre dirá que NO



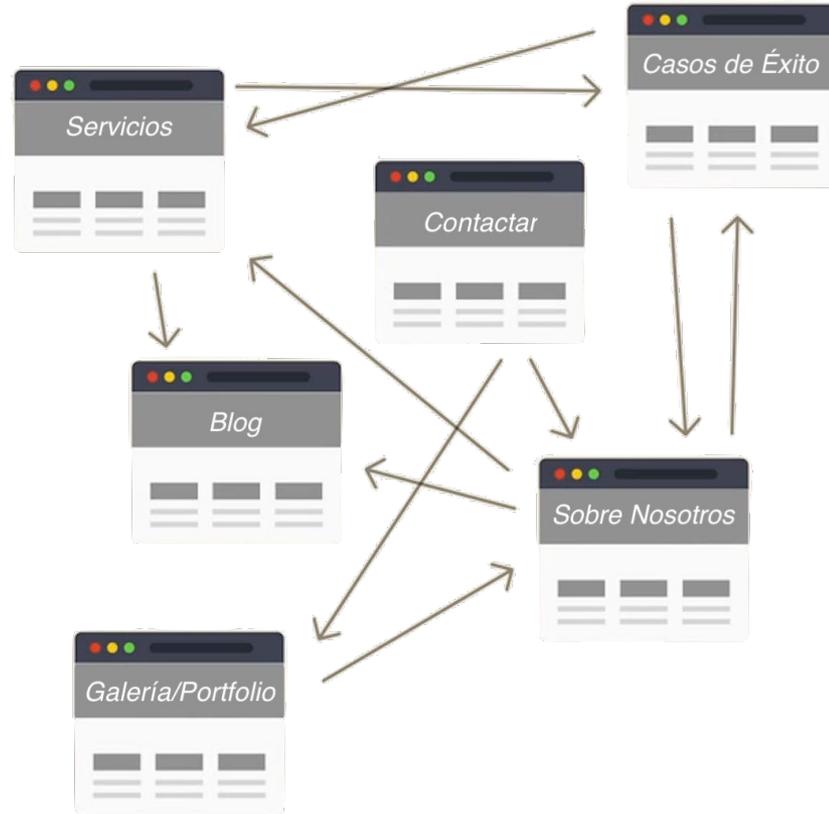
Cuando cambies el paradigma
de la WEB al FUNNEL
todo cambiará
para ti y para tu negocio

Un **FUNNEL** es
una manera simple de organizar el pensamiento:
Guías a la gente para que tome **ACCIÓN**

Pero qué es un FUNNEL ?



