



MODULO #2 – 2a. Parte
CONOCIENDO A
TU MERCADO HAMBRIENTO

Por Alex Berezhowsky

Copyright ©2010 Insspira Publishing Inc.

Publicado por Insspira Publishing Inc.

Todos los derechos reservados

Todo el contenido de “Alex En Vivo” es propiedad de Alex Berezowsky y de Insspira Publishing Inc.

Insspira Publishing Inc. es la única empresa autorizada para publicar y distribuir el contenido de “Alex en Vivo”. Queda estrictamente prohibido distribuir, vender o regalar copias de este curso sin la autorización previa de Insspira Publishing Inc.

Si la información contenida en este curso es distribuida sin autorización previa, se tomará plena acción legal.

Exención de Responsabilidad (Disclaimer and Legal Notice)

La información contenida en este documento representa la opinión del autor de cómo se debe trabajar para ganar dinero en Internet. Sin embargo no representa ninguna instrucción legal ni tampoco ninguna garantía de que se puedan obtener resultados, ya que en gran parte los métodos y estrategias dependen de las acciones del lector.

En ningún caso el Autor ó Insspira Publishing Inc. serán responsables de daños personales o legales en los que pueda incurrir el lector. Aunque se ha hecho un gran esfuerzo para verificar la validez de la información contenida en este curso, los métodos , las estrategias y la información en general puede variar con el tiempo. Se sugiere al lector verificar la validez de los métodos y la legislación local en cada país.

IMPORTANTE

Este documento es una transcripción del curso en VIDEO
de Alex Berezowsky titulado “Alex En Vivo”.

Por lo mismo refleja el estilo de un curso en video y no de una obra literaria.

Para ver el VIDEO original de este curso, favor de visitar:

<http://www.alexenvivo.com/access/?p=182>

CONOCIENDO A TU MERCADO HAMBRIENTO

Hola, soy Alex Berezowsky y te doy la más cordial bienvenida al curso **"CONOCIENDO A TU MERCADO HAMBRIENTO"**

Como yo te comenté en el curso "Encontrando tu mercado hambriento", tomé la decisión de crear este curso adicional totalmente gratis para ti y bueno, tomé esta decisión porque sé la importancia que tiene la información que voy a compartir contigo el día de hoy.

Una cosa es encontrar a un mercado, encontrar a un grupo de personas que esté altamente interesadas en un tema o en un producto, y otra cosa muy diferente es que ya que encuentres este mercado, conocerlo, es decir, utilizar las herramientas que voy a compartir contigo hoy, y realmente conocer cuáles son las necesidades específicas de ese grupo de personas, si tú únicamente identificas a un grupo de personas o a un nicho de mercado es muy probable que tengas éxito. Sin embargo si tú conoces realmente qué están buscando y por qué lo están buscando va a ser mucho más fácil que realmente desarrolles mucho mejores productos a través del Internet.

Entonces date cuenta de la gran importancia que tiene esa información que voy a compartir contigo el día de hoy, y por qué tomé la decisión de regalarte este vídeo, este módulo adicional llamado **"CONOCIENDO A TU MERCADO HAMBRIENTO"**

Entonces te doy la más cordial bienvenida a este módulo.

Primero que nada quiero compartir contigo una pregunta que yo me hacía cuando empecé mi negocio a través del Internet. Yo cuando inicié el negocio, empecé a darme cuenta de que había muchos componentes diferentes, muchas piezas de este gran rompecabezas de los negocios por Internet, como te has dado cuenta, y había, por ejemplo, cómo generar tráfico a una página, cómo diseñar la página de Internet, cómo aceptar pagos con tarjeta de crédito. Una gran cantidad de temas que yo tenía que aprender, que yo tenía que dominar para realmente ser exitoso en el Internet.

Sin embargo yo me hacía la pregunta ¿en dónde está el dinero? Es decir, dentro de todas estas actividades que yo tengo que aprender tiene forzosamente que haber una actividad que si yo me enfoco a aprender mucho más acerca de esa actividad realmente yo pueda ganar más dinero.



Como te he dicho, yo pienso mucho en el concepto de apalancamiento, es decir, con poco esfuerzo generar muchos resultados, en este caso mucho dinero. Y por lo mismo yo pensaba qué actividad puede a mí darme muchos mayores resultados en mi negocio por Internet.

Entonces inicié mi negocio, empecé a vender productos electrónicos por Internet, y me empecé a dar cuenta que realmente la actividad, y yo pensaba que era la más importante, era encontrar a un nicho de mercado, encontrar lo que yo denomino como un **MERCADO HAMBRIENTO** y realmente identificar este grupo de personas.

Sin embargo conforme fueron pasando los meses y los años me di cuenta que dentro de este gran universo del mercado había todo un tema que era mucho más importante, que era conocer a tu mercado hambriento, es decir, que ya que lo identificaste, tomarte el tiempo y utilizar las técnicas para conocer realmente sus necesidades a fondo, entender a las personas sus necesidades, sus frustraciones, las aspiraciones que tiene esa gente, ese grupo de personas al que tú vas a ayudar, y realmente ahí es donde está el dinero.

Realmente todo este conocimiento que tú vas a lograr tener utilizando las técnicas que voy a compartir contigo el día de hoy, todo este conocimiento del mercado es muy fácil que lo conviertas en dinero si lo sabes implementar correctamente. Créeme, literalmente que vale oro si la sabes aprovechar.

Entonces bueno, quería compartir contigo esta pregunta que yo me hice para que te des cuenta de la importancia que tiene la información que vas a aprender el día de hoy.

Recuerda que uno de los principales errores en ventas de los emprendedores, de la gente que inicia negocios, no solamente por Internet, sino en general de la gente que inicia negocios, es no conocer el mercado antes de empezar a vender.

Por lo general la gente identifica una necesidad, un nicho de mercado, venden un producto y no se detiene a conocer realmente, a hacerle preguntas a la gente dentro de ese grupo de personas, y realmente a conocer ese mercado para venderle un mejor producto.

Y quisiera compartir contigo una metáfora que te va a clarificar bastante la importancia que tiene este concepto del conocimiento de mercado. Pensemos en el matrimonio, cómo funciona el matrimonio.



Imagínate que tú, por ejemplo, eres soltero o eres soltera y quieres buscar a una persona para casarte, y tener un matrimonio exitoso y te pones en las condiciones adecuadas, vas a los lugares adecuados para conocer a esta persona y de repente conoces a la persona de tus sueños, por fin te casas.

¿Y qué pasa si tú te casas y empiezas un matrimonio y realmente no te das el tiempo para conocer cuáles son las necesidades de tu esposa o de tu esposo, de tu pareja?

Realmente si no te detienes a darte tiempo para conocer realmente qué es lo que necesita tu pareja, muy probablemente vas a fracasar, de hecho la mayoría de los matrimonios fracasan y una de las principales razones, yo te aseguro, es porque no se saben comprender, no se conocen lo suficiente, y no conocen cuáles son las necesidades de la otra persona y por ese motivo fracasan.

Lo mismo sucede en las ventas, lo mismo sucede en los negocios, si tú no entiendes realmente las necesidades que está teniendo la gente, las personas a quienes quieres ayudar, ¿cómo los vas a ayudar? Para mí de la misma forma en que un matrimonio fracasa si no conoces a la pareja, a tu pareja, igual fracasa un negocio si no sabes entender y conocer a la gente que tú vas a ayudar.

Hay una frase que dice uno de los principales mentores que yo he tenido en Internet, que dice: “para tener éxito en las ventas tú necesitas forzosamente haber caminado más de cien millas en los zapatos de tu prospecto”. Es una metáfora obviamente, pero a lo que se refiere mi mentor es que tú realmente debes de haber recorrido todo el sufrimiento por el que está pasando, entender todo el proceso por el que ha pasado para llegar la situación en que se encuentra cuando realmente esté buscando la información para comprar tu producto, y tienes que haber caminado estas cien millas, obviamente es una metáfora, en sus zapatos, es decir, tienes que haberte tomado el tiempo para conocer cuáles son esas necesidades de la gente, para que tú lo entiendas y puedas tener éxito a través de Internet.

