

Este informe llega por gentileza de los editores y especialistas de Continental Market inc.

32 formas para impulsar las ventas en un website

Puedes reenviar o distribuir este documento gratuitamente con la única condición que NO modifiques el contenido del mismo.

Copyright © 2002 Continental Market inc. - publish@continentalmarket.com

En mis comienzos en el e-commerce, lograba tener buena cantidad de visitantes calificados en mi website, pero no estaba logrando vender lo suficiente. La publicidad funcionaba, pero no lograba convertir visitantes en compradores.

Y eso era causa de una terrible carta de ventas! En realidad... no sabía como editarla.

Entonces, comencé a investigar el material de ventas de mi competencia directa... de aquellos exitosos vendedores de la red. Estudié cada párrafo, cada palabra, la psicología empleada, los keywords y los diferentes componentes.

Tomé notas, comparé escritos, leí libros editados por los mejores consejeros de marketing y logré escribir una carta de ventas que en la primer semana me produjo ventas que superaron los \$13.000,-! Realmente, todo un éxito.

Por primera vez en mi carrera, voy a compartir los secretos que aprendí y que actualmente utilizo en mi material de ventas.

Tu website convence a los visitantes para que compren tu producto o servicio?

Si no lo hace, puedes pasar 4 años investigando por tu cuenta (como lo hice yo)...

O puedes leer el artículo y aplicar los conocimientos ya mismo!

32 formas para impulsar las ventas en un website

Es cierto.

Pregúntale a los directivos de Yahoo o America Online. Te dirán que es cierto.

Contacta a los mas exitosos vendedores de la red y todos estarán de acuerdo y te afirmarán, sin preguntas ni dudas que es absolutamente cierto

CUALQUIERA puede ganarse la vida online. Realmente se puede. Pero también es cierto que lleva mucho trabajo y se necesitan ciertos componentes para estar dentro de ese 10% que triunfa con un negocio en Internet.

Una de esas necesidades es un website. Y para el 90% de los negocios online, sus websites no están dando resultados positivos.

Una de las principales razones de esa falla es culpa de las pobres cartas de venta.

Te propongo que leas y utilices estas 32 maneras para mejorar tu material de ventas y convencer a tus visitantes para que adquieran tus productos o servicios.

1. Escribe tu carta de ventas con un individuo en tu mente. Necesitas dirigir tus palabras y frases a una persona determinada. No importa si es tu hermana o tu vecina. Escribe como si le estuvieras hablando directamente a ella. Cuando el potencial cliente lea la carta, parecerá como que está dirigida e él y se sentirá mas identificado.

2. “ilustra” las palabras... en una carta de ventas, relataba como estaba mi auto en la banquina del camino para “ilustrar” la idea que debemos constantemente agregar “el combustible de la publicidad” para mantener un negocio funcionando. La gente adora leer y escuchar historias y experiencias ajenas que le brinden un buen consejo o advertencia. Ilustra una frase o párrafo que enfatice algún beneficio de tu producto. El lector siente que lo comprendes, que te suceden las mismas cosas que a ellos y les provoca seguir leyendo.
3. Crea un “interés” en el lector desde la primera línea. El encabezado de una carta (o de cualquier artículo o informe) debe crear un deseo en el lector que lo impulse a seguir leyendo y que quiera averiguar mas o descubrir de que se trata tal o cual cosa. Medita y crea cuidadosamente el encabezado. Si logras captar la atención del lector en la primer línea, tendrás una carta de ventas ganadora. De lo contrario, habrás perdido al potencial cliente para siempre.
4. Usa el estilo de viñetas o listas numeradas. La gente pasa mucho tiempo leyendo este tipo de listas. La mayoría de las veces, vuelve a leerla hasta 3 veces. Usa las viñetas para mencionar los beneficios de tu producto o servicio o para detallar exactamente lo que incluye tu oferta. Usa suficiente espacio entre un renglón y otro para resaltar aún mas las frases.
5. Utiliza una lista con viñetas inmediatamente. Precisamente después del encabezado y subencabezado, presenta alguna lista con beneficios o un resumen de lo que el lector podrá encontrar o descubrir en el interior de la carta. Dispara tus mejores flechas a los ojos del lector. Esto, acompaña al encabezado para crear ese estado de deseo en el potencial cliente para que quiera seguir leyendo el resto.
6. Ahora, deja fluir las ideas... escribe todo lo que tengas en mente y lo que conozcas sobre tu producto o servicio. Simplemente, escribe sin

parar y sin tener en cuenta la gramática ni la ortografía. Es conveniente hacerlo sobre un papel. Luego tendrás tiempo de editarlo y corregirlo. Te asombrará descubrir toda la información que sale de tus dedos. Escribe absolutamente TODO, luego léelo y agrega lo que te hayas olvidado. Descarta las reiteraciones y agrega mas detalles de cada particularidad.