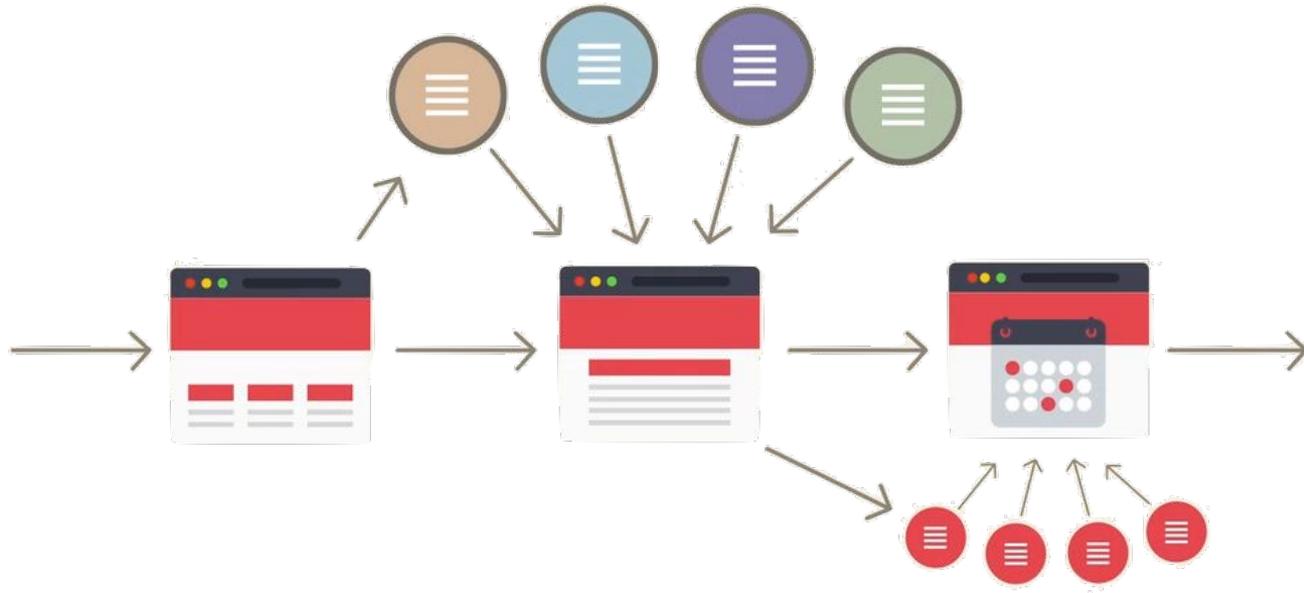
Qué pasa en la WEB



Qué pasa en la WEB



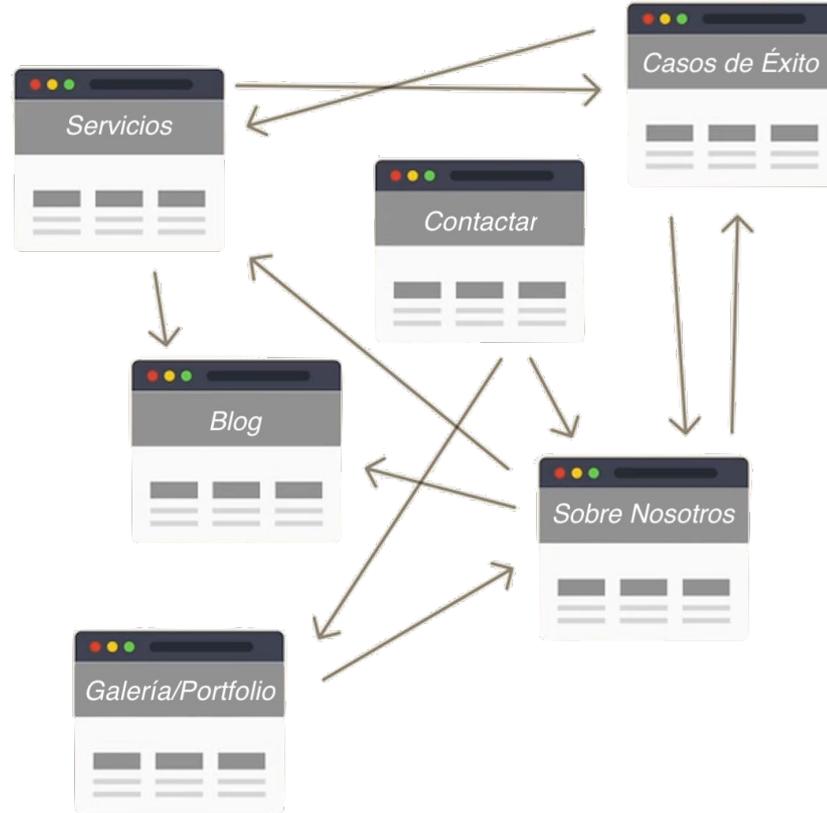
Qué pasa en el FUNNEL



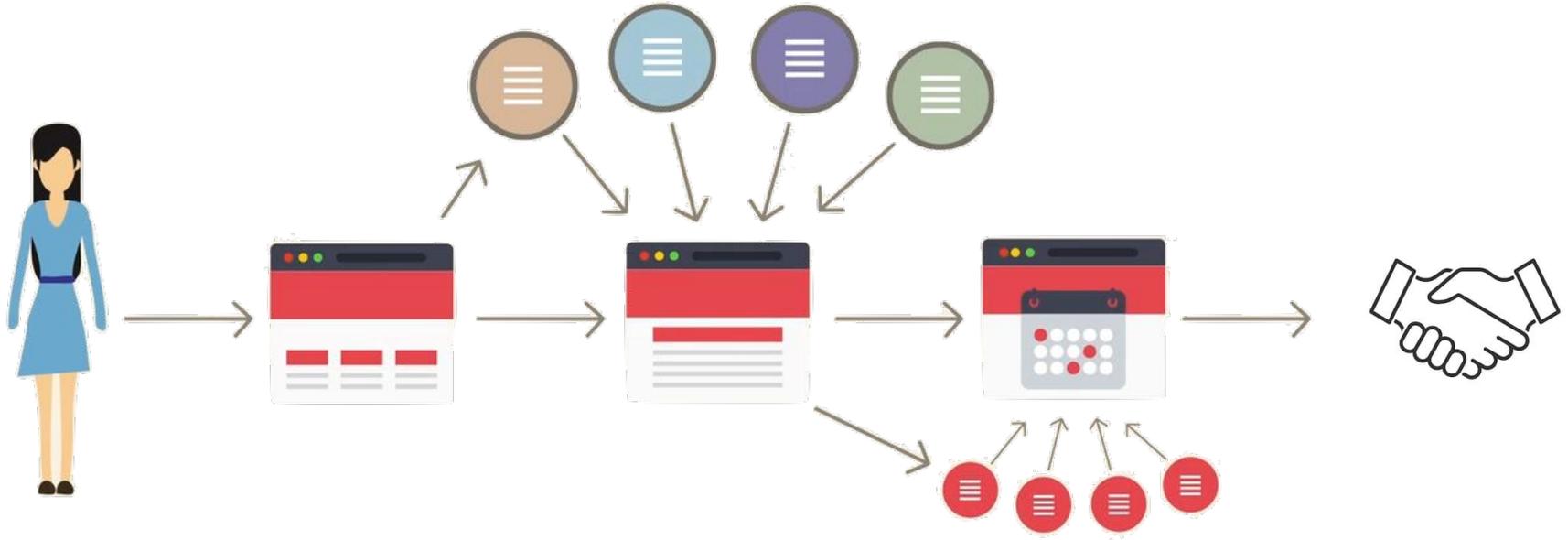
Qué pasa en el FUNNEL



WEB - antes



FUNNEL - ahora



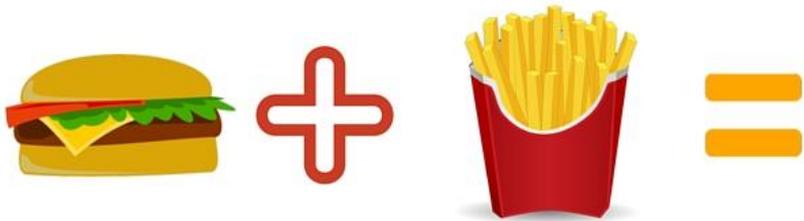
En el FUNNEL

Todo pasa por un motivo

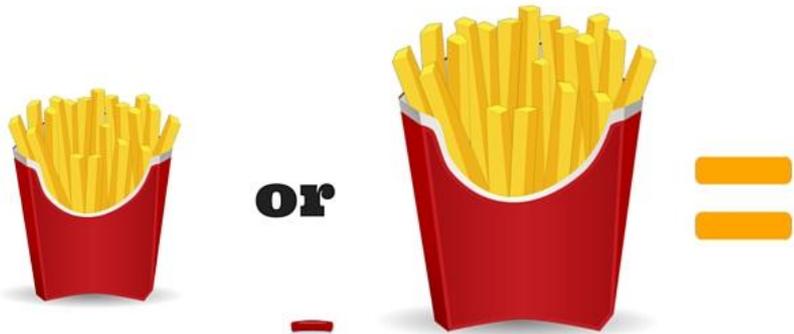
En el FUNNEL

Todo pasa por un motivo

Todo es parte de un **SISTEMA**



Quieres patatas fritas?



Te gustaría que las patatas fritas sean grandes?



Y si le añadimos un refresco y lo hacemos menú?

Toda persona que visita tu web es
porque tiene un **PROBLEMA**

El Funnel ha de tener un **OBJETIVO**

- Captar Leads
- Vender un producto
- Hacer un evento o presentación

Captar Leads

Opt In

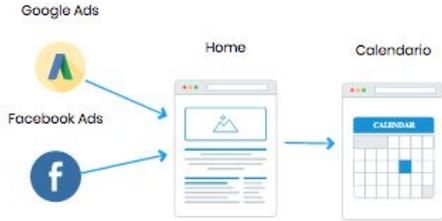
Página de Venta

Calendario



- Negocio Local
- Empresa de Servicios
- ...

Captar Leads - Clínica Dental



Captar Leads - Clínica Dental

CLÍNICA NADAL
ESTÉTICA DENTAL & MEDICINA ESTÉTICA

071 121 770 L - J de 10 a 20h / V de 10 a 18h

Consigue 50% descuento en tu implante dental

Aprovecha La Oportunidad De Tener La Sonrisa De Tus Sueños A Un Precio Irregularable.

Cuando Tengamos Tu Contacto Te Llamaremos Para Concertar Una Visita Gratuita.

