



Alex *en* Vivo

## MÓDULO #1

# EL MODELO EXACTO QUE ME PERMITIO SER LIBRE

Por Alex Berezowsky

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, por escrito, de Insspira Publishing Inc.

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

### **Extención 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=64>

## EL MODELO EXACTO QUE ME PERMITIO SER LIBRE

Hola, soy Alex Berezowsky y te doy la más cordial bienvenida al primer módulo de “Alex en Vivo”. Este módulo está titulado como “**EL MODELO EXACTO QUE ME PERMITIÓ SER LIBRE**”.

Quiero que pongas mucha atención en la información que vas a escuchar el día de hoy. Voy a compartir contigo paso a paso el modelo exacto que yo, a través de los años, a través de los meses he utilizado, he perfeccionado a través del Internet.

Quiero decirte que este modelo, que voy a compartir contigo el día de hoy, nunca lo había compartido con nadie. Realmente es un modelo que yo soy muy celoso de compartir con la gente, porque en gran parte es lo que me ha hecho tener éxito cada una de las veces que yo inicio un negocio a través del Internet, en industrias totalmente diferentes, en nichos de mercado totalmente distintos, utilizo exactamente el mismo modelo de negocio y cada vez o la mayoría de las veces me funciona, y cuando no me funciona créeme que no es por una falla en el modelo de negocio, simple y sencillamente es por circunstancias en el mercado, en la economía, pero te puedo decir que la mayor parte de las veces que yo he implementado este negocio me ha funcionado.

Ahora, quiero transmitirtelo primero que nada, por qué la importancia de un modelo de negocio y por qué empiezo con este tema tan fundamental como es un modelo de negocio.

Quiero decirte que realmente la diferencia muchas veces entre un negocio exitoso y un negocio que se va al fracaso, la diferencia entre un negocio que tiene utilidades y un negocio que tiene pérdidas muchas veces es simplemente el **modelo de negocio**, no es cuestión de cambiar el producto, no es cuestión de cambiar la mercadotecnia, la imagen de la empresa. La mayor parte de las veces la única diferencia es el **modelo de negocio**.

Puedes tú realmente transformar un negocio, y a mí me ha pasado, me ha sucedido anteriormente, un negocio que estaba en pérdidas, que yo estaba perdiendo literalmente dinero, y únicamente cambiando el modelo de negocio es que he podido transformar este negocio y pasarlo de pérdidas a ganancias y literalmente en 24 horas, y me ha pasado.

Entonces, pon mucha atención porque es fundamental el concepto del modelo de negocio.

Ahora, quiero decirte que este modelo de negocio que voy a compartir contigo el día de hoy me ha costado mucho, me ha costado mucho dinero, mucho tiempo, bastante esfuerzo realmente llegar a este modelo de negocio. Ya te platicaré más adelante en esta presentación todo lo que yo tuve que pasar para poder llegar por fin a este modelo, para entenderlo.

Y quiero decirte que fue mucha prueba y error, tuve que fallar, tuve que cometer muchos errores, tuve que fracasar en bastantes negocios a través del Internet.

Yo hubiera querido que mi primer negocio en Internet hubiera sido exitoso y lamentablemente no fue así. Fracasé bastantes veces, pero gracias a esto, gracias a que fracasé, a que gasté mucho dinero y que desperdicié mucho tiempo realmente es que pude entender cómo sí funciona el Internet y cómo hay un modelo probado, que yo he implementado no una vez sino varias veces en diferentes industrias, y hoy lo quiero compartir contigo.

Ahora, quiero platicarte un poco de mi historia, y quiero contártela para que entiendas cómo fue que yo llegué a este modelo de negocio, te vas a dar cuenta de que posiblemente estaba yo en una situación muy parecida a la tuya en este momento, y si no hubiera sido porque fui persistente y porque estuve, seguí buscando cuál era el modelo que funcionara, es que hubiera fracasado desde el principio, porque me costó bastante trabajo llegar a lo que sé el día de hoy.

Quiero compartir contigo que mi pasado, mi pasado es bastante tradicional, vengo de una familia muy tradicional, de hecho para mis papás, posiblemente igual que los tuyos, la seguridad académica era muy importante, como la mayor parte de los padres de familia, para ellos la seguridad académica representaba una seguridad profesional, una seguridad económica.



Y realmente mi pasado fue tradicional, fui a la escuela, fui a la universidad, estudié una licenciatura, todavía después de la licenciatura estudié dos maestrías, como ya te lo he comentado anteriormente, estudié dos maestrías en el extranjero, en Australia, estudié una maestría en Administración de Empresas y otra en Mercadotecnia.

Y terminando yo las maestrías estaba yo en Australia, estaba viviendo en Sidney y fué entonces cuando me hice una pregunta a mí mismo y esta pregunta fue, qué quiero hacer de mi vida. Me imagino que te ha de haber pasado muchas veces este momento en el que llegas a un instante de cambio en tu vida, y realmente no sabes para dónde seguir caminando, no sabes hacia dónde avanzar.