Ahora, quiero compartir contigo un concepto, uno de los conceptos más importantes que he desarrollado. Pon mucha atención porque te va a cambiar totalmente la perspectiva de los negocios y lo vas a poder utilizar en una gran cantidad de productos que tú lances al mercado, no únicamente en Internet sino en cualquier tipo de negocio.

A este concepto yo lo denomino tu **PERSONAJE VIRTUAL**. Un personaje virtual es una persona imaginaria que tiene las mismas características y necesidades que la mayor parte de tu mercado, es decir, que la mayor parte de la gente que compone tu mercado.

Entonces obviamente hay un grupo de gente, que pueden ser millones de personas que son tus prospectos, que son la gente que tiene el problema que tú quieres resolver con tu producto.

Y obviamente hay necesidades, hay características que todos estos millones de personas que la mayoría de todos ellos tienen en común, evidentemente que hay otras características que no tienen absolutamente nada que ver, pero hay necesidades y características que la mayor parte de ellos tienen en común, y lo que tú tienes que hacer para crear este personaje virtual, es crear un personaje realmente, una persona imaginaria que tenga nombre, ponerle edad, ponerle sexo, ya sea masculino o femenino, ubicarlo en un domicilio, imagínate dónde vive, qué necesidades tiene, cuántos hijos tiene, a qué se dedica, qué es lo que hace durante el día, es decir, toda la descripción de esta persona te va a ser muy útil y será mucho más fácil que te comuniques con tu mercado, entendiendo realmente quién es lo que yo denomino tu **PERSONAJE VIRTUAL**.

Ahora bien, hay dos conceptos dentro de este personaje virtual que es muy importante que conozcas para que tengas éxito en Internet. Uno, la comunicación en Internet tiene que ser con **una sola persona a la vez**. Muchos emprendedores que yo conozco y que me preguntan realmente cómo iniciar un negocio en Internet, cometen un grave error, yo veo sus páginas y me doy cuenta que le están hablando a la gente como si fueran muchas personas.

Hablan, es como si yo, por ejemplo, en este curso de "**CONOCIENDO A TU MERCADO HAMBRIENTO**", en vez de hablarte en primera persona, en vez de dirigirme a ti y decirte "hola, **te** doy la más cordial bienvenida y me da muchísimo gusto que **te** voy a ayudar", imagínate que yo me pusiera a hablarle a todos ustedes, a toda la gente que me está escuchando que son miles de personas o millones de personas y obviamente esa comunicación sería mucho menos eficiente.

Entonces en Internet la comunicación debe ser con una persona a la vez, realmente como si tú estuvieras tomando una taza de café con esa persona, platicando, ese es el mejor lenguaje para vender en Internet.



Entonces por eso la importancia que tiene este **PERSONAJE VIRTUAL**, porque si tú tienes un personaje virtual, cuando tú desarrolles tu página en Internet, cuando desarrolles tus mensajes de ventas, realmente te vas a comunicar con una persona, aunque muchas personas, miles o millones de personas visiten y vayan a leer esa página en Internet, quiero decirte que va a ser una a la vez, es decir, cada uno de ellos lo van a estar haciendo por separado.

Entonces es muy importante que entiendas este concepto. Y por otro lado, te quiero compartir que esta persona con la que tú te vas a comunicar tiene que ser una persona que tiene un problema y tú la vas a ayudar. Y realmente ese tiene que ser tu enfoque, porque muchas personas, muchos emprendedores lo que hacen es ver este personaje virtual o ver este prospecto como una víctima, como un cliente al que tienen que forzar para que compre sus productos.

Imagínate que yo te veo a ti como alguien que quiero que realmente me pague dinero y que haga crecer mi negocio y que únicamente mi enfoque de ti, que me estás escuchando en este momento, es que me pagues dinero. Si yo tengo esa mentalidad de “únicamente me interesa que tú me des dinero a mí”, créeme que: primero, nunca me lo vas a dar; y segundo, si me lo das en el producto que yo desarrolle para ti, como no te voy a estar ayudando porque mi único interés es que me des dinero, lo voy a hacer de mala calidad y entonces obviamente no voy a tener un negocio sustentable, porque no me vas a comprar más productos. Pero, ¿qué pasa si, por el contrario, yo genuinamente te quiero ayudar y realmente no me interesa el dinero?, quiero ayudarte en este caso a que inicies tu negocio en Internet, que es mi interés más genuino, en que realmente juntos construyamos un negocio en Internet, créeme que va a ser mucho más fácil que yo haga un negocio exitoso, porque realmente te estoy ayudando a alcanzar tus objetivos. Y lo mismo sucede en todos los mercados.

Si tu mercado es cómo perder peso, realmente quiero que ayudes a la gente y que este **PERSONAJE VIRTUAL** se convierta en una persona a la que tú quieres ayudar y que genuinamente lo hagas no únicamente a través de tu página de Internet, sino a través de tus productos y tus servicios que genuinamente ayudes a las personas.

Otro de mis mentores decía algo muy interesante, él da pláticas para ganar dinero en todo el mundo, y decía que cuando iniciaba la mayoría de sus pláticas le preguntaba a la gente, él le decía: “bueno, si tú te enfocas en algo, se expande”. Por ejemplo, si te enfocas a la salud, a tu salud pues vas a tener mucha mejor salud. Si te enfocas, por ejemplo, a los amigos, pues vas a tener muchos más amigos. A cada cosa que te enfoques en tu vida se va a hacer mucho más grande.

Ahora, ¿qué pasa si quieres ganar dinero?, ¿en qué te vas a enfocar? Y todos contestaban a la conferencia: “al dinero”. Y él dijo: “no, eso es lo único que no te tienes que enfocar, si tú quieres ganar más dinero tienes que enfocarte en ayudar a la gente, si tú cambias tu enfoque de ganar dinero a genuinamente ayudar a la gente créeme que el dinero va a venir sólo como una consecuencia”.

Entonces sólo dos conceptos que son muy importantes para este **PERSONAJE VIRTUAL**. Uno, comunícate con una sola persona a la vez; y dos, que realmente sea una persona que tiene un problema y que genuinamente los vas a ayudar.

¿Realmente qué queremos conocer? Con todas las técnicas que voy a compartir contigo para que tú conozcas a tu mercado ¿qué es lo que queremos conocer? Es muy importante que sepas, porque si no sabes qué estás buscando con todas las técnicas.

Son dos conceptos, uno las necesidades, es decir, cuáles son las frustraciones o las aspiraciones, qué es lo que necesita realmente tu mercado; y dos, cuál es el lenguaje que están utilizando para buscar la información que están buscando en Internet.

Entonces a este concepto de necesidades yo le llamo **EL FONDO**, porque realmente es el fondo de lo que estás buscando y al lenguaje yo le llamo **LA FORMA** es decir, el fondo es qué necesidades tiene la gente que tú vas a poder satisfacer con tu producto, y la forma es qué lenguaje está utilizando la gente en Internet para que realmente tú puedas ayudarlos a resolver este problema.

Ahora, ¿por qué es tan importante el lenguaje? Y realmente la mayor parte de las personas únicamente se centran en las necesidades. Sin embargo el lenguaje es exageradamente importante, sobre todo en Internet, porque en Internet tú no tienes la capacidad de estar frente a frente con la persona a la que vas a convencer de que compre tus productos. Entonces te basas en el lenguaje, en la palabra escrita la mayor parte de las veces, para convencer a la gente que compre tu producto. Entonces no únicamente es entender las necesidades sino entender el lenguaje que están utilizando en su vida diaria, el lenguaje que utilizan para transmitir, comunicar el problema que están teniendo, para que una vez que tú conozcas este lenguaje puedas obviamente utilizar también el mismo lenguaje que están utilizando ellos, para convencerlos de que tu producto es una buena solución.