*Oferta disponible por tiempo limitado

01

58

53

seg. min. seg. seg. seg.

Nombre

Teléfono

Tu Email

Acepto los términos de privacidad

Sí, Quiero 50% En Mi Implante



NOS PREOCUPAMOS POR TI

Creamos Sonrisas Increíbles

Deja tu sonrisa en las mejores manos de Palma con un equipo amable y cercano que se especializa en su campo y busca ofrecerte los servicios más innovadores.

Los implantes son uno de los servicios más solicitados. Por eso en ello somos los **Especialistas en Palma de Mallorca**.

Además también hacemos blanqueamientos dentales con LED y tratamientos de ortodoncia, invisalign, prótesis, coronas, implantes, cirugía, periodoncia e infinidad de otros tratamientos bucodentales que buscan combinar salud y estética.

Aprovecha El Descuento 50% En Implante Dental Por Tiempo Limitado

Quiero Mi Descuento

Clínica Nadal Palma | Términos y Condiciones
Powered by MAD FUNNELS

CLÍNICA NADAL
ESTÉTICA DENTAL & MEDICINA ESTÉTICA

GRACIAS!

TE LLAMAREMOS EN 24 HORAS

TE VA A QUEDAR UNA SONRISA INCREÍBLE!

Te hemos enviado un email para que confirmes y te podamos enviar el Voucher.
Has de hacer click para poder descargarlo.



PASO 1

Síguenos en Facebook

FACEBOOK



PASO 2

Mira en qué consiste un implante.