Cuando terminé mi segunda maestría en Australia, no sabía qué hacer, mi pasado era tradicional, mi pasado académico, realmente la inercia social que yo tenía, porque toda la gente, todos mis amigos, toda la gente que me rodeaba estaba haciendo lo mismo, pues me decía que yo tenía que buscar un trabajo, que ya tenía la preparación académica suficiente para iniciarme en un trabajo, para pedir un trabajo y para empezar a ascender en la escalera corporativa que ya todos conocemos.

Ahora, afortunadamente cuando regresé de Australia, regresé a mi país, hablé con mi familia y les dije: “bueno, está bien, voy a pedir un trabajo”. Me costaba mucho trabajo, la verdad, aceptar la idea de que después de estar encerrado tanto tiempo, y para mí era estar encerrado, en las aulas de la universidad dentro de un sistema, sin descansar pasara yo de estar encerrado en un sistema académico a estar encerrado en un sistema ahora corporativo, en un cubículo de 8 o 9 de la mañana a 5 ó 6 de la tarde.

Y les dije a mis papás: “¿saben qué?, antes de pedir un trabajo me voy a dar la vuelta al mundo, voy a ir a viajar”. Tenía la verdad muy poco dinero ahorrado en ese momento, había estado estudiando los últimos años, no había trabajado, tenía muy pocos ahorros. Y con estos pocos ahorros tomé la decisión de comprar un boleto de avión que de hecho se llama “Around the World”, con este boleto tú puedes dar la vuelta al mundo literalmente, puedes parar en cuatro o cinco ciudades o destinos en cada continente.

Y el poco dinero que yo tenía ahorrado decidí gastarlo en dar la vuelta al mundo y bueno, me fui, conocí lugares, ya te podrás imaginar, conocí lugares como Chile, Argentina, Escocia, Noruega, Hong-Kong, Tailandia, conocí Malasia, España, China, Cuba, Nueva Zelanda... una gran cantidad de países que yo nunca realmente había soñado en conocer.



Me decidí hacer ese viaje porque para mí era el último viaje de la independencia, el último viaje de la libertad antes de regresar a lo que era un sistema que de alguna forma me encadenara otra vez, como era el “pedir trabajo”, un empleo tradicional..

Entonces bueno, hice este viaje alrededor del mundo y en un momento de este viaje tuve la oportunidad de estar en la Muralla China, en la Gran Muralla China, a las afueras de Pekín, y bueno, fui con un grupo de personas, un grupo de viajeros, éramos como unas veinte personas más o menos que fuimos en este paseo. Y, bueno, todo este día yo me la pasé con esas personas, llegamos a la Muralla China, y yo me acuerdo que había una persona en particular que me llamó la atención, era un empresario que estaba en el grupo, y se veía que era un hombre con mucho éxito, iba vestido de ropa casual, con su cámara fotográfica.

Según él estaba trabajando, porque de hecho ya me platicó después que tiene una empresa que se dedica a comercializar pianos, él importaba pianos de China, los importaba a Europa, y él estaba en teoría trabajando, y de hecho sí, porque fue a una exposición, pero bueno, podía viajar, podía darse el lujo de darse este paseo a la Muralla China, de ir a comer a restaurantes bastante buenos, y bueno, todo esto porque tenía su propio negocio.

Yo lo veía bastante exitoso, tenía como unos 50-55 años, tenía su propio negocio, yo lo veía totalmente libre, sin preocupaciones, era realmente una contraparte de lo que yo siempre había visto en una persona de esa edad, una persona en esa edad en el modelo tradicional que yo estaba acostumbrado a ver, una persona de 50-55 años seguramente debería estar encerrado en una oficina con un traje y una corbata y no viajando por el mundo.

Esta persona se me hizo muy interesante y un día decidí ir a comer con él. Cuando comí con él le dije: “por favor, dime, yo acabo de terminar ya mi vida académica, estoy a punto de empezar a trabajar, ¿qué me recomiendas? ¿Me recomiendas empezar a trabajar en una empresa, adquirir experiencia profesional y después iniciar mi negocio como en unos diez años, ya que tenga más experiencia? ¿O por el contrario me recomiendas empezar de una vez mi negocio?”.

Y todavía recuerdo lo que me dijo, me contestó: “Yo no lo dudaba en empezar tu negocio en este momento, todo lo que tú tengas que aprender acerca de iniciar una nueva empresa e iniciar un nuevo negocio lo vas a aprender sobre la marcha, no hay ninguna empresa multinacional, ninguna gran empresa, gran compañía en la que tú puedas aprender cómo generar riqueza propia, cómo hacer una empresa de la nada, lo único que tienes que hacer es lanzarte, hacer una empresa propia desde el día de hoy y todo lo que tú tengas que aprender lo vas a aprender en el camino”.

No te imaginas cómo me llegó al corazón lo que me dijo él, regresé a México, regresé a mi país, a México y de repente, bueno, después de dar la vuelta al mundo mi familia estaba esperando ansiosamente mi regreso, sabían que en teoría venía a buscar algún trabajo y pues les dije la sorpresa de que no iba a pedir trabajo sino que iba a iniciar mi propio negocio.