7. Agrega palabras como “tu”, “tú”, “a ti”, etc. Tus frases deben dirigirse a y para tu cliente, y NO para ti ni para tu producto o empresa. El potencial cliente necesita saber como tu producto puede beneficiarlos y poco les importa lo que tu hayas hecho para crearlo o como construiste u empresa.
8. Escribe de la misma forma que hablas. Olvida todas las reglas de gramática que la profesora te enseñó y escribe en un lenguaje corriente. No sientas temor en romper algunas normas como obviar los signos de apertura “ ¿ “ y “ ¡ ”. Tu carta de ventas no tiene que ser candidata al premio Nobel de literatura, pero SI debe conseguir ventas!
9. Usa párrafos cortos de no mas de 4 oraciones cortas. Las cartas largas dan buenos resultados pero los párrafos largos no funcionan. No temas usar oraciones cortas. Como esta. O esta. Los párrafos cortos mantienen el interés del lector. En cambio los párrafos largos provocan cansancio en la vista y provocan que el lector necesite buscar distraerse fuera de la pantalla.
10. Enfatiza los beneficios, NO las características. Otra vez reitero... los potenciales clientes quieren respuesta a preguntas como: “que hay aquí para mí”, “que va a solucionar en mi vida”, “de que manera el producto o servicio puede beneficiarme”, etc. Por ejemplo, si vendes ruedas para automotores y tienes una gran selección para los diferentes modelos, al potencial cliente no le interesa cuantas ruedas ni cuantos modelos tengas en stock, pero SI le interesa saber cuales son las características que tienen las ruedas

que pueden prevenir accidentes ante una frenada brusca. En este caso, no estás vendiendo ruedas... lo que deberías ofrecer es seguridad para las familias. Concéntrate en los beneficios, NO en las características.

11. mantener al lector interesado. Algunas cartas de ventas parecen ser “manuales instructivos” tratando de explicar como practicar una complicada cirugía médica a mi esposo. Están llenos de palabras y frases tan complicadas que necesito un diccionario para poder comprender el texto. Al menos que estés tratando con una audiencia especial, trata de evitar terminología técnica y palabras inusuales. Es una prioridad mantener un lenguaje sencillo y simple y proveer información que sea fácil de comprender.
12. dirígete a un tipo de público en particular. Cuando terminas tu primer bosquejo, enfócate a una determinada audiencia. Por ejemplo, si estás vendiendo un producto del tipo “trabaje desde su casa”, re-escribe y edita la carta de ventas agregando palabras y frases clave propias de ese tipo de clientes. Lo único que tienes que hacer es incorporar determinadas palabras que el lector inconscientemente asimilará y hará que se sienta mas cómodo e identificado.
13. divide la carta en diferentes secciones e incorpórale un subtítulo a cada sección. Esto es algo que funciona muy bien en todos los escritos de venta. Si una persona perdiera interés en lo que está leyendo la aparición de otro poderoso encabezado puede reincorporarlo a la lectura nuevamente.
14. utiliza sinónimos y metáforas. Los sinónimos son buenos para no ser reiterativo con las palabras y evitar aburrimiento. Las metáforas crean “ilusionismo” y mantienen la mente del lector interesada y entretenida. Por ejemplo: “mas rápido que una bala”, “mas caliente que una brasa”, etc.