LEE EL ARTÍCULO



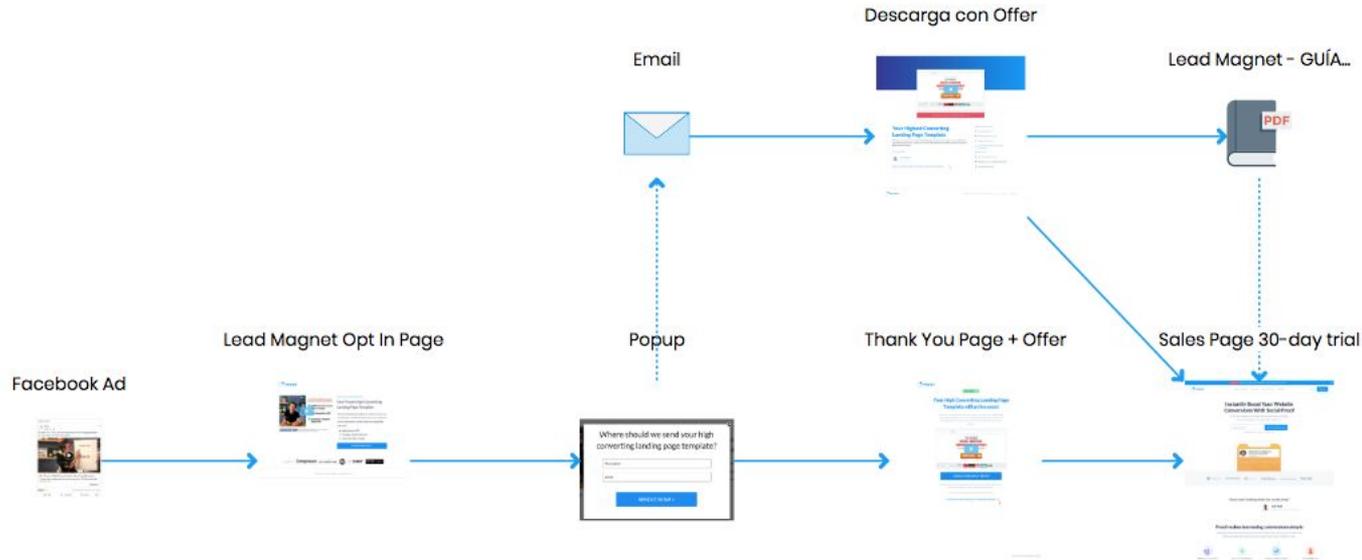
PASO 3

Conócenos

VISITA LA WEB

MAD FUNNELS  

Captar Leads - (con Lead Magnet)



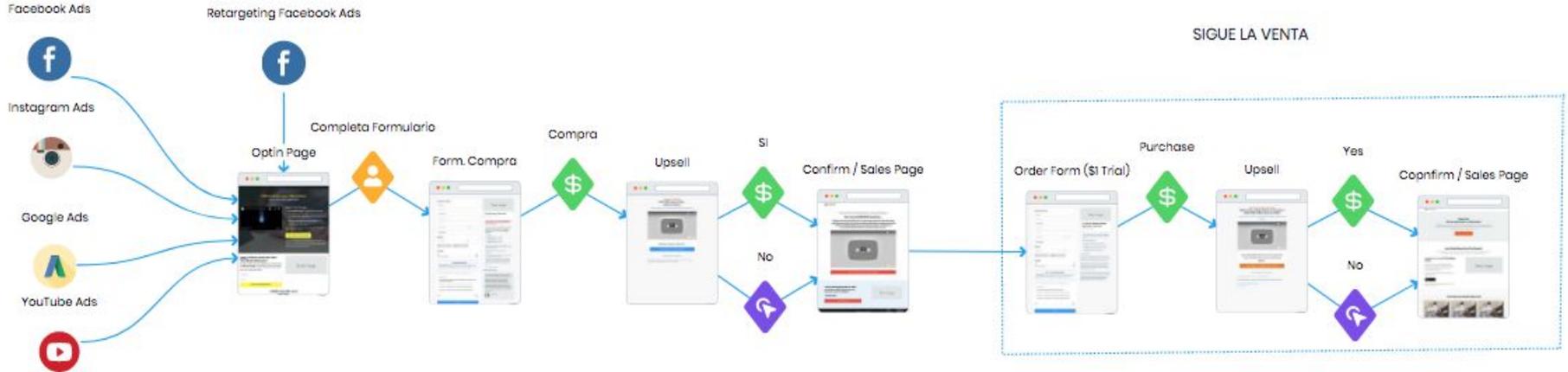
- Saas
- B2B

Captar Compradores



- Lead magnet + producto físico + Upsell

Captar Compradores



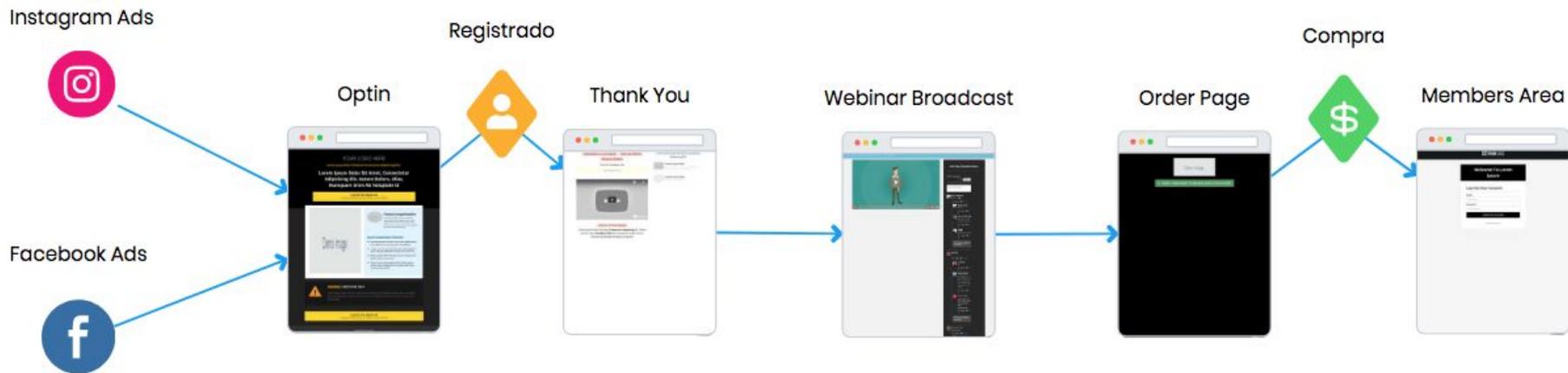
- Libro + Infoproducto + Coaching

Captar Compradores



- Suscripción de Productos de mascotas

Organizar **Eventos** (webinars...)