¿De qué? No tenía ni la menor idea qué iba a hacer, qué iba a vender, pero lo que hice para forzarme a empezar mi propio negocio fui con un notario al día siguiente, registré una empresa para vender no sé qué, porque no sabía absolutamente nada de lo que iba a vender, pero para forzarme a iniciar mi propio negocio fui con un notario, di de alta una empresa, ya tenía a las 24 horas una compañía registrada en el país y estaba yo listo para empezar un negocio.

Ahora, como ya tengo una empresa me obligué a buscar oportunidades de negocio, así como tú ya estás buscando oportunidades distintas de negocio, que de hecho al principio si te soy totalmente honesto, pensé en comercializar cualquier cantidad de productos, pensé en exportar plata, joyería, todas las ideas que se le vienen a la mente a un emprendedor en busca de nuevos proyectos.

Y un día al leer una revista en un aeropuerto cambió totalmente mi vida. Porque estaba yo a punto de subirme a un avión y había una tienda de revistas y me metí a ojear unas revistas, estaba viendo una revista y una en particular llamada “**Business 2.0**”, que de hecho ya no la hacen, ya no la imprimen, pero esta revista yo la tomé, la empecé a leer, empecé a ojear algunos artículos y había una universidad en particular que hablaba de las tendencias de mercadotecnia del año anterior, y una de las tendencias de las que hablaba, era acerca de la mercadotecnia por Internet, cómo vender productos en Internet y cómo lo podías hacer desde tu casa o desde cualquier parte del mundo.

Me acuerdo perfectamente que venía la imagen de una persona como de 21 o 22 años, él era de ascendencia china seguramente o de algún país asiático, vivía en San Francisco, California y ganaba 20,000 dólares mensuales, me acuerdo perfecto. 20,000 dólares mensuales para mí en ese momento era una cantidad inalcanzable, imagínate 20,000 dólares mensuales desde tu casa, en tu computadora, con el Internet, yo no lo podía creer.

Actualmente, afortunadamente ya puedo ganar esa cantidad de dinero, y de hecho hay días que los he ganado en un solo día, y eso lo pude alcanzar gracias a que entendí el modelo de negocio. Pero en ese momento para mí 20,000 dólares mensuales eran algo totalmente inalcanzable.

Pero en fin, transformó mi vida esa revista porque ahí tomé la decisión de que ya sabía yo, ya tenía incorporada la empresa, ya sabía yo ahora que no iba a descansar hasta que pudiera tener una calidad de vida similar a la de esa persona, a la persona que vi en la revista, sabía que era una de las mayores tendencias en mercadotecnia y tenía la prueba en esa persona que ya estaba ganando dinero.

Ahora, te voy a platicar mi primer fracaso en Internet, y te lo voy a platicar para que entiendas exactamente qué es lo que no debes de hacer. Muchas veces cuando los emprendedores inician páginas de Internet, no sé si hayas tú escuchado las estadísticas pero según Michael Gerber, que es el autor del libro "E-myth", el 80% de las nuevas empresas fracasan dentro de los primeros cinco años y del 20% que quedan, el 80% de ese 20% fracasan en los siguientes cinco años, lo cual significa que en los primeros diez años de vida de las empresas el 96% van a fracasar.

Entonces te digo esto porque la mayor parte de los emprendedores en Internet que fracasan, como me pasó en mi primer negocio en Internet, se dan por vencidos, prueban un modelo, no funciona, se dan por vencidos y posiblemente piden un trabajo, se van a trabajar en otra cosa, inician otro negocio, pero yo lo que te puedo decir es que gracias a mi primer fracaso en Internet es que hoy puedo ser totalmente libre.

Después de que yo leí esta revista, me puse a investigar, seguramente como tú lo has hecho, en el Internet, me puse a buscar diferentes cursos, diferentes entrenamientos, libros de cómo ganar dinero a través del Internet, y se me ocurrió a mí empezar a estudiar un poco acerca del pago por clic de la publicidad en Internet, de los diferentes esquemas para generar tráfico a las páginas, y bueno, decidí vender utensilios de cocina en Internet, imagínate, yo iba a vender licuadora, lavadoras, refrigeradores, tostadores de pan, todo tipo de accesorios para el hogar y para la cocina, de hecho mi página se llama Home, Kitchen and More, que significa Casa, Cocina y Más, era mi primer página de Internet.

Iba a vender, según yo, productos en Internet que me iban a pagar una comisión, me pagaban de hecho entre 2 y 3% de comisión por vender cada uno de esos productos, y empecé a pagar publicidad para que la gente visitara mi página. Como yo lo había estudiado en los diferentes cursos que estudié en comercio electrónico en el Internet.

Entonces empecé, yo dije: “bueno, ya sé cómo generar tráfico, voy a generar tráfico a mi página, voy a vender, voy a pagar hasta publicidad, voy a venderles productos de cocina y para el hogar y voy a recibir un 2 ó 3% de comisión, y con esta comisión es suficiente para pagar la publicidad y para tener una utilidad además”.