Entonces te voy a platicar otra metáfora, para que comprendas la importancia del lenguaje, en el mismo ejemplo del matrimonio. Imagínate un matrimonio en el que la esposa, por ejemplo, le dice al esposo, que no la quiere, que nunca le demuestra su amor, que nunca le demuestra su cariño, que es muy frío el esposo y se está quejando la esposa que no le sabe demostrar el cariño que le tiene, y el esposo realmente le compra regalos, la lleva de viaje, la lleva a los mejores restaurantes a cenar, y él no entiende por qué ella dice que no le demuestra su cariño, realmente no lo entiende, si le da regalos, la lleva de viaje, le da absolutamente todo lo material que le pueda dar y aun así ella sigue diciendo que él no le demuestra su amor.

Entonces un día tienen una plática del problema y se da cuenta, ella le dice: “es que nunca me dices que me amas”. Imagínate él, su código de lenguaje eran los regalos o eran los viajes o era lo material, ese era su código de lenguaje, era la forma como él estaba diciendo que la amaba y ella realmente lo que necesitaba era otro código de lenguaje, el código de lenguaje para ella en este caso era “dime que me amas, punto, es todo lo que necesito”.

Entonces imagínate la diferencia y el problema que iban a tener por no entender cuál era el código del lenguaje, en este caso de la esposa en un matrimonio. Lo mismo sucede con tu mercado.

Puede ser que tú entiendas perfectamente bien cuáles son las necesidades de tu prospecto. Sin embargo si no entiendes el código de su lenguaje, cuáles son las palabras claves para ellos, qué palabras están utilizando para expresar esas necesidades, si no las entiendes va a ser muy difícil que tengas éxito.

Entonces a lo largo de todas las herramientas que voy a compartir contigo el día de hoy quiero que pongas mucha atención porque lo que estás buscando para que no te pierdas son estas dos cosas, estás buscando necesidades y estás buscando el lenguaje.

Hay dos técnicas muy importantes que vamos a utilizar, ya entrando más en materia, para buscar esas necesidades, este lenguaje, las técnicas son dos muy importantes que son. Uno, **INVESTIGACIÓN INMEDIATA**; y dos, **INTERACCIÓN INMEDIATA**.

¿Qué es **INVESTIGACIÓN INMEDIATA**? Simple y sencillamente es buscar en información que ya existe, es decir, que ya existe a través del Internet, y debo explicar cómo identificarla. Buscar lo que es el **fondo** y la **forma** de lo que estamos buscando, es decir, las necesidades y el lenguaje de tu mercado.

Por otro lado **INTERACCIÓN INMEDIATA** se refiere a buscar o identificar, **comunicarte directamente con tu mercado**, y ya lo voy a explicar con más detalle más adelante, pero es comunicarte directamente con tu mercado para buscar e identificar también estas necesidades y este lenguaje.

Entonces ahora el concepto de investigación inmediata e interacción inmediata lo voy a explicar más adelante, no te preocupes mucho de esto, pero lo que quiero que entiendas muy bien en este momento es inmediata, la palabra **inmediata**.

Realmente gracias al Internet podemos nosotros tener la respuesta a todas las preguntas y utilizar todas estas técnicas para conocer el mercado de forma inmediata. Antiguamente las empresas si querían conocer más información acerca de su mercado, lo que hacían era mandar, por ejemplo, encuestas por correo, esperar a que llegaran a las personas, que las contestaran, a ver cuánta gente las iba a contestar, esperar tal vez dos semanas, tres semanas en lo que las encuestas regresaban, capturar los datos tal vez en una computadora o si no existían las computadoras manualmente. Y realmente tardaba. Sin embargo yo subrayé la palabra **inmediata** en este caso, porque vamos a hacer investigación de forma inmediata, instantánea y también la interacción con la gente va a ser de forma instantánea, inmediata para que tú puedas acelerar el proceso. Yo me imagino, no me imagino, estoy totalmente seguro que tú quieres ganar dinero en Internet ya, te urge ganar dinero en Internet, no puedes esperar a que pase mucho tiempo para recolectar toda esta información, y es por esto la importancia que entiendas que esta investigación y esta interacción va a ser de forma totalmente **inmediata**.

Vamos a empezar con la primera técnica a la que yo denomino **INVESTIGACIÓN INMEDIATA**, investigación inmediata simple y sencillamente es buscar información que ya existe del mercado para identificar: número uno, necesidades, que es el fondo; número dos, lenguaje, que es la forma.

Entonces lo importante aquí es información que ya existe, hay muchísima información que ya existe en Internet, y te voy a explicar qué herramientas yo utilizo para buscar esa información, pero hay mucha información que ya existe a la que tenemos acceso totalmente gratuito en este caso de la investigación inmediata, podemos tener acceso a esta información para entender cuáles son las necesidades, qué es lo que está buscando la gente en Internet, cómo, lo está buscando, y segundo, cuál es el código del lenguaje que están utilizando.

El segundo concepto es **INTERACCIÓN INMEDIATA**. ¿Qué es interacción inmediata? Simple y sencillamente es comunicarte de forma directa con el mercado para identificar los mismos conceptos que son necesidades y lenguaje. Entonces la única diferencia es que en investigación inmediata es hacer, buscar información que ya existe y en el caso de la interacción inmediata es entrar en contacto, además de buscar la información, entrar en contacto con la gente a la que le vas a vender, con unos prospectos, y a comunicarte directamente con el mercado, tener un diálogo con el mercado para conocer realmente lo mismo, queremos conocer necesidades y queremos tratar de identificar el lenguaje, identificar cuál es el código de lenguaje que están utilizando.

Ahora vamos a hablar del primer concepto: **INVESTIGACIÓN INMEDIATA**. Para investigación inmediata yo utilizo esas tres herramientas y realmente son tres herramientas que tú puedes utilizar en una gran variedad de temas, yo no sé cuál sea tu tema, imagino que ya lo identificaste pero en cualquier tema, en la mayor parte de ellos vas a poder identificar alguna de esas herramientas, tal vez alguna más que otra, entonces pon mucha atención para ver cuál es mejor para tu tema. Pero los tres temas son: uno, **foros**; dos, **blogs**, un blog no es otra cosa más que una bitácora, ahora yo te voy a explicar qué es cada uno de esos, pero es dos, foros; y tres, una **página** que se llama español, en este caso español porque en el Internet no hay eñes, sobre todo para buscar páginas, espanol.respuestas.yahoo.com Más adelante te voy a explicar qué es esta página.

Pero bueno, punto número uno, ¿qué son los foros?, **foros** simple y sencillamente son páginas en las que mucha gente discute acerca de diferentes temas. Entonces imagínate tú, así como un foro en la vida real en donde un grupo de personas se reúnen a discutir acerca de un tema específico, de la misma forma en la Internet hay páginas que se les llama foros de discusión en los que mucha gente se reúne realmente, no se reúne físicamente, pero todos tienen acceso a la misma página para discutir diferentes temas.

Entonces hay foros de muchísimos temas, hay de salud, de finanzas, de viajes, hay muchísimos foros de diferentes temas, y lo interesante de los foros es que en estos foros tú puedes ver lo que la gente está discutiendo. Imagínate que tú de repente te das cuenta, por ejemplo, en foros de viajes que la gente recientemente está discutiendo del costo de los viajes, que están carísimos y que no saben realmente cómo hacerle, porque la economía está muy difícil y la crisis económica y no saben cómo hacerlo, y para que realmente puedan planear un viaje para gastar tanto dinero.

Imagínate que tú en los foros te empiezas a dar cuenta que la gente está discutiendo de eso y aparte vas a encontrar comentarios recientes del día de hoy o de ayer, o sea, son comentarios muy recientes, tú puedes identificar esos problemas en los foros, que la gente está teniendo, y no únicamente identificar los problemas sino identificar el lenguaje que están utilizando para expresarse.

Entonces pueden decir, por ejemplo, “estoy desesperado porque es carísimo viajar actualmente”. Imagínate el valor que tiene esa oración, tú puedes utilizar esa oración en tu mercadotecnia, en lo que vas a estar realmente utilizando para vender.