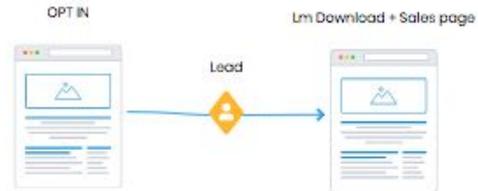


- Webinar + Página de Pedido post webinar

Pero... Un FUNNEL son sólo Páginas?

NO

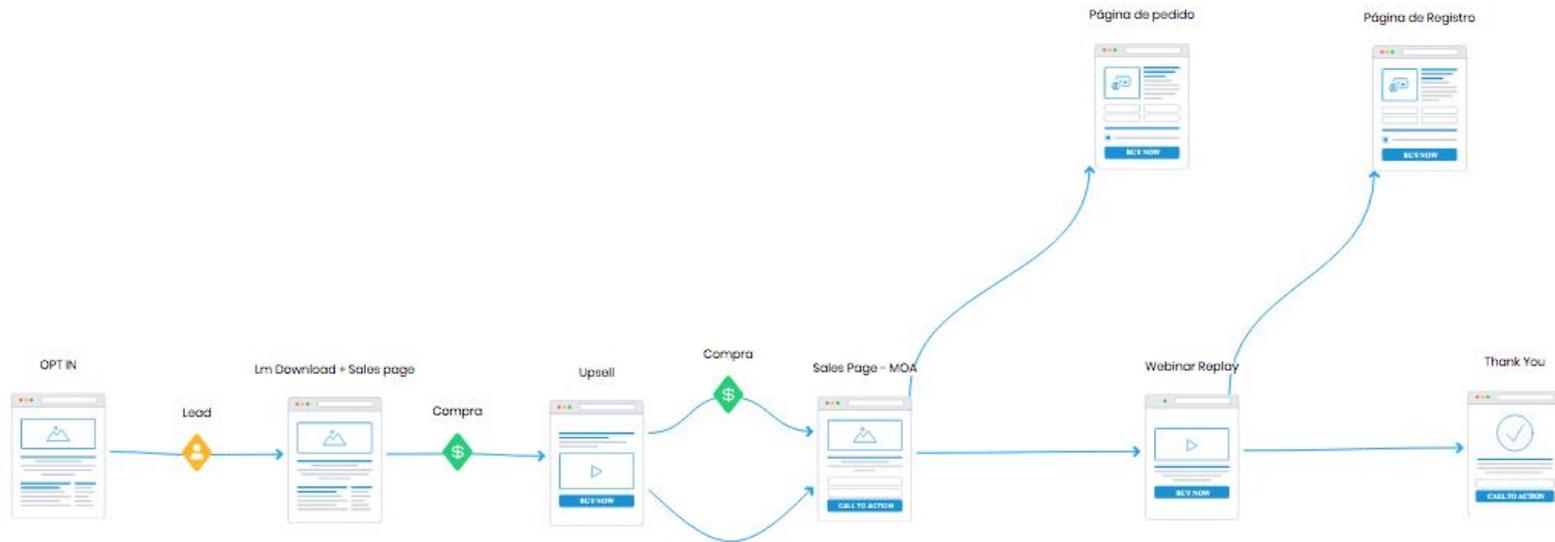
Pero... Un FUNNEL son sólo Páginas?