Entonces bueno, estaba yo a unos minutos del lanzamiento de mi página, ya estaba la tarjeta de crédito, imagínate, estaba la tarjeta de crédito ya puesta para que me empezaran a cobrar dinero de publicidad cuando empezara a generar tráfico en mi página.

Puse mi tarjeta de crédito, fue el gran día de mi lanzamiento, pasó el primer día y no hubo ninguna venta. Gasté no me acuerdo exactamente cuánto, pero fueron más de 100 dólares, pasó el segundo día, otros 100 dólares o más, tercer día, iban 300 dólares, cuarto día 400 dólares y yo llegué a gastar como 750 dólares, iban como seis o siete días y no vendía absolutamente nada.

No entendía por qué, yo había hecho un portal como los que yo veía que tanto había en el Internet, y había puesto todos los anuncios de todos los productos, había de todo: licuadoras, tostadores, lavadoras, todo tipo de productos para el hogar y realmente yo veía que la gente visitaba mi página y de hecho había cientos de personas que estaban entrando en mi página, yo estaba pagando por esas visitas y no compraban.



Y bueno, ya como al séptimo día compraron, creo que me compraron una licuadora y esa licuadora me habrá dejado como unos 3.50 dólares de la comisión. Y ya te imaginarás después de haber gastado yo como 750 dólares, y mi ganancia, bueno, no mi ganancia, mi comisión fue de 3.50, yo había perdido casi todo, había perdido casi 800 dólares en mi primer semana en Internet.

Entonces te cuento esta historia de cómo empecé yo en el Internet, porque este fue un eje de cómo un modelo de negocio erróneo, como un modelo de negocio que no está probado por alguien más, te puede inmediatamente llevar al fracaso. Entonces este fue mi primer fracaso a través del Internet.

Ahora, antes de que yo comparta contigo el que sí funciona, cuál es el modelo que yo después de muchos años he perfeccionado y ya funciona. Te voy a compartir lo que es finalmente un modelo de negocio.

Un **modelo de negocio** no es otra cosa más que un **sistema probado para ganar dinero**, no únicamente a través del Internet.

En cualquier industria un modelo de negocio es un sistema probado que tú puedes utilizar para ganar dinero.

Te voy a poner un ejemplo para que entiendas la importancia de un modelo de negocio. Imagínate que tú quieres iniciar, por ejemplo, un restaurante y lo vas a poner en una zona en donde hay muchos restaurantes, y en esta zona en la que tú lo vas a poner la mayor parte de los restaurantes compiten por precio, realmente es una zona no de restaurantes de lujo, sino es una zona de restaurantes muy baratos para la gente que realmente está buscando una opción bastante económica y que va a esta zona. Y tú abres tu restaurante, lo pones rodeado de otros restaurantes, con un modelo de negocio tradicional te diría que lo que tienes que hacer en este caso pues sería simplemente cobrar lo menos que puedas, pagar lo mismo que todos paguen por la comida, el mayoreo, cobrar lo menos que tú puedas por la comida e intentar competir con todos los demás, que obviamente tienen más experiencia que tú en el ramo porque tú estás empezando.

Ahora, qué pasa si por el contrario, tú piensas en un modelo de negocio totalmente nuevo y totalmente diferente y dices: “voy a perder dinero en la comida pero voy a llenar mi restaurante y una vez que la gente esté en mi restaurante comiendo voy a venderles bebidas y en las bebidas o en los postres, por ejemplo, es donde realmente va a estar la utilidad”.

Entonces haces anuncios de comida mucho más barata que tus competidores, realmente que llenes el restaurante, que toda la gente que vaya pasando por esa calle prefiera tu restaurante porque es exageradamente más barato que los demás, y obviamente tú tienes una estrategia que estás perdiendo dinero en esos platillos pero tú sabes que una vez que la gente esté en tu restaurante y pida los platillos tú les vas a ofrecer bebidas y la gente va a querer bebidas y las bebidas son más caras que los alimentos, tienen más margen y ahí es donde va a estar la utilidad.

Entonces imagínate con este modelo de negocio tan sencillo tú puedes transformar de ser un competidor que pierda dinero, a ser un competidor que se lleve de calle a la competencia y que realmente puedas tener utilidades.

Entonces bueno, es un simple ejemplo, pero así como esto hay muchos modelos de negocio, que únicamente con el simple hecho de implementarlos puedes transformar un negocio con pérdidas a uno que tenga utilidades.

Ahora, ¿cuáles son los modelos de negocio en Internet? Vamos a aterrizar un poco este concepto y vamos a hablar un poco de los modelos de negocio a través del Internet.

Hay distintos modelos de negocio, te voy a hablar de los más comunes, de los más populares en Internet y no te estoy diciendo que te recomiende todos estos, simplemente para que tengas un panorama general de qué es lo que existe.

El primer modelo es **imagen**, una página que su único objetivo es dar imagen a una empresa, imagínate una compañía como Coca-Cola, por ejemplo, o como McDonald's, una empresa muy grande, una empresa multinacional, y que tiene una página de Internet.