15. concéntrate en un solo producto o servicio a la vez. Cada producto o servicio debe tener su propia carta de venta. No trates de vender dos productos en un mismo ofrecimiento porque eso traería confusión en el potencial cliente al momento de tomar la decisión de comprar.
16. Intenta sobresalir pero nunca exageres sobre las virtudes de tu producto o servicio. Hay cientos o miles de personas ofreciendo las mismas cosas que tú en la red. Entonces... como sobresalir o destacarte de la competencia? Tu carta de ventas debe mostrar tu personalidad. Debe ser original y tu producto debe tener algo que lo distinga y lo haga diferente. Tiene que ser un ofrecimiento único e inigualable! Debes demostrar que no conseguirán eso mismo en ninguna otra parte. Si vendes un producto que las personas pueden adquirir en la competencia, simplemente agrégale mas valor, adosándole mas servicios al cliente, mas garantía u otro producto que lo acompañe (a modo de “bonus” o “extra”)
17. sé creíble. “gana \$54.000 en menos de 24 horas!!!” Borra eso ya mismo! No trates a los potenciales clientes como si fueran idiotas ni trates de engañarlos. Sé real. Hay un dicho que dice que cuando a una persona se la reconoce como un “mentiroso”, toda su vida, no será otra cosa que un “mentiroso”. No exageres los números, no hagas promesas que no puedes cumplir y jamás distorsiones la verdad. No hay necesidad de hacerlo... tus ventas se incrementarán igualmente siendo honesto.
18. sé específico. No generalices los datos... es mas aconsejable ser EXACTO. En vez de decir “100 consejos para bajar de peso”, usa “121 consejos para bajar de peso”. Generalizar la información provoca dudas y preguntas que no son convenientes que el potencial comprador se plantee en ese momento... por ejemplo: dudas sobre tu sinceridad o la veracidad de lo que estás ofreciendo.

19. completa los conceptos. Dile al lector todo lo que necesita saber sobre tu producto o servicio. Responde todas sus preguntas y dudas para que puedan considerar la posibilidad de comprar. Piensa en todas esas cosas desde el punto de vista del cliente. Pregúntate a ti mismo: "Por qué no compraría yo este producto?" Agrega a la carta de ventas los datos faltantes y quita todas aquellas frases que pueden confundir al lector.
20. Usa testimonios. Escríbele a los clientes pasados... pregúntales que resultados obtuvieron con tu producto o servicio y utiliza esos comentarios en tu carta de ventas. Previamente, deberías solicitar el permiso de esos clientes para publicar su nombre y su email en la misma. Muchos websites tienen una página especial donde publican TODOS los comentarios de los clientes. El potencial cliente se sentirá mucho mas seguro al conocer la opinión que otras personas tienen de tu producto.
21. usa encabezados o frases "resaltadas" de algún modo, a lo largo de toda la carta. Un encabezado no sirve solamente para el principio del escrito. Un encabezado bien ubicado vuelve a llamar la atención del lector y lo reincorpora mas aún en la lectura. Debes considerar trabajar duro en los encabezados para lograr óptimos resultados.
22. evita hacer preguntas estúpidas. Suelo ver cartas de venta que contienen horrores como: "Quieres ganar 1.000.000,- al año?", "suena estupendo... no?", "Quieres ser tan exitoso como yo?". Evita preguntas que insulten la inteligencia del lector o que los haga sentir inferiores.
23. ofrece un obsequio aunque el lector no compre. Si la persona decide que no va a comprar, entonces necesitarás contactarlo nuevamente para tratar de conseguir la venta en el futuro cercano. Al ofrecerles un obsequio, le solicitas su email para enviárselo. (obviamente debe ser un producto digital que puedas enviárselo por

email). De esta forma, ya tienes su dirección de correo para hacer el seguimiento de ese potencial cliente. Y... por supuesto, si tu regalo es suficientemente bueno, puede impactar al cliente, quien recordará tu producto y estará mas dispuesto a comprar cuando vuelvas a ofrecérselo.

