

¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet?

Escrito por Alvaro Mendoza

Sábado, 20 de Diciembre de 2008 22:34 - Última actualización Miércoles, 20 de Enero de 2010 14:38

¿Qué diferencia existe entre una empresa exitosa en Internet y una que fracasa o está a punto de fracasar?

¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet?

Por: Álvaro Mendoza V. (*)

MercadeoGlobal.com

Lo que intento plasmar en este artículo es quizás una de aquellas cosas que requieren su máxima atención, pues aquí le contaré algo que no todo el mundo sabe o quiere contarle.

Así que léalo, reléalo, imprímalo, analícelo y cáptelo en toda su dimensión.

Empecemos...

Quiero que imagine su negocio como si fuera un edificio. En cada piso usted tiene una oficina (buscadores, promociones, boletín, alianzas estratégicas, ventas, autorespondedores, etc.) y sin duda usted quiere que este edificio sea lo más grande y sólido posible, que le genere dinero y que sea a prueba de toda calamidad.

¿Cierto?

Usando la analogía del edificio, usted sabrá que para que este edificio sea sólido, alto y robusto deberá tener unos cimientos, estructuras y bases sólidas. De lo contrario, el edificio no podrá crecer y se podrá desplomar en cualquier momento.

¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet?

Escrito por Alvaro Mendoza

Sábado, 20 de Diciembre de 2008 22:34 - Última actualización Miércoles, 20 de Enero de 2010 14:38

Un edificio sin **FUNDAMENTOS**, sin bases sólidas no podrá soportar el peso y se desplomará tarde que temprano.

Refuerde que estoy usando el edificio como analogía de lo que debe ser su negocio en Internet. Entre más grande, fuerte y sólido usted quiera que sea, más PROFUNDAS y fuertes deben ser las bases.

Siguiendo este orden de ideas, ¿sabe usted cuales son las bases o cimientos de un negocio en Internet?

Las bases y los fundamentos de su negocio en Internet está representada por el EMAIL MARKETING. Sí, así como lo lee, el EMAIL MARKETING.

Sin él, es **imposible** (o se hace más difícil) hacer negocios en Internet. Es necesario tener algún tipo de email marketing para que su negocio crezca de una forma sólida, consistente y fuerte.

El email marketing son las bases que sostendrán su negocio. Si tiene bases sólidas, su edificio (negocio) crecerá y se sostendrá. Sin bases sólidas no podrá hacerlo crecer y por tanto los resultados económicos de su negocio no alcanzarán su máximo potencial.

¿La mala noticia? POCOS negocios "online" hacen uso del email marketing o si lo hacen, no lo hacen de forma efectiva.

¿La buena noticia? Usted acaba de enterarse de la clave de los negocios en Internet.

Repita las siguientes premisas:

¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet?

Escrito por Alvaro Mendoza

Sábado, 20 de Diciembre de 2008 22:34 - Última actualización Miércoles, 20 de Enero de 2010 14:38

- NADA, absolutamente NADA se acerca al poder del email.
- El email marketing es la fundación de su negocio.
- El dinero está en sus listas.

De allí la importancia de las listas (de suscriptores a su boletín, de clientes, de clientes potenciales, de socios, de aliados, etc.).

Métase lo siguiente a la cabeza: todo lo que usted haga en Internet debe estar enfocado en construir su negocio y nada se acerca al poder de una buena lista. Por lo tanto, aprenda a usarla.

Recapitulando: el email marketing es la base, el sustento de su negocio. No importa en que tipo de negocio esté usted. Todo lo que usted haga en Internet debe ayudar a construir su lista (sus listas). Todo gira alrededor del email marketing.

Entre más profundas sean las bases de su negocio (edificio), más alto podrá construirlo. Si quiere que su negocio crezca, debe tener unas bases **PROFUNDAS**.

Si ha leído con detenimiento hasta el momento, ya sabrá la respuesta a la siguiente pregunta: ¿Qué cree usted que es lo más importante para su negocio en Internet?

- ¿El producto?
- ¿El diseño de su sitio web?
- ¿Los contenidos?
- ¿El posicionamiento en los motores de búsqueda?

Respuesta: NINGUNO DE LOS ANTERIORES.