En esta página de Internet McDonald's seguramente no te va a querer vender una hamburguesa o Coca-Cola no te va a querer vender un refresco, o sea, su objetivo no es que tú tomes el teléfono y pidas una Coca-Cola para que te la manden a tu domicilio, su objetivo no es vender, su objetivo es generar imagen, posicionar su marca en tu mente para que el día que tú vayas a una tienda y veas una Coca-Cola la prefieras a comparación de la competencia.

Entonces este tipo de páginas obviamente yo personalmente no las recomiendo para un emprendedor como tú que estás empezando un negocio a través del Internet, porque necesitas un presupuesto bastante grande como esas grandes empresas multinacionales, para que tú puedas darte el lujo de gastar mucho dinero en imagen y no depender de que la gente compre en tu página tu producto.

Ahora, ¿cuál es el siguiente modelo? El siguiente modelo en Internet son **los portales**, yo no sé si tú conozcas una página, por ejemplo, como Amazon, Amazon.com. Es una página que vende libros, bueno, empezó vendiendo libros y actualmente vende muchísimos productos diferentes.

Y un portal simple y sencillamente es una página en Internet que vende una gran cantidad de productos físicos, pueden ser, por ejemplo, artículos de ropa, artículos para el hogar, libros, hay una gran cantidad de productos que puedes vender y esto es el concepto de un portal, tener una página en la que ofrezcas una gran cantidad de productos físicos, por lo general te hacen un pedido y tú lo envías, y yo tampoco recomiendo este segundo modelo, porque imagínate tú la complejidad de tener un inventario tan grande de productos y cada uno de los pedidos, cada una de las órdenes que tú recibas tienes que enviar, tienes que tener una logística totalmente estructurada y realmente vas a competir con los grandes, vas a competir con Amazon, vas a competir con las grandes empresas, no te digo que sea imposible pero yo no lo recomiendo, no es un modelo sencillo para empezar a través del Internet.

El siguiente son, ya las famosas **redes sociales** que últimamente ya están de moda, me imagino que has escuchado de Facebook, seguramente lo utilizas y todas las redes sociales que ya están creciendo bastante. Yo no te recomiendo tampoco competir con ellas, porque las redes sociales obviamente su modelo de negocio es generar un tráfico viral, que la gente empiece a recomendar, a utilizar el servicio, que lo empiece a recomendar con todos sus amigos, con toda la gente, ya que tengan mucho tráfico entonces cobrar por lo general por publicidad, es el modelo de negocio más común, lo puedes hacer pero yo no te recomiendo este modelo porque realmente es sumamente complicada la tecnología, tienes que saber lo que estás haciendo y no es tan fácil sin tú saber de la tecnología del Internet el hecho de que tú puedas llegar y competir con un Facebook o competir con alguna red social de esta naturaleza.

Mucha gente dice, por ejemplo, que quieren iniciar sus redes sociales para un nicho muy específico, y podré hacer pero yo si me preguntas qué modelo de negocio es más fácil para iniciar un negocio en Internet, yo no te recomiendo las redes sociales.

El siguiente es **páginas de contenido**, páginas de contenido imagínate un periódico, una revista, por ejemplo, que publican artículos periódicamente, por ejemplo, una revista de golf que tiene una página de Internet, publica los torneos, publica toda la información relacionada con el golf. Y bueno, el objetivo de una páginas de contenido generar visitantes, visitantes fieles que se acostumbran a visitar esa página y tú puedes llegar ya si tú ya tienes una página que tiene equis cantidad de visitantes al día, puedes llegar con empresas, en este caso de golf, por ejemplo, que anuncien productos de golf y vender publicidad.

Entonces es un esquema atractivo, sin embargo yo tampoco lo recomiendo porque tú no tienes control absoluto sobre las utilidades que va a estar generando tu página, siempre vas a depender de los negocios de otros, en este caso los anunciantes.

Imagínate que, por ejemplo, tienes cuatro anunciantes y hay una crisis económica y los cuatro anunciantes ya no quieren gastar en publicidad, por ejemplo. En ese momento tu negocio pues se va a la bancarrota inmediatamente, porque tu negocio depende de los anunciantes, no tienes el control absoluto del producto final que se está vendiendo, y es por esto que yo no te recomiendo el modelo de negocio páginas de contenido.

Te estoy explicando, te repito, todos los modelos de negocio, hasta ahora ninguno de esos modelos son los que yo te recomiendo, pero simplemente para que entiendas cómo funciona el Internet y en dónde está ubicado exactamente el modelo que yo te voy a recomendar.

El quinto modelo son **las subastas**, seguramente conoces eBay o Mercado Libre, todas estas páginas en las que los usuarios venden sus cosas y realmente el mercado es el que dice: “bueno, yo estoy dispuesto a pagar tanto”, y llega otra persona y está dispuesta a pagar más y de alguna forma el mercado, la gente que va a comprar son los que definen cuánto están dispuestos a pagar.