Entonces, los foros son una mina de oro si la sabes utilizar, porque vas a encontrar a la gente en vivo realmente discutiendo acerca de los problemas que tienen en una gran cantidad de temas.

Segundo punto, los **blogs**, un blog simple y sencillamente es una bitácora, una bitácora es una página en la que la gente publica artículos. Imagínate que hay un blog, por ejemplo, de salud, y una persona, el dueño del blog pública, por ejemplo, un artículo diario o cada dos días, cada dos o tres días, acerca de salud.

Lo interesante de los blogs, especialmente para esto que es investigación inmediata, es que en la mayor parte de los blogs hay una opción para comentar. Entonces imagínate que hay un artículo, por ejemplo, de cómo educar a un perro y de repente hasta abajo de este artículo de cómo educar a un perro hay comentarios, la gente va dejando los comentarios acerca del artículo.

Y lo más importante es que en estos comentarios de gente real, de gente que realmente tiene ese interés por los perros, te vas a dar cuenta de los problemas que tienen, porque después del artículo la gente va a expresar sus puntos de vista y realmente si tú también sabes leer esos comentarios de la gente también es una mina de oro porque te vas a dar cuenta qué problemas tienen y cómo los están expresando. Entonces lo mismo: fondo, que son las necesidades que tienen y forma, es decir, cómo las están expresando.

Hay una tercero, la página www.espanol.answers.yahoo.com En esta página es una página muy interesante porque es un servicio que da yahoo.com y lo que hace esta página es que tú puedes hacer una pregunta, suponiendo que tú tienes un problema y que quieres, por ejemplo, saber cómo organizar un viaje, el mismo tema. Y dices: ¿no sé cómo organizar un viaje a Egipto?, por ejemplo. Y te van a contestar tu pregunta. Entonces tú haces una pregunta y te contestan.

Ahora, lo importante de esto es que en esta página hay toda una base de datos de lo que la gente ha preguntado en el pasado, entonces es otra mina de oro, porque imagínate la cantidad de preguntas que la gente tiene, y muchas veces es de cuando tiene un problema. Entonces tienen un problema porque no encuentran información de cierto tema, por ejemplo, hacen la pregunta y les dan una respuesta.

Entonces lo interesante de esto es que tú vas a poder ver las preguntas cómo las hicieron, exactamente qué lenguaje utilizaron, cómo hicieron la pregunta y realmente te va a servir mucho para identificar los mismos dos conceptos que es el fondo, que son las necesidades de la gente, y la forma.

Date cuenta de la importancia que tienen estos tres conceptos que son foros, blogs y esta página de espanol.answers.yahoo.com.

Quiero ponerte un ejemplo más vivo en mi computadora, porque realmente quiero que entiendas el concepto, y vamos a buscar primero que nada, para que tú veas cómo funciona en los foros. Entonces simple y sencillamente te vas a esta página que todos conocemos que es Google, todos la conocemos. Nos vamos a esta página y vamos a escribir, por ejemplo, “foro para perder peso”, por ejemplo.

Imagínate que tu tema es cómo bajar de peso o cómo perder peso y vas a buscar “foro para perder peso”. En este caso vamos a ver qué nos encontramos. Aquí tenemos, por ejemplo, esta página foro.adelgazar.net, vemos ahí una página, ahí vamos a ver qué temas hay en el foro, cosas que son los temas que la gente está actualmente discutiendo.

Entonces aquí tenemos, por ejemplo, “necesito ayuda”, es un tema, y “mejor régimen para adelgazar”, “funcionan los medicamentos”, “cirugía contra obesidad”, “haciendo ejercicio”.

Vamos a leer, por ejemplo, “necesito ayuda”. Vamos a ver cuáles son los problemas de la gente que necesita ayuda en cómo bajar de peso. Aquí tienes diferentes temas, por ejemplo, ayuda. Vamos a ver, dieta 13 días, quiero recuperar mi autoestima y mi vida. Imagínate este tema.

Aquí la gente está contando realmente su historia, cuál es su problema, qué es lo que necesita, “quiero cambiar”, es otro artículo, es otro tema de discusión. “Necesito ayuda desesperado”, por ejemplo. Imagínate la palabra desesperado, ese es el lenguaje que importa, o sea, no está preocupado, no está buscando, está desesperado. Imagínate lo que vale en el lenguaje que estamos buscando la palabra en el tema de perder peso, la palabra que acabamos de identificar en este momento que es desesperado. Ya lo podrás leer tú, te metes a este artículo, a esta discusión y él le explica en este caso cuál es su problema y por qué está desesperado, relacionado obviamente con bajar de peso.

Entonces ya te estoy enseñando realmente cómo en esta página, en este foro de perder peso hay gente literalmente desesperada por bajar de peso, lo importante es que tú los vas a ayudar, lo importante no únicamente es que obviamente los encuentres sino que tú a través de tu producto los vas a ayudar y no vas a poder ayudarlos a menos que utilices el lenguaje que ellos están utilizando para expresar el problema que tienen.

Entonces aquí, repito, y no me cansaré de decírtelo, estás buscando el **fondo** y la **forma** que son las necesidades que tienen la gente y, por otro lado también, el cómo, la forma, es decir, el lenguaje que están utilizando.

Vamos a ver otra página, foro-adelgazar.com, ese es otro foro diferente, y aquí leemos, por ejemplo, dietas para adelgazar, ejercicio, grupos de adelgazamiento, recetas para perder peso, imagínate. Aquí vemos, por ejemplo, que hay recetas para perder peso y dietas para adelgazar, entonces hay mucho de comida, entonces ahí te das cuenta qué es lo que la gente necesita obviamente, recetas y dieta. O sea, ahí tienes dos temas muy importantes.

Y aquí podemos ver todos los que están dentro de las recetas, y aquí dan muchas recetas recomendadas. Y vamos a ver el de dietas, por ejemplo, dietas para adelgazar.

Aquí hay dieta para adelgazar hasta ocho kilos en una semana. Aquí hay cómo puedo perder de seis a siete kilos, es decir, quiere una dieta para perder de seis a siete kilos. Es un ejemplo, imagínate que tú pudieras, imagínate que tú veas una página de Internet que dice: puedes perder cuarenta y cinco kilos en menos de tres semanas, realmente digo: es ilegal a menos que lo puedas hacer, me lo puedas enseñar.

Pero independientemente de la parte legal, porque yo te pido que lo hagas legalmente y que realmente te comprometas a que los vas a ayudar, pero imagínate que tú realmente crees que la gente quiere perder veinte, treinta o cuarenta kilos, pero aquí en los foros te vas a dar cuenta cuánto quieren perder realmente. Ella está hablando de seis a siete kilos.

Entonces imagínate que tú vas viendo los comentarios del foro y te das cuenta que realmente uno dice seis kilos, otro ocho kilos, otro nueve, otro siete y que en tu página dices “método para perder de seis a diez kilos en menos de equis cantidad de semanas, la cantidad de semanas que tú realmente garantices que lo van a hacer, porque te repito, el chiste es ayudar, lo importante aquí es ayudar a la gente realmente.

Entonces fíjate la importancia que tiene esta herramienta, porque te das cuenta realmente lo que está buscando la gente, estás conociendo literalmente a tu mercado. Son dos ejemplos de los foros, que es el primer punto.

El segundo punto son los blogs, las llamadas bitácoras que son muy importantes. Pero vamos a buscar ahora blogs, vamos a buscar aquí en Google “blog para perder peso”, también. Y vamos a ver qué nos encontramos. Aquí hay uno que es www.adelgazamos.com Te recuerdo que en el caso de los blogs estamos buscando los comentarios que la gente hace de los artículos.

Aquí vemos muchos artículos, esto es el primer artículo, segundo artículo, tercer artículo. Y aquí vemos cuántos comentarios tienen. Aquí dice “seven comments”, o sea, siete comentarios, aquí nueve comentarios, cuatro comentarios.

Aquí habla, por ejemplo, de las pastillas para adelgazar, es un artículo, no sé si hable bien o mal de las pastillas para adelgazar pero bueno. Aquí habla acerca de las pastillas para adelgazar, vamos a este artículo.