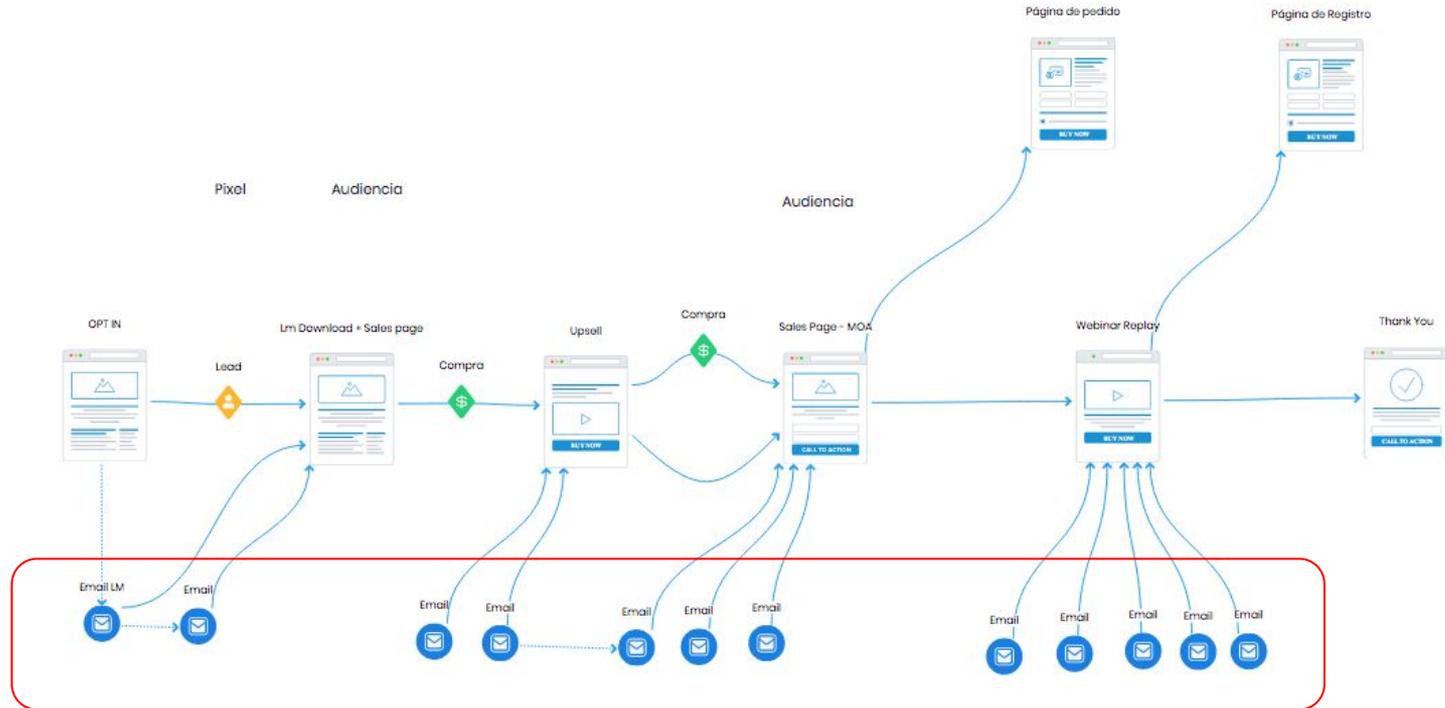
Pero... Un FUNNEL son sólo Páginas?



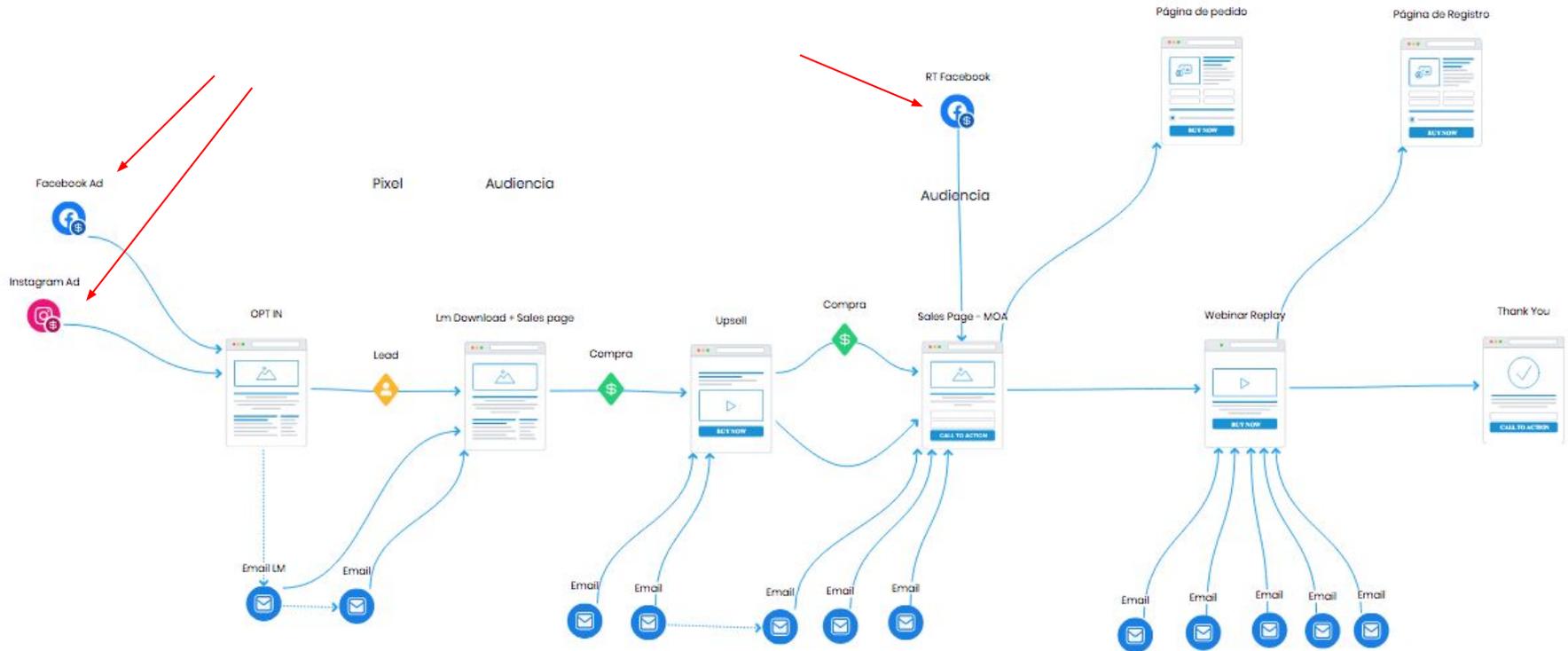
Pero... Un FUNNEL son sólo Páginas?