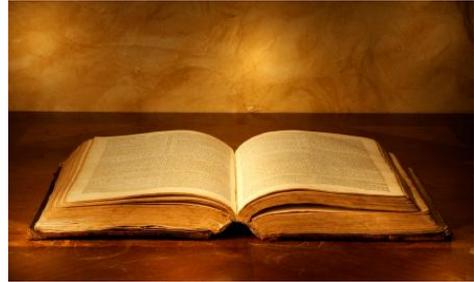
Entonces yo no sé si tú quieres competir con un Mercado Libre, con un eBay, va a estar bastante complejo, se puede hacer, no te digo que no, pero yo no te recomiendo este modelo, es bastante cara la tecnología, tienes que tener una logística bastante compleja para administrarlo.

Ahora, ¿cuál es el modelo que yo te recomiendo? Se llama **venta directa**. Venta directa es simplemente establecer un mecanismo de contacto directo con un cliente final para poder venderle un producto o un servicio.

Entonces tenemos un producto y un cliente a la vez. En este tipo de páginas vas a vender un producto a la vez, no vas a vender 30, o 40, o 50 productos, vas a vender un producto a la vez a un cliente cada una de las veces. Te vas a dirigir a un cliente por vez, le vas a vender un solo producto, no lo vas a hacer a través de intermediarios, lo vas a hacer directamente y tu labor en venta directa es convencer a cada una de las personas que entran a tu página, de comprar en ese momento tu producto o tu servicio.

Ahora, te voy a explicar un poco de la historia de la venta directa, y es importante que la entiendas porque te vas a dar cuenta cómo la gente, los visionarios que entendieron y que crearon la venta directa son los que realmente se hicieron millonarios, gente que hizo mucho dinero hace muy pocos años, en el siglo anterior de hecho muchos de ellos, y de hecho es gente que entendió las tendencias mundiales, aprovechó las diferentes tendencias que estaban sucediendo y gracias a eso es que pudieron ellos generar negocio, generar un negocio literalmente de la nada.

La venta directa viene realmente desde el siglo XV cuando empezó la imprenta, cuando Gutemberg inventó la imprenta, en este siglo que se inventa por primera vez el concepto de poder replicar o multiplicar un texto escrito. Imagínate cuando antes de esto alguien quería vender un libro, si tú quieres publicar un libro tienes que escribirlo, si quieres vender veinte copias tienes que escribir veinte copias, treinta copias, cuarenta copias. Y de repente se inventa la imprenta y ya puedes... fue el primer realmente, el primer momento en el que el ser humano se puede clonar, simplemente clonarte significa que tú puedes replicar tu mensaje, puedes multiplicar lo que estás diciendo de una forma totalmente automatizada.



Entonces imagínate, en el siglo XV cuando empieza la imprenta y realmente en este siglo empezaron a distribuirse los primeros catálogos de venta directa. Se mandaban a diferentes casas catálogos ofreciendo productos, en el siglo XV, imagínate, fueron los primeros signos de que ya empezaba la venta directa.



Ahora, la venta directa moderna, realmente la que está más cercana a nuestros tiempos, a nuestra era, y la que se parece mucho más al modelo de negocio que te propongo yo en Internet, que es venta directa en Internet. Realmente la inició un hombre, una persona de nombre Aaron Montgomery Ward. Él era de Estados Unidos, vivía en Chicago a finales del siglo XIX trabajaba para varias empresas diferentes, trabajaba de vendedor, de viajero, lo mandaban a viajar a diferentes lugares en Estados Unidos para vender sus productos y por lo general lo mandaban a poblados en Estados Unidos, en el Sur de Estados Unidos.

Y él iba y ofrecía sus productos y hacía todo este recorrido en el tren, recorridos bastante largos y un día Aaron Montgomery Ward estaba en el Sur de Estados Unidos y de repente identificó lo que yo denomino como un **MERCADO HAMBRIENTO**, él estaba en uno de los poblados y de repente se dio cuenta que todos los campesinos y todos los granjeros que estaban muy lejos de las ciudades, que no tienen ninguna ciudad cerca de ellos, dependían de unas tiendas que les vendían productos bastante caros y de muy mala calidad, porque obviamente no tenían opciones.

No tenían forma de ir a la ciudad para comprar otros productos, tenían que depender de esas tiendas que estaban cerca de las granjas o cerca de esos poblados, y obviamente los dueños de estas tiendas estaban felices de la vida, porque les vendían productos carísimos, productos exageradamente caros, sin embargo de muy mala calidad.

Entonces esta persona, Montgomery Ward identificó esta necesidad y lo que hizo, como ya existía el correo, existía el ferrocarril, juntó las tendencias de la historia en ese momento y lo que hizo fue un modelo de venta directa, lo que hizo fue mandar cartas por correo a cada una de esas personas con un catálogo de productos y ellos podían ordenar vía correo, ya no tenían que hacerlo físicamente en la tienda, por correo podían ordenar cualquier producto del catálogo y se les iba a mandar, de hecho no a su domicilio en ese momento, se mandaba a la estación de ferrocarril más cercana.

Pero imagínate para ellos que antes de esto tenían que caminar muchos kilómetros para ir a una tienda y ahora podían ir simplemente a la estación de ferrocarril más cercana a recoger lo que ellos habían ordenado.