Estamos ya en el artículo, vamos a ver. Y aquí tenemos nueve comentarios, tenemos todos estos comentarios de gente realmente como tú o como yo que está desesperada por un tema en específico. Y aquí tenemos todos los comentarios y podemos ver gente real que está preocupada, que realmente está en este tema, que está buscando información del tema, que dejó un comentario y realmente, te repito, es una mina de oro, porque tú puedes ver qué problemas tienen y qué lenguaje están utilizando para expresar este problema.

Observa la cantidad, nueve comentarios únicamente en un artículo. Y únicamente en este blog hay muchísimos artículos. Entonces imagínate toda la cantidad de comentarios que tú puedes leer para conocer más a profundidad a tu mercado.

Vamos a ver otro ejemplo, aquí abajo hay otros. Voy a verlo, por ejemplo, a ver. Aquí hay uno www.dietadiaria.com , aquí también hay artículos, es el mismo formato. Aquí, por ejemplo, dice seis comentarios. Motivación, primer paso para adelgazar, es el nombre del artículo, hay seis comentarios.

Vamos a los comentarios y aquí están todos los comentarios de la gente que está expresando su opinión y también expresando cuál es su preocupación, cuál es su problema y realmente te puedes dar cuenta de qué lenguaje y qué necesidad están teniendo en este momento. Entonces date cuenta de la importancia de esas herramientas.

Y otra página que yo te recomiendo para buscar blogs, para buscar los famosos blogs, es www.tecnorati.com creo que no lo escribí bien, está un poco complicada la palabra, tengo que buscarla en Google. Es www.technorati.com . Es un directorio de blogs, es de los directorios más grandes del mundo de blogs, en este directorio puedes encontrar una gran cantidad de blogs de diferentes temas.

Y nos vamos a esta página y en esta página hay un buscador como si fuera Google.com. Entonces ponemos aquí en el buscador, por ejemplo, “perder peso”, también. Vamos a ver qué nos encontramos. Aquí tenemos una gran cantidad, como puedes ver hay muchísimos blogs, aquí nos da una gran cantidad, una lista muy grande de blogs en este caso para perder peso y relacionados, y podemos bajar de peso, por ejemplo, y nos da todavía más blogs diferentes. Y bueno, el concepto es el mismo, identificarlos, buscarlos ya sea a través de Google.com o en este caso de Technorati, buscar los blogs y ya que entras a los blogs ver los comentarios, leerlos y realmente identificar las necesidades y el lenguaje.

Ahora, vamos a la tercera página que yo te dije que es espanol.answers.yahoo.com . Y como te digo, es una página muy importante en donde tú haces una pregunta y te responden.

Entonces imagínate que tu tema es, por ejemplo, cómo educar a un hijo, por ejemplo, que tú quieres enfocarte a las mamás que tienen hijos y realmente quieren saber cómo educarlos, cuál es el mejor método para educarlos y que ese es tu tema, que tú eres su experto o su experta en este tema, y que quieres enseñarle a la gente cómo lo haga, y vas a esta página y quieres ver cómo la gente expresa los problemas que tienen relacionados con esto, lo vamos a buscar en este campo donde dice “buscar preguntas”, vamos a buscar, por ejemplo, “educar a un hijo”.

Buscamos, y aquí observa todas las preguntas que ha hecho la gente acerca de cómo educar a un hijo, vamos a verlas, por ejemplo, cómo educar a un hijo, cómo se puede educar a un hijo adolescente para que no fume, qué consideras que es educar a un hijo, cuál es la mejor forma para educar a un hijo. Son todas las preguntas que hay.

Imagínate esa, por ejemplo, ¿cómo se puede educar a un hijo adolescente para que no fume? Imagínate la preocupación de un padre, que es una preocupación muy válida, la de una madre que no quiere que su hijo fume. Entonces cómo lo tengo que educar yo, y realmente está preocupado, está preocupada por este tema.

Entonces imagínate que tú realmente en tu producto electrónico o en tu página consideres que realmente es un problema que la gente tiene, que quieren educar a sus hijos para que no estén, obviamente que no estén en drogas, que no estén en el alcohol, que no estén fumando, que no estén haciendo cosas negativas obviamente. Y aquí te das cuenta que la gente sí está preocupada por eso, imagínate que a ti ni siquiera se te había ocurrido este concepto de que pueden estar preocupados por este tema tan específico y aquí en esta página que te estoy enseñando te puedes dar cuenta de cuáles son los problemas, y realmente cómo los está expresando la gente.

Entonces son las tres herramientas que yo utilizo para conocer a mi mercado hambriento, para esta primera parte que es investigación inmediata, que es investigar con la información que ya existe en Internet a través de los foros, a través de los blogs y a través de esta página, espanol.answers.yahoo.com, para que tú puedas saber exactamente cuál es la necesidad y cuál es el lenguaje.

Ahora, vamos a la segunda parte que es lo que yo denomino **INTERACCIÓN INMEDIATA**, o sea, ya que investigaste con la información que ya existe vas a interactuar, vas a comunicarte directamente, ahora sí con la gente. Antes de que tú desarrolles tu producto, antes de que tú empieces a vender tu producto hay técnicas para comunicarte con ellos, es decir, antes de venderles, comunicarte con ellos, entenderlos, escucharlos, realmente saber qué es lo que está necesitando para que ya después de que tú los conozcas bien ya puedas lanzar tu producto con mucho mayor éxito.

Campaña en
Google Adwords
www.Adwords.com



Visitantes



Página de Pregunta
www.EncuestasElectronicas.com

Para esto de interacción inmediata yo te recomiendo tres conceptos. Al primer concepto yo lo denomino **PÁGINA DE PREGUNTA**, al segundo concepto lo denomino **ENCUESTAS ELECTRÓNICAS**, y al tercer concepto lo denomino **CONSULTORÍA GRATUITA**. Son tres conceptos que yo desarrollé, que yo utilizo y que realmente pon mucha atención porque te van a transformar el negocio.

El primero es **PÁGINA DE PREGUNTA**, ¿qué es una página de pregunta? Vamos a empezar. Una página de pregunta es simple y sencillamente, es una página web en la que se hace la pregunta más importante que el prospecto tiene acerca de un tema específico.

Imagínate que tu tema es de lo que hablábamos, perder peso. Entonces tú vas a hacer una página en Internet que haga una pregunta, nada más una pregunta, le vas a preguntar a la gente cuál es tu pregunta más importante acerca de perder peso. Aquí estás identificando la pregunta más importante, no las catorce preguntas, no las veinte, una, cuál es su pregunta más importante para perder peso.

Entonces imagínate que tú empiezas a generar visitantes a esta página de Internet en las que les haces una pregunta, no les vas a vender nada, únicamente ahora estás conociendo tu mercado, no estás en la parte de ventas, entonces empiezas a recibir visitantes a tu página, en esta primera página les preguntas cuál es tu pregunta más importante acerca de perder peso, educar una mascota, organizar un viaje, organizar una boda, o cualquiera que sea tu tema. Y tú vas a empezar a capturar todas estas respuestas de la gente y con todas estas respuestas obviamente te vas a dar cuenta cómo es el mercado, te estás comunicando directamente en tiempo real con prospectos, con gente que es parte de tu mercado, para entender realmente cuál es su mayor problema, imagínate el potencial que tiene la herramienta que estoy compartiendo el día de hoy contigo.

Ahora, qué herramienta yo recomiendo, cuál es la herramienta técnica que yo recomiendo para implementar esta técnica. La puedes encontrar en www.paginadepregunta.com.

Ahora yo voy a ser radicalmente honesto contigo y te recomiendo que tú también seas radicalmente honesto con tus clientes, esta página www.paginadepregunta.com, se va a redirigir al servicio que yo recomiendo, que se llama askdatabase. askdatabase es una base de datos que recopila, que recolecta preguntas y que te hace, que te organiza todo, es un sistema que ya existe, que yo utilizo, que muchísima gente utiliza y que realmente es de lo mejor que hay para este concepto de **página de pregunta**.