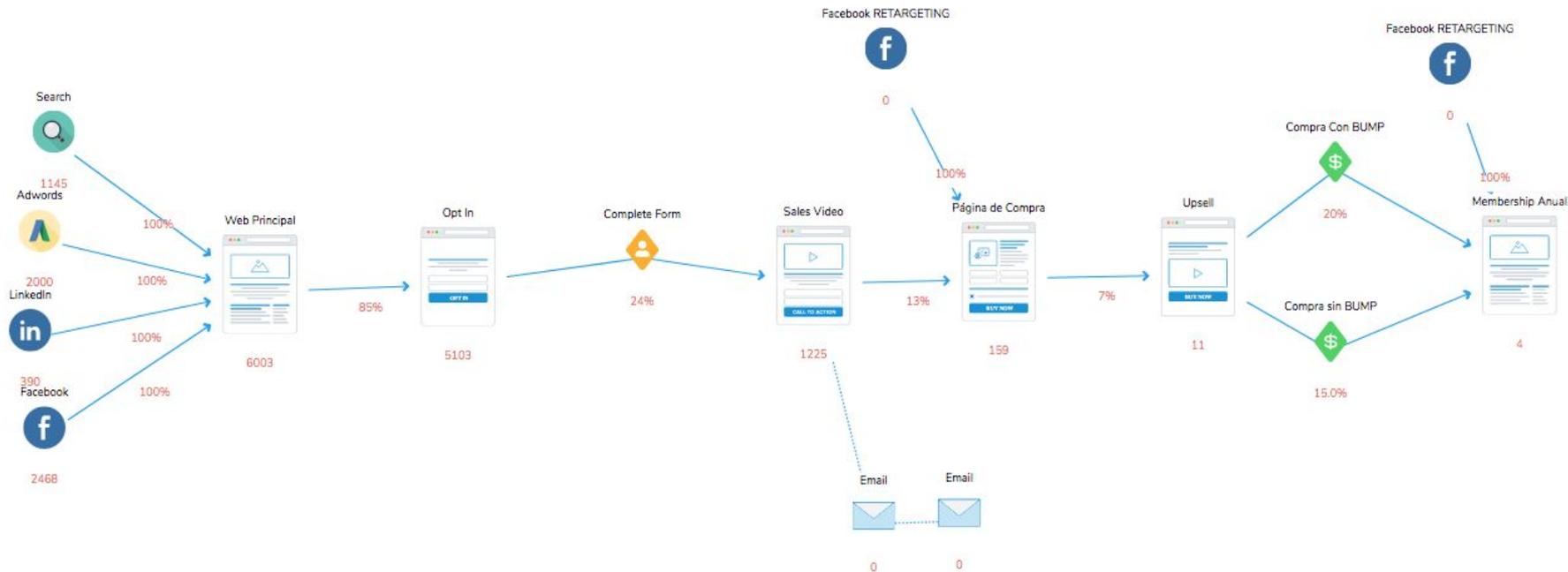
Pero... Un FUNNEL son sólo Páginas?



Pero... Un FUNNEL son sólo Páginas?



Y luego todo se ANALIZA



¿CÓMO VENDO CON UN FUNNEL?



ELEMENTOS

Atención

EL GANCHO



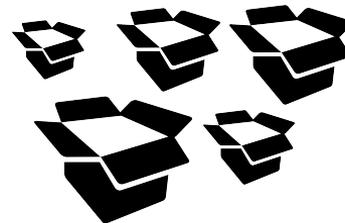
Emoción

LA HISTORIA



Vender algo irresistible

LA OFERTA



Crea tu **OCÉANO AZUL**



La Clave para el Éxito en tu Estrategia

Paso 1

Elige el MERCADO

CLIENTES de un Mercado

CLIENTES de un Mercado

3. FRÍO

CLIENTES de un Mercado

3. FRÍO

~~Problema~~

~~Solución~~

LA ESCUELA
DE MARKETING ONLINE .com

CLIENTES de un Mercado

2. TEMPLADO

3. FRÍO

~~Problema~~

~~Solución~~

CLIENTES de un Mercado

2. **TEMPLADO**

Problema

~~Solución~~

3. **FRÍO**

~~Problema~~

~~Solución~~

CLIENTES de un Mercado

1. HOT

2. TEMPLADO

3. FRÍO

Problema

~~Solución~~

~~Problema~~

~~Solución~~

CLIENTES de un Mercado

1. HOT

Problema

Solución

2. TEMPLADO

Problema

~~Solución~~

3. FRÍO

~~Problema~~

~~Solución~~

CLIENTES de un Mercado

EL Cliente Soñado

1. HOT

Problema

Solución

2. TEMPLADO

Problema

~~Solución~~

3. FRÍO

~~Problema~~

~~Solución~~

CLIENTES de un Mercado

EL Cliente Soñado

1. HOT

Problema

Solución

2. TEMPLADO

Problema

Solución

3. FRÍO

Problema

~~Solución~~

~~Problema~~

~~Solución~~

CLIENTES de un Mercado

EL Cliente Soñado

1. HOT
2. TEMPLADO
3. FRÍO

COMPRADOR

Problema	Solución
----------	----------

Problema	Solución
----------	----------

Problema	Solución
----------	---------------------

Problema	Solución
---------------------	---------------------

El TIEMPO que necesites para
EDUCAR a tu Cliente
es Inversamente Proporcional a
la **RENTABILIDAD** a corto
plazo