Fue un concepto que revolucionó totalmente la mercadotecnia, fue el primer concepto de venta directa. Ahora Montgomery Ward estaba vendiendo directamente productos a los clientes, es un modelo de venta directa, como te he comentado. Y entonces revolucionó totalmente la industria.

Y para no hacerte el cuento largo, él llegó a ser una de las empresas más grandes, de hecho le copió, inició un modelo de negocio muy similar, seguramente has escuchado la empresa Sears, actualmente es una tienda departamental, Sears, y la inició un señor de nombre Richard Warren Sears, que hizo un modelo de negocio muy similar al de Montgomery Ward, inició con un catálogo de venta directa, empezó a vender a todas las familias que no tenían acceso fácil antiguamente, les vendía productos y así empezó y, como tú sabes, Sears llegó a tener sus oficinas en uno de los edificios más altos del mundo, de hecho en el edificio más alto del mundo en su tiempo estaban las oficinas de Sears, y todo porque estas dos personas, Montgomery Ward y Richard Warren Sears entendieron las tendencias de su momento histórico y supieron cómo aprovechar las tendencias para vender directamente al consumidor.

Ahora, seguramente te estás preguntando qué tiene que ver toda esta historia conmigo, te voy a explicar exactamente qué tiene que ver contigo.

¿Cuáles son los beneficios ahora de la venta directa que te acabo de explicar?, que es simplemente lo que hacía Montgomery Ward, mandar una carta por correo a una persona en el siglo XX pasado.

¿Cuáles son los beneficios de hacer este mismo modelo de venta directa a través del Internet? Tú puedes hacer exactamente lo mismo que él hizo para llegar directamente a la gente pero a través del Internet.

Primer beneficio **puedes llegar a nuevos mercados hambrientos**, así como él llegó a gente que nunca había tenido la posibilidad de comprar productos tan baratos, porque realmente tuvo la posibilidad de saltarse a los intermediarios, de eliminar todo tipo de intermediarios y vender productos muy baratos, y de esta misma forma tú puedes a través del Internet tener acceso a nuevos mercados, a nichos de mercado que realmente existe y que les urge recibir productos y oferta porque nadie les ofrece absolutamente nada, hay nichos de mercado muy específicos que antes no era rentable para las grandes empresas ofrecerles productos y ahora tú gracias al Internet puedes llegar directamente con un modelo de venta directa a esos clientes.

Segundo beneficio cero intermediarios, tú puedes **vender tu producto directamente a tus clientes**, no tienes que hacerlo a través de ningún intermediario.

Tercer beneficio, **no hay ningún costo de correo ni de impresión**. Imagínate si Montgomery Ward o Sears pudieron hacer un negocio tan grande y tenían que imprimir los catálogos, tenían que pagar el correo, tenían que pagar timbres postales, sobres, todo lo que llevaba mandar las cartas por correo para convencer a la gente de comprar sus productos.

Actualmente con el Internet lo único que tienes que hacer es mandar un correo electrónico. Imagínate una carta de ventas que antiguamente tenías que mandarla imprimir, si tenía quince hojas tu carta de ventas y mandabas 15.000 copias, imagínate la cantidad de papel y el costo que tenía eso.

Actualmente con un simple correo electrónico tú puedes comunicarte literalmente con cientos de miles de personas en segundos. Entonces este modelo de venta directa lo puedes llevar tú al Internet y tienes mucho más beneficios.

Cuarto beneficio, tienes una **distribución instantánea a nivel mundial**, tú puedes llegar de forma instantánea a gente en todos los países del mundo. Imagínate tú si Sears o Montgomery Ward hubieran querido vender sus productos, mandar sus catálogos a lugares como China, como Australia, como Nueva Zelanda, iba a ser bastante complicado en su tiempo. Sin embargo ahora con el Internet tú puedes llegar a mucha más gente, a muchos más mercados que ellos lo podían hacer.

Entonces realmente vivimos en un momento histórico, la gente que no vea esta realidad literalmente se está perdiendo de la época de oro que estamos viviendo, porque están las tendencias, tenemos la tendencia de la venta directa del siglo antepasado, y ahora se junta la tendencia del Internet que nos permite llegar directo a los clientes sin intermediarios, de una forma mucho más económica y a mucho más gente y todo esto gracias al Internet.

Ahora, voy a compartir contigo y esa es la parte más importante de esta presentación, quiero que pongas mucha atención.

Este es **mi modelo de negocio**, es un modelo de negocio muy simplificado, muy simple, pero que realmente si tú sigues cada uno de los pasos que voy a compartir contigo en este modelo te garantizo que va a ser mucho más fácil que tengas éxito a través del Internet. Te pido que lo descargues a tu computadora, que lo imprimas, lo puedes hacer desde la página [www.alexenvivo.com/modelodenegocio.pdf](http://www.alexenvivo.com/modelodenegocio.pdf)

Cuando vas a esa página te va a preguntar si quieres guardar el archivo, te recomiendo que lo guardes y que lo imprimas, es el modelo de negocio que estás viendo en la pantalla en este momento.