Ahora, ¿por qué te digo que soy radicalmente honesto contigo en este concepto? Porque yo soy afiliado de esta página que ampliamente recomiendo, a mí me van a pagar una comisión si es que tú decides utilizar este servicio, no necesariamente lo tienes que utilizar pero si tú lo utilizas a mí me van a pagar una comisión. , Ya hablaremos más adelante de los programas de afiliados, en el curso denominado “Cómo vender productos de otras personas”.

Cuando tú entiendas lo que es un programa de afiliados, simple y sencillamente es: yo soy afiliado de una página, recomiendo su producto porque estoy convencido de que estoy bueno y me dan una comisión. Lo mismo vas a poder tú hacer con tu mercado.

Entonces yo en este caso te recomiendo este producto, esta página de pregunta, es un servicio muy bueno para esta técnica que te estoy enseñando, me van a pagar una comisión, estoy siendo totalmente honesto contigo, si es que tú decides formar parte de ese servicio y lo mismo te recomiendo que tú hagas, que busques productos de afiliados que tú puedas probar, que sean buenos obviamente, porque quieres ayudar a la gente, recomendar dentro de tus productos para que te paguen una comisión. Aprende esa técnica porque es una técnica que me ha dejado mucho dinero y la estoy compartiendo como un paréntesis contigo en este momento.

Pero bueno, regresando al tema, www.paginadepregunta.com te va a redirigir a este servicio que es muy bueno, que se llama askdatabase, que es un servicio de uno de mis mentores.

Desafortunadamente este programa lo puede utilizar solamente la gente que habla inglés. Porque es un servicio que está en inglés. Ahora si tú por alguna razón no hablas inglés te recomiendo que no te limites, consigue un programador en una página que se llama www.elance.com, en la que tú puedes buscar expertos, o sea, programadores en varios idiomas, y te pueden ayudar. Entonces si el inglés es una limitante para ti no te detengas, ve a www.elance.com y que realmente en esta página consigas a alguien que te ayude a implementar el servicio de www.paginadepregunta.com

¿Qué es esto de www.paginadepregunta.com y qué es el servicio de askdatabe? Simple y sencillamente son un servicio que te ayuda a hacer esta página de pregunta más fácil.

¿Por qué? Porque dentro del servicio tú puedes simplemente escribir tu pregunta, te da la página ya hecha y la maravilla de ese servicio es una, tiene muchas herramientas muy valiosas, pero la más valiosa de todas, por la que yo realmente recomiendo este ampliamente ese producto o ese servicio es porque esta herramienta es la que te mide en la densidad de las palabras.

¿Qué es la densidad de las palabras? Simple y sencillamente imagínate que tú haces la pregunta de bajar de peso, o sea, cómo bajar de peso y se la haces a cinco mil personas. Tú recibes cinco mil respuestas diferentes. Va a ser muy difícil que te pongas a leer cada una de las cinco mil respuestas por separado, digo, lo más lógico es que sí lo hagas, porque te recomiendo que lo hagas, pero va a ser muy difícil que sepas qué es lo que más frecuentemente te están preguntando. Entonces qué pasa si tú utilizas este servicio que tiene la herramienta de densidad de palabras. Lo que hace esta herramienta de densidad de palabras, es dentro de las cinco mil o seis mil o cualquier cantidad de respuestas que tú recibas te va a decir qué palabras o qué frases está recibiendo con mayor frecuencia.

Imagínate lo que vale esta herramienta que estoy compartiendo contigo el día de hoy. Me ha dejado muchos miles de dólares en Internet. Imagínate que tú les preguntas, cuál es tu tema más importante, cuál es tu problema más importante acerca de bajar de peso, por ejemplo.

Y de repente te empiezan a poner miles y miles de respuestas y tú te das cuenta en la densidad de las palabras, de que te están preguntando muchísimo acerca de, por ejemplo, dietas para bajar de peso rápido, dieta rápida, cómo bajar de peso con una dieta rápida, esas son todas las diferentes respuestas. Lo dicen de diferentes formas pero repiten la palabra dieta y repiten la palabra rápido, por ejemplo.

Cuál va a ser el nombre de tu producto, por ejemplo, dietas rápidas o algo relacionado con eso, porque es lo que la gente está buscando, estás conociendo a profundidad tu mercado.

Entonces imagínate que te das cuenta en la densidad de las palabras, es únicamente un ejemplo, pero que te dieras cuenta que la gente está repitiendo bajar de peso, que la gente está diciendo bajar de peso sin medicamentos, y que empieza a repetir medicamentos, sin medicamentos, sin medicamentos, sin medicamentos, sin medicamentos.

Y te das cuenta que la gente realmente quiere bajar de peso de forma natural, entonces el nombre de tu producto puede ser cómo bajar de peso o, por ejemplo, dietas rápidas para bajar de peso de forma natural. Imagínate lo que vale y el éxito que va a tener tu producto si tú conociste realmente qué es lo que la gente realmente quiere.

Realmente no necesitas ese servicio de askdatabase, que está en www.paginadepregunta.com lo puedes hacer simplemente con un formulario, pero yo te lo recomiendo ampliamente porque te va a organizar todas las respuestas que tú vas a recibir, y lo más importante es este beneficio que te digo, que es la densidad de las palabras, que es tú vas a poder ver cuáles palabras, cuáles frases se repiten más y ahí este logro, ahí está realmente lo que vale de hacer este tipo de investigación. Por tanto es la primera técnica que es **PÀGINA DE PREGUNTA**.

La otra forma, aquí te lo voy a explicar un poco más a detalle, simple y sencillamente como le implementas es que tú activas una campaña en Google Adwords, para los que no sepan qué es Google Adwords rápidamente te explico, es una página, un servicio de Google en el que tú puedes pagar para que cada vez que la gente busque en este caso, por ejemplo, “perder peso”, tu anuncio aparezca y la gente visite tu página.

Entonces tú literalmente en horas puedes ir a www.adwords.com , en ese caso no me dan ninguna comisión, es simplemente la página de www.adwords.com . Vas ahí, creas una página y realmente en horas puedes estar recibiendo visitantes, obviamente te va a costar cada clic, pero es dinero que vale la pena realmente invertir, estás conociendo tu mercado y realmente son centavos lo que te cuesta por cada visitante.

Entonces vas a generar tráfico a una página de pregunta. Entonces los dos únicos componentes son, activar una campaña en Google Adwords para generar tráfico, generar visitantes. Y ahí te van a preguntar: bueno, en este anuncio ¿a qué página quieres que se dirija el tráfico? La vas a dirigir a tu página de pregunta.

Imagínate que tu página de pregunta está en dieta.rapidaparabajardepeso.com, es únicamente un ejemplo, y ahí tienes tu pregunta. Entonces la gente busca en google.com cómo bajar de peso, encuentra tu anuncio, hace clic, llega a tu página y se encuentra en tu página. ¿Cuál es tu pregunta más importante acerca de bajar de peso? Y la gente hace su pregunta. Dan clic y la siguiente página puedes poner algo así como “muchas gracias por tu respuesta, tu respuesta es muy importante para mí porque me está ayudando a que pronto tenga una solución para tu problema”.

Entonces imagínate este mecanismo en que uno, vas a estar capturando la información de estas personas y dos, vas a estar capturando todas las preguntas que ellos tienen para que esta información la utilices a través de este servicio que yo te recomendé, que ver la densidad de las palabras, y que toda esta información que tú identifiques cuáles son las necesidades, cuál es el lenguaje que están utilizando y tú puedas desarrollar un mejor producto.

Ahora, el segundo paso de la **INTERACCIÓN INMEDIATA** después de la página de pregunta es lo que yo denomino **ENCUESTAS ELECTRÓNICAS**.