Lo más importante para su negocio en Internet es SU LISTA. (sus listas).

¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet?

Escrito por Alvaro Mendoza

Sábado, 20 de Diciembre de 2008 22:34 - Última actualización Miércoles, 20 de Enero de 2010 14:38

Tenga la seguridad que:

- No importa qué tan bueno sea su producto o servicio.
- No importa qué tan bonito sea su sitio web.
- No importa si tiene los mejores contenidos de la Red.
- No importa qué posición ocupe en los buscadores.

Todo esto **no tiene valor** si usted no tiene a quien vender sus productos y una forma de hacerle seguimiento a sus clientes potenciales (sus suscriptores).

De esta forma, en Internet el activo más valioso reside en **SU LISTA**, o dicho de otra forma: **SUS SUSCRIPTORES**

. Sin sus listas, sin suscriptores, usted no tiene nada.

Sigamos... que aún no termino. :-)

Si en este punto usted ya coincide conmigo que el email marketing es la base o cimiento de su negocio y si aceptamos la analogía del edificio, sabemos que para que el edificio (negocio) sea lo más grande y próspero posible, deberá tener bases **PROFUNDAS**.

Veamos qué entiendo yo por **PRO-FUN-D-AS** y por qué estoy separando las palabras con guiones.

¿Recuerda sus épocas escolares en donde tenía que memorizar datos y usted hacia uso de recursos nemotécnicos como ayuda en memorizar las lecciones?

Por lo menos en mi caso, cuando tuve que aprender en química la famosa tabla periódica de los elementos, la mejor forma de aprendermela fue haciendo uso de técnicas nemotécnicas. Quizás a usted le ocurrió lo mismo.

¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet?

Escrito por Alvaro Mendoza

Sábado, 20 de Diciembre de 2008 22:34 - Última actualización Miércoles, 20 de Enero de 2010 14:38

Pues bien, lo mismo quiero lograr dividiendo la palabra **PROFUNDAS** en **PRO-FUN-D-AS**, para que nunca se le olvide en que consisten las bases profundas del email marketing, es decir las características que deben tener sus LISTAS.

PRO: deben ser **pro**activas

FUN: deben **funcionar**, es decir, deben ser efectivas y rentables.

D: deben ser **diversas** (múltiples listas)

AS: deben ser altamente segmentadas

por lo tanto, **PRO-FUN-D-AS**.

¿Interesante, no?

Voy a profundizar en cada una de ellas, empezando por la **D**.

DIVERSAS

Lo primero que debe aprender es que debe construir varias listas. Con una, **no basta**. Debe construir LISTAS en plural. Y aquí voy a dejar a más de un editor de boletines electrónicos literalmente "boqui-abiertos".

¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet?

Escrito por Alvaro Mendoza

Sábado, 20 de Diciembre de 2008 22:34 - Última actualización Miércoles, 20 de Enero de 2010 14:38

¿Por qué? porque es erróneo pensar que la única forma de hacer marketing a través del email son los boletines de correo electrónico (por suscripción voluntaria). Los boletines electrónicos son tan solo "la punta del iceberg" del email marketing.

En mi caso particular, manejo alrededor de 40-50 listas, de las cuales tan solo 3 son boletines. Edito el boletín de MercadeoGlobal.com, el de MercadeoEnInternet.com, el de BoletinesElectronicos.com y adicionalmente tengo entre 37-47 listas adicionales, cada una con un propósito específico.

A esto me refiero con diversidad. Empiece a pensar en términos de LISTAS (plural), sublistas, familia de listas...

¡Ah! antes de seguir, me gustaría dejar en claro que TODAS las listas a las que me refiero son listas por SUSCRIPCIÓN VOLUNTARIA, pues si me conoce ya sabrá que soy enemigo número UNO del correo electrónico no solicitado (s-p*a-m).

Por lo tanto, si pensaba que a las listas a las que me refiero son aquellas que venden en esos CD's con UN MILLÓN de emails, se equivoca.

Habiendo dejado esto en claro, sigamos con la siguiente parte de las bases PRO-FUN-D-AS: **FUN**, es decir, listas que funcionen, que sean efectivas, que sean rentables.