24. usa “bonus” o “extras” para acompañar tu producto. Esta es una de las estrategias mas efectivas en las cartas de venta. Esos extras deben tener relación con el producto principal para poder darle mas valor aún. Un buen ejemplo son los cuchillos “Ginsu”. Cuando se presentan todos los productos que componen el pack de cuchillas y su precio, se le agregan mas cuchillas de diferentes modelos! Y eso es algo que termina de convencer al potencial cliente que ya estaba casi preparado para comprar aún antes que se le presentaran los “extras”. Simplemente asegúrate que el “extra” sea de interés para el cliente y no solo un ítem mas.
25. usa frases de conexión o conjuntivas como: “Pero espera... aún hay mas” o “Y eso no es todo...” Este tipo de frases va llevando al lector de un párrafo al otro. Y sería estupendo que lo próximo que encuentre el lector sea una lista con estilo de viñetas mostrando beneficios o “extras”. La idea es ofrecer, mostrar y resaltar mas y mas beneficios para el lector.
26. siempre incluye una fecha límite para adquirir el producto o adquirirlo a ese precio o con esos “extras”. Esto le incorpora un sentido de “urgencia” en la mente del lector para adquirir el producto o servicio. Puedes decir algo como: “oferta disponible solo por 24 horas” o “hasta agotar stock – solo 10 ítem disponibles” o “promoción exclusiva para suscriptores válida hasta 08/08/02”. Las fecha límite son altamente efectivas, especialmente para terminar de convencer al lector. Debe ir al final del documento, justo antes del botón o comando para comprar.

27. explícales exactamente de que forma comprar. Aclárale como se hará el proceso. Muéstrales los diferentes métodos de pago (tarjetas de crédito, cheques, giro de dinero, contra-reembolso, depósito bancario, etc). Garantiza la seguridad de los datos y la transacción. Aclara todas sus dudas y explícales como recibirán el producto.
28. explica cuando y como el producto será enviado. Dependiendo de la opción de pago elegida por el comprador, cuanto tardará la orden de compra en ser procesada. Informa también que si el comprador paga en otra forma que no sea tarjeta de crédito, la orden tardará determinada cantidad de horas o días. Detalla de que forma pueden hacer los reclamos o consultas.
29. ofrece la devolución del dinero como garantía. Es aconsejable que se mencione que esa garantía estará disponible por 30 o 60 días. En la mayoría de los países esto es una ley comercial: devolver el dinero si el producto no llega o llega en mal estado a las manos del comprador. Debes mencionar en tu carta de ventas que la compra del producto o servicio tiene CERO RIESGO para el comprador.
30. dar instrucciones precisas para que el potencial cliente actúe de inmediato. Debes escribir alguna frase que le “ordene” al lector actuar ya mismo. Por ejemplo: “Clic aquí para hacer el pedido ya mismo” o “actúe ya mismo, compre aquí” o “No espere mas, obtenga XXX en este momento!”. Has visto algún comercial de TV donde no te sugieran “comprar ya mismo”?
31. Incluye una POSDATA (PD). El lector siempre las lee y mas aún cuando llegó a este punto de la carta de venta. Sucede en otros casos, que un lector que está por la mitad del escrito, se adelanta y va directamente al final del documento para ver lo que tienes que decir. Una PD es el lugar perfecto para resumir lo que has mencionado a lo largo de la carta de venta. Enumera brevemente lo

que el potencial cliente va a adquirir, los “extras” y los principales beneficios del producto o servicio.

32. Incluye una segunda POSDATA (PD. # 2). Si leyeron la primera, leerán esta segunda PD. Aquí deberías mencionar nuevamente que la compra tiene CERO RIESGO para él. Y algún otro beneficio o algo que quisieras resaltar como por ejemplo la fecha límite de compra o el remanente disponible.

Si utilizas estos 32 consejos en tu carta de ventas, te GARANTIZO los mejores resultados. Tus ventas aumentarán considerablemente, siempre y cuando emplees a todos ellos.

Si estos consejos te resultan interesantes y beneficiosos, definitivamente encontrarás muchos mas trucos y sugerencias de este tipo cuando te suscribes a nuestro BOLETÍN SEMANAL GRATUITO:

Consejos, trucos, sugerencias, estrategias de Marketing, técnicas de venta, planificación de negocios, tutoriales, informes y e-books GRATIS.

[Suscríbete YA](#) mismo y recibirás otros e-books y artículos de interés para emprender tu propio proyecto en Internet o mejorar los resultados en tu negocio existente!

[Clic AQUÍ.](#)

Un cordial saludo y mis mejores deseos para tus proyectos,

[Celia B. Savaris](#)

Lic. En Marketing y e-Commerce

Pres. de [Continental Market inc.](#)

Miami Beach – México – Buenos Aires