ENCUESTAS ELECTRÓNICAS es simple y sencillamente una página web con diversas preguntas, no es una sino son diversas preguntas relacionadas con las características más importantes de la persona que las está contestando, entonces es una encuesta, tú seguramente has contestado una encuesta en algún estudio que han hecho, y hay encuestas electrónicas, tú puedes hacer una página de Internet en la que le preguntes quince o veinte preguntas a la gente acerca de diferentes cuestiones y realmente la gente nos puede contestar y tú puedes ver en tiempo real en Internet qué resultados están teniendo.

Antiguamente como yo te decía anteriormente, las empresas tenían que mandar por correo las preguntas, esperar a que las contestara la gente, que regresaran las encuestas, capturar toda la información. Actualmente con un servicio que yo compartí contigo puedes enviar visitantes a una encuesta y literalmente segundos después de que contestaron la encuesta tú puedes ver información, puedes ver gráficas, puedes ver tablas, puedes tener información, preguntas abiertas, puedes ver toda la información en **tiempo real**. Imagínate el valor que tiene la información que estoy compartiendo contigo el día de hoy.

¿Qué herramienta te recomiendo? En este caso en el momento que estoy grabando, al hacer esta grabación no tenía yo ningún programa de afiliado, posiblemente después ya lo ofrezcan, pero en este caso no hay ningún programa de afiliado. Sin embargo lo hago más fácil este redireccionamiento porque es más fácil para ti que te lo dicte en español a que te lo dicte en inglés. La página es www.encuestaselectronicas.com.

www.encuestaselectronicas.com se va a redirigir a una página en inglés que es www.surveymonky.com y te lo dije en español porque será más fácil. Te repito que por el momento no tengo ningún programa de afiliado, tal vez en un futuro lo hagan, pero por el momento, en el momento que escuche esta grabación no hay.

Pero lo importante aquí es que te redirige al servicio que es Survey Monkey. Yo personalmente utilizo Survey Monkey, lo utilizo para una gran cantidad de nichos de mercado en los que yo me enfoco en diferentes idiomas, no te imaginas la calidad de servicio que es, y te voy a explicar cómo funciona, para que tú lo veas en tiempo en este caso.

Te voy a explicar, te voy a enseñar, por ejemplo, esta es una de las encuestas que hice recientemente con un curso denominado **“Alex en Vivo”**, tú seguramente lo conoces, porque eres parte de él. Pero bueno, aquí tenemos alguna de las preguntas que yo hice. ¿Qué te pareció el módulo, **“El modelo exacto que me permitió ser libre”**? Es una pregunta que yo hice. Y yo daba varias opciones, daba la opción de excelente, muy bueno, bueno, regular, malo, muy malo y pésimo.

Aquí yo hice la pregunta y les daba opciones. Imagínate, cuando yo iba recibiendo las respuestas estas gráficas van cambiando automáticamente. Yo puedo dar, por ejemplo, aquí que el 35.4% le pareció excelente, el 45.3% le pareció muy bueno, el 16% le pareció bueno, el 3.9% le pareció regular, malo y muy malo a nadie y pésimo una persona, nunca falta el que se queja, un 0.6%.

Lo más importante aquí es darme cuenta que 45 más 35, o sea, más del 80% de la gente estaba satisfecha, de hecho más, si le sumas el bueno también, estás hablando del 96% de la gente estaba satisfecha con el producto, y a mí eso me da mucha tranquilidad evidentemente.

Entonces date cuenta de cómo yo utilicé esta herramienta, hice preguntas abiertas también. Aquí dice, por ejemplo, escribe detalladamente tu opinión acerca del módulo, y la tercera pregunta, cuáles son tus sugerencias para mejorar las sesiones de **“Alex en Vivo”**.

Aquí les das clic para ver las respuestas y aquí puedes ver todas las respuestas, incluso puedes poner que te ponga 250 respuestas por página. Y aquí tienes todas las respuestas, imagínate la cantidad de respuestas que yo puedo leer una por una, con todo lo que me contestó la gente a la pregunta que yo le hice.

Entonces yo hago la pregunta y literalmente en segundos estoy recibiendo las respuestas de las personas. Puedes hacer preguntas abiertas, puedes hacer preguntas con opción múltiple como es el caso de este, y te hace la gráfica para que veas cuánta gente contestó cada una de las opciones.

Es muy bueno ese servicio que tú encuentras en www.encuestaselectronicas.com . Y realmente te lo recomiendo ampliamente, vale la pena invertir en conocer a tu mercado, créeme que lo vale, tú puedes hacer las preguntas que tú quieras, te las van a contestar, vas a profundizar, vas a identificar nuevas necesidades que tú ni siquiera habías pensado.

Entonces la mecánica es la misma, es una mecánica muy parecida, creas una campaña en Google Adwords, igual para generar visitantes, y los mandas a todos a tu página de encuestas electrónicas, en este caso, como te digo, el servicio que yo te recomiendo es www.encuestaselectronicas.com .

Mandas a la gente, entonces en el caso lo mismo, en el caso de perder peso, activas un anuncio para que cuando la gente busque “cómo bajar de peso” aparezca tu anuncio y todos estos visitantes los envías a una página, www.dietamagica.com, lo que tú quieras de nombre de tu página, los mandas y lo que van a ver no es tu producto, porque todavía no tienes ningún producto para este momento, únicamente van a ver una encuesta.

Entonces por un lado ya hiciste tu página de pregunta, y por este otro lado vas a hacer una encuesta. Ahora, ¿cuál es la diferencia, según que te estás preguntando, entre la primera técnica que es con una sola pregunta, que es la pregunta más importante, y esta segunda que es una encuesta, que son muchas preguntas?

La diferencia es que en la primera opción, en la página de pregunta, estás identificando cuál es la **necesidad** más importante de la gente, es decir, estás buscando frustraciones, necesidades, qué es lo que les urge, por qué están desesperados, realmente estás buscando la necesidad de la gente y el lenguaje que están utilizando. Y en el caso de las encuestas estás profundizando en conocer las **características**, no es tanto las necesidades y el problema que tienen, sino más bien las características.

Ahora, te preguntarás si te recomiendo uno en vez del otro. La respuesta es NO. Te recomiendo los dos, porque primero con la página de pregunta vas a poder tú identificar cuál es el problema, la **necesidad** de la gente y con las encuestas, con las encuestas electrónicas vas a poder saber cuáles son las **características** de la persona. Imagínate que en la página de preguntas tú pudiste ver que la gente quiere una dieta rápida sin medicamentos, por ejemplo, bajar de peso con una dieta rápida y sin medicamentos y de repente en las encuestas electrónicas tú les haces preguntas: qué edad tienes, eres hombre y mujer, cuántos hijos tienes, en dónde vives, o sea, un estudio más demográfico, preguntas más acerca de las características de la persona y entonces tú te vas a comunicar mucho mejor con esta gente, porque además de saber que no quieren medicamentos, sabes que quieren una dieta y quieren bajar de peso rápido.

En este ejemplo, pues vas a saber también, por ejemplo, imagínate que te das cuenta que el 95% son mujeres, que tienen entre treinta y cuarenta y cinco años, que no tienen hijos, por ejemplo, son solamente ejemplos. Pero imagínate cómo vas a hacer tu página, mucho mejor, te vas a comunicar con tu mercado de una mucha mejor forma, porque obviamente vas a conocer cuáles son las características de tu mercado.

Entonces si utilizas una herramienta está muy bien, pero si utilizas las dos herramientas, las dos técnicas créeme que le vas a ganar a la mayoría de tus competidores, porque te vas a comunicar mucho mejor con tu mercado hambriento.

El tercer paso es muy interesante, yo no he visto a nadie, o muy poca gente lo implementa y yo lo denomino **consultoría gratuita**. Es muy sencillo, pon mucha atención. ¿Qué significa consultoría gratuita? Significa ayudar a una persona con un problema relacionado con un tema específico para poder entender mejor la forma y el fondo de la situación.

Te voy a explicar exactamente a qué me refiero con esta gran definición. Simple y sencillamente **consultoría gratuita** es, imagínate tú que pudieras generar visitantes a una página de Internet, pedirles su nombre y su correo electrónico, únicamente, necesitas su nombre y su correo electrónico.