Para que una lista sea efectiva, es decir rentable, debe tener la capacidad de convertir a sus suscriptores (clientes potenciales) en compradores de sus productos y servicios. De lo contrario, ¿para qué tener una lista?

¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet?

Escrito por Alvaro Mendoza

Sábado, 20 de Diciembre de 2008 22:34 - Última actualización Miércoles, 20 de Enero de 2010 14:38

Para que una lista sea efectiva, usted debe lograr establecer relaciones duraderas y mutuamente beneficiosas con sus lectores.

Deberá educar a sus lectores. Deberá suministrarles información de ALTA CALIDAD, pues a diferencia de lo que muchos piensan, el email marketing NO CONSISTE en "bombardear" con mensajes comerciales a sus prospectos. El email marketing va mucho más allá de buscar una sola transacción comercial de sus lectores.

El email marketing le permite establecer la confianza y la credibilidad que usted debe tener para que sus futuros clientes le compren una y otra vez. De allí la importancia que usted le dé al VALOR de un cliente durante el tiempo.

Alguna vez escuché en una conferencia que solo existen tres formas de hacer crecer un negocio:

1. Captar más clientes
2. Captar más clientes que compren más
3. Captar más clientes que compren más y más frecuente

Esa es la magia de las listas y la importancia de las siguientes dos letras de las bases PRO-FUN-D-AS, la **AS**, es decir, que las listas deben ser ALTAMENTE SEGMENTADAS (y, obvio de alta calidad).

¿A qué me refiero con altamente segmentadas?

Se lo voy a ilustrar con un ejemplo. Digamos que usted se dedica a vender un software para la creación de páginas web. Es un software muy poderoso, funcional, económico, pero poco conocido.

¿En dónde va a buscar clientes?

¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet?

Escrito por Alvaro Mendoza

Sábado, 20 de Diciembre de 2008 22:34 - Última actualización Miércoles, 20 de Enero de 2010 14:38

¿En un boletín de chistes que tiene 500,000 suscriptores?

¿En un boletín especializado en mercadeo en Internet con 50,000 suscriptores?

¿En un boletín de diseñadores web con tan solo 500 miembros?

La respuesta es obvia y si la entendió, a eso me refiero con listas **ALTAMENTE SEGMENTADAS**

Ya para terminar, pues me estoy extendiendo mucho, veamos el último componente de las bases PRO-FUN-D-AS, es decir la **PRO** que hace alusión a la **PROACTIVIDAD**.

Por proactividad, me refiero a que usted debe trabajar "agresivamente" en la construcción de sus listas.

Y se los ilustro con un ejemplo: en todo boletín que usted recibe de mí, hago mención a un curso gratuito via email, lo invito a suscribirse a un boletín, le obsequio un libro... En todo curso, le invito a suscribirse a alguna lista o hago referencia a otros cursos... Si usted usa la herramienta de registro gratuito en los principales motores de búsqueda que tengo en MercadeoGlobal.com, le pido su email... etc.

En fin, si usted lleva un buen tiempo conmigo sabrá a qué me refiero. Si usted es nuevo, no demorará en ver a qué me refiero y a partir de este artículo podrá entender cual es la psicología que hay detrás de todo esto.

Para concluir, si usted pretende que su negocio en Internet crezca y sea sólido deberá trabajar en las bases, en los cimientos de su edificio (email marketing) y para que estas bases sean fuertes y soporten la estructura de su edificio (negocio) deberán ser **PRO-FUN-D-AS**.

¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet?

Escrito por Alvaro Mendoza

Sábado, 20 de Diciembre de 2008 22:34 - Última actualización Miércoles, 20 de Enero de 2010 14:38

- PRO: deben ser proactivas
- FUN: deben funcionar, es decir, deben ser efectivas y rentables.
- D: deben ser diversas (múltiples listas)
- AS: deben ser altamente segmentadas

¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet?

(*) Álvaro Mendoza V.

Consultor, conferencista, especialista en email marketing y tecnologías de la información aplicadas al comercio electrónico. Puede ser contactado en: amendoza@mercadeoglobal.com

MercadeoEnInternet.com

MercadeoGlobal.com

BoletinesElectronicos.com