VENDER ONLINE

Proceso de 3 pasos

1. MARKETING

A  B

2. LANDING PAGE

Un **ÚNICO** Objetivo

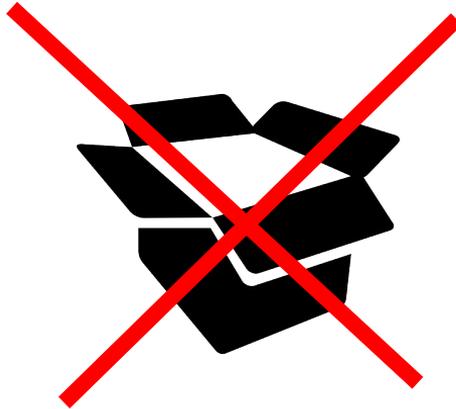
3. LIFETIME VALUE (LTV)

TODO el valor que
aporta un cliente

Cuida esa RELACIÓN

Paso 2

Crea una OFERTA (No un producto)...

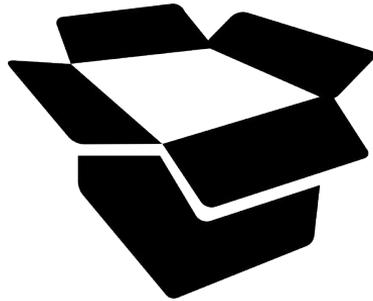


Si no vendes una OFERTA,
tu única opción es competir en PRECIO

DISEÑA una BUENA OFERTA

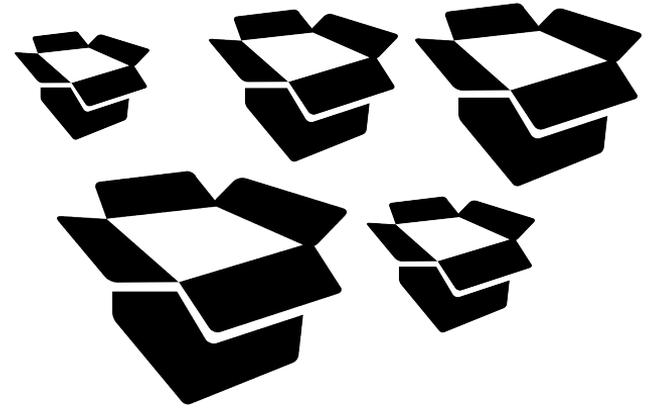
DEJAR de vender Productos o Servicios !

Producto



versus

Oferta



PRECIO no es VALOR

Precio

Lo pone el Vendedor

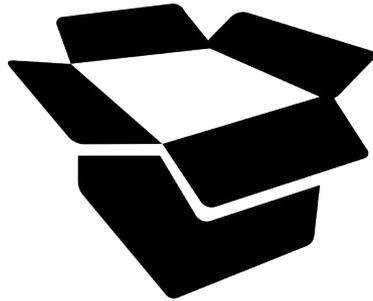
\neq

Valor

Lo pone el Comprador

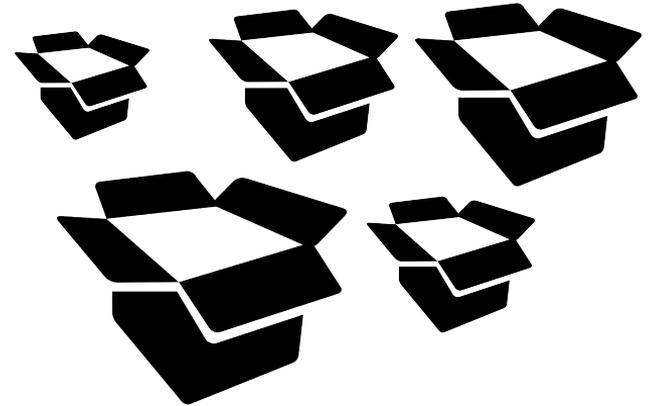
Cómo **NO** competir **BAJANDO LOS PRECIOS**

Producto



versus

Oferta



Precio

Valor

Paso 3

Crea una buena HISTORIA



Amplifica

La Historia



El Valor

La Manera de Contarla
es lo que Genera el
DESEO

Crea tu OCÉANO AZUL

Céntrate en hacer algo diferente, **no mejor**

No puedes simplemente entrar en el **ROJO** y pedir feedback

Hay un MÉTODO

Pregúntate:

¿Quién quiero que sea mi cliente?

LO DECIDO YO

Con mi mensaje

Con mi contexto

- Tan importante es Cualificar como **DES-Cualificar**

GRACIAS!



Soy Dani Tomás

 @Daniel_TS__

 @Danitomas.vlc

 danitomas.com

LA ESCUELA
DE MARKETING ONLINE .COM

Herramientas: (Click para ir a su web)

- [Clickfunnels](#)
- [Active Campaign](#)
- [Funnelytics](#)



Son Links de Afiliado, así que si lo compras yo me llevo una pequeña comisión (en lugar de dar el 100% a la empresa).
Escríbeme y te ofreceré una explicación detallada de cada una de ellas y de cómo las uso, para que no tengas ninguna duda. ;-)