Ya que tienes su correo electrónico los vas a contactar por correo y les vas a decir: “me doy cuenta que tienes este problema”, por ejemplo, vamos a suponer que el mercado es cómo organizar una boda, por ejemplo, y suponiendo que tú eres experto en organizar bodas, les pides su nombre y su correo, los contactas y les dices: “me doy cuenta que tienes el problema, que quieres organizar una boda, te ofrezco ayudarte, no te voy a cobrar absolutamente nada, te ofrezco gratis ayudarte en forma gratuita, dame tu número telefónico, nos conectamos por algún servicio de Messenger, por ejemplo, hablamos y te ayudo”.

Y los ayudas, y realmente los ayudas y les das consultoría totalmente gratis, los ayudas, les demuestras que eres un experto, les ayudas sin ningún interés de recibir nada a cambio, no vas a recibir absolutamente nada, no te van a pagar la consultoría.

Entonces te estás preguntando: ¿yo qué gano? Ganas conocimiento, ganas conocimiento de tu mercado. Esa técnica vale oro, créeme. Vas a conocer, vas a poder hablar con tu mercado, con una persona de “real”, no con un robot, vas a hablar por teléfono con esa persona a quien vas a ayudar y genuinamente te pido que la ayudes, no únicamente que lo hagas para conocer el mercado, ayuda a esa persona.

Para poder ayudarla de una mejor forma pregúntale, “cuál es tu problema, cuál es tu situación, cómo llegaste a esto”, identifica, una pregunta te lleva a otra pregunta y otra pregunta y otra pregunta.

Ya con más información, obviamente tú los puedes ayudar mejor, pero de esta forma no te estás comunicando con miles de personas simultáneamente, sino con una a la vez. Entonces con una a la vez puedes hacer una anotación de cuál es el fondo, cuál es la necesidad que tiene y cuál es la forma, es decir, cuál es el lenguaje que está utilizando. Y hacer todas las anotaciones porque esta información vale oro.

¿Qué herramienta te recomiendo en este caso? y te digo, soy radicalmente honesto contigo, te pido que seas radicalmente honesto con tu mercado también. Aquí sí hay un enlace de afiliado, yo recomiendo ampliamente este servicio, porque yo lo utilizo, lo utilizo con la mayor parte de mis páginas. Es www.contactofrecuente.com, te redirige a un servicio llamado aweber.com, que es el que yo utilizo para mis páginas de Internet, y simple y sencillamente este es un sistema del que tú puedes capturar correos electrónicos de la gente, puedes capturar su nombre, su correo electrónico, y poderlos contactar más adelante.

Entonces yo te lo recomiendo, www.contactofrecuente.com, para que tú puedas implementar esta técnica, y la metodología es, punto número uno, campaña de Google Adwords, o sea, genera una campaña en Google Adwords que te mande visitantes a una página de Internet. En este caso te pido una disculpa nuevamente, dice página de pregunta, pero en este caso sería página para una consultoría gratuita.

Pero simple y sencillamente los mandas a una página de Internet, en esta página de Internet va a decir: escribe tu nombre y tu correo electrónico para recibir, por ejemplo, una hora gratis de consultoría en el tema de... y ahí pones tu tema, organizar una boda, organizar un viaje, el tema que sea. Entonces simplemente escribe tu nombre y tu correo electrónico para recibir una hora gratis de consultoría acerca de tal tema, equis tema, el que tú hayas elegido.

Vas a empezar a través del servicio que está en www.contactofrecuente.com a recolectar los correos y lo único que tienes que hacer es contactar a la gente, darles su consultoría y puedes únicamente activar tu campaña en un día, no necesitas más, en un día tal vez vas a juntar cincuenta o cien correos electrónicos más que suficiente para tener en una gran cantidad de prospectos de gente que tú puedas comunicarte con ellos, conocer sus problemas, entender su lenguaje y tener, el cuarto paso, que es la llamada telefónica, entenderlos, hacer las anotaciones y esa es la tercera técnica de la interacción inmediata que es consultoría gratuita.



Entonces las tres técnicas son: punto número uno, **página de pregunta**; punto número dos, **encuestas electrónicas**; y punto número tres, **consultoría gratuita**.

Finalmente tu tarea, con eso termino, este curso llamado "**CONOCIENDO A TU MERCADO HAMBRIENTO**", date cuenta la importancia que tienen las dos técnicas que compartí contigo que son **investigación inmediata** e **interacción inmediata**, para realmente conocer las necesidades y el lenguaje de la gente, del mercado que estás buscando.

¿Cuál es tu tarea? Quiero que la hagas, que realmente la implementes, como te he dicho **implementación inmediata**, no la hagas mañana, hazlo el día de hoy, de lo contrario nunca lo vas a hacer.

La primera tarea es **describe tu personaje virtual** en una hoja, es decir, con toda la información, después de haber implementado todas las técnicas que acabo de compartir contigo, quiero que tomes una hoja de papel y quiero que en una hoja, no más y no menos, no quiero en media, no quiero en cuatro, no quiero en noventa, quiero que en una hoja por un lado describas muy detalladamente tu personaje virtual, es decir, cuál es su nombre, cuántos años tiene, cuántos hijos tiene, dónde vive, dale nombre, dale apellido, hazlo vivo, porque realmente esta es la única forma como te vas a poder comunicar mejor con tu mercado, pero este es el resumen realmente de toda información que recolectaste utilizando las técnicas que yo compartí contigo el día de hoy.

Segundo concepto, ya que tú describes a tu personaje virtual quiero que **encuentres una imagen**, puede ser una revista, en un periódico, en el Internet, una imagen que realmente personifique a este personaje virtual, que realmente tú lo puedas ver, puede ser un personaje ficticio, puede ser un personaje de una caricatura, puede ser un personaje que encuentres en Internet, en una revista, un periódico, pero que cuando tú lo veas realmente puedas ver a tu personaje virtual y puedas ver por medio de él a gran parte de tu mercado.

¿Por qué quiero que lo hagas? Porque quiero que lo tengas frente a ti cuando desarrolles tu página de Internet, cuando desarrolles tu producto de Internet, cuando desarrolles cada uno de los conceptos que siguen más adelante. Ya que al crear tu página, al crear tu producto, al crear tu vídeo o tu audio, no lo vas a hacer bien, créeme, si no tienes esta imagen de tu personaje virtual frente a ti. Será la imagen con la que realmente te puedas comunicar.

Yo lo hago, en este momento que estoy hablando contigo tengo a mi personaje virtual, sé realmente cuál es tu necesidad, sé que te urge ganar dinero, sé que probablemente hayas buscado muchas oportunidades de negocio y te ha costado mucho trabajo, tal vez te han engañado en el pasado y realmente ya estás frustrado porque realmente no has encontrado una forma de ganar dinero rápido.

Sé perfectamente bien cómo te sientes, porque me tomé el tiempo de conocer a mi mercado, conocer a mi personaje virtual, lo tengo enfrente de mí, y por eso es que me sé comunicar contigo y te pido que hagas lo mismo, te pido realmente que hagas lo mismo, y sobre todo, concluyendo, te pido de verdad que des valor al mundo, que ayudes a la gente, que utilices las técnicas que te estoy enseñando para crear una diferencia en el planeta, para crear una diferencia positiva en el mundo, que realmente soluciones los problemas que tiene la gente. Imagínate la responsabilidad que tienes al tú aprender todas las técnicas que estoy compartiendo el día de hoy, tienes una gran responsabilidad porque sabes cómo conocer los problemas de la gente, ahora de verdad comprométete a que vas a dar un valor en el mundo y que vas a ayudar a resolver esos problemas.

No sabes qué gusto me dio compartir esos conceptos contigo, este módulo, me dio muchísimo gusto crearlo para ti porque realmente te quiero ayudar y quiero que juntos construyamos tu negocio a través del Internet.

Te mando un muy fuerte abrazo, seguiremos en contacto, que pases un excelente día y una excelente semana.

Te mando un fuerte abrazo, mi nombre es Alex Berezhowsky.