Y te voy a explicar exactamente cómo funciona mi modelo de negocio, puedes ver tú tres números, paso uno, paso dos y paso tres, y tienen que ir forzosamente en ese orden, porque mucha gente comete el error de empezar al revés el negocio y por eso fracasan.

Entonces número uno, **identificar un mercado hambriento**, y hay cinco letras abajo y te voy a explicar exactamente qué es cada una de ellas, número dos, **crear un archivo electrónico**, número tres, **clonación virtual**, lo que yo te he dicho anteriormente que es clonarte virtualmente.



Ahora, ¿qué es cada uno de esos componentes? El **MERCADO HAMBRIENTO** es obviamente identificar un grupo de personas que estén desesperadas por un tema, por un tipo de información que tú les vas a ofrecer, el **ARCHIVO ELECTRÓNICO**, como te he dicho, es cualquier producto que tú puedes digitalizar y puedes entregar de forma inmediata a través de un archivo, y lo que se le conoce como un archivo electrónico puede ser un libro, una revista electrónica, un vídeo, un audio. Y clonarte virtualmente, la **CLONACIÓN VIRTUAL** se refiere a tu página de Internet.

Ahora, mucha gente en vez de empezar con estos números: uno, dos y tres, empieza, por ejemplo, con la clonación virtual, ellos dicen: “yo tengo una página de Internet”, empieza con su página de Internet y dicen: “yo tengo una página de Internet, voy a buscar un producto para vender desde mi página y voy a buscar después también a un grupo de personas que me lo quieran comprar”.

Yo te garantizo que si sigues estos pasos así, que si empiezas tú por la clonación virtual, luego por el producto y luego por el mercado va a ser muy difícil que tú tengas éxito.

Otras personas lo que hacen es empezar con el producto y dicen: “yo tengo un libro, soy muy bueno en un tema, voy a escribir un libro y después me voy a preocupar por venderlo”.

Entonces, de hecho mucha gente que está en esta llamada me han mandado correos electrónicos diciendo que ya tienen un libro electrónico, que ya tienen su libro, que ya tienen su tema y que ya están trabajando en el libro. Posiblemente sea un libro exitoso, yo no lo dudo, pero yo te recomiendo que antes de crear tu producto, antes de crear tu tema tienes que definir tu mercado.

Por eso el paso número uno es **MERCADO HAMBRIENTO**, paso número dos **ARCHIVO ELECTRÓNICO**, paso número tres **CLONACIÓN VIRTUAL**. Te estoy ahorrando muchísimos errores que puedes tener con esta información, de verdad te recuerdo, no inicies con el archivo electrónico y no inicies con la página, inicia con el mercado hambriento.

Como puedes ver **MERCADO HAMBRIENTO** tiene varias letras PAPAP, que significa **pasión, acción, permanencia, acceso y posibilidad de pago**, son las cinco partes, ya te lo voy a explicar más a detalle, pero son los cinco componentes del mercado hambriento. El segundo es el **ARCHIVO ELECTRÓNICO** que es **investigación, creación y multiplicación**. El tercer paso es **CLONACIÓN VIRTUAL**, que tiene dos componentes que es una T, que es **tráfico**, y una C que es **conversión**, y cada uno de esos componentes tiene diferentes letras a la vez, que es PPG, en **tráfico**, que es **pagado, prestado y gratuito**. Y la C que es conversión, tiene **carta de ventas y contacto frecuente**.

MERCADO HAMBRIENTO	
P	PASION
A	ACCION
P	PERMANENCIA
A	ACCESO
P	POSIBILIDAD DE PAGO

Entonces cada una de estas letras tiene un significado y ya te voy a explicar muy detalladamente, en el modelo que tú vas a poder imprimir en la dirección que te dije puedes ver cada una de estas letras lo que significa. Sin embargo esta es la pirámide, este es el modelo que quiero que tengas junto a tu computadora, nunca inicies un negocio en Internet sin que sigas cada uno de estos pasos.

Ahora, vamos a empezar primero por el mercado hambriento, es la parte de hasta debajo de la pirámide, mercado hambriento. El **MERCADO HAMBRIENTO** tiene que tener cinco requisitos, pon mucha atención en esta parte porque es muy importante, si el mercado está mal, si no escoges correctamente tu mercado tu negocio es muy difícil que tenga éxito.

Primer elemento, **PASIÓN**. Se refiere a que el tema del que vas a hablar, el tema del que va a ser tu archivo electrónico realmente te apasione. Si el tema del que vas a hablar no te apasiona, si no es un tema que tú domines, que tú realmente seas bueno, que sea una de tus fortalezas, te aseguro que muchos competidores que sí les apasiona ese tema, que sí dominan ese tema, que sí es una de sus fortalezas, va a ser muy difícil que les ganes en el mercado, va a ser muy difícil que compitas contra ellos porque la pasión, yo te puedo decir que a lo largo de los siguientes meses, que trabajes muchos días en tu proyecto, si no te apasiona el tema va a ser bastante complicado que lo alcances.

Hay gente que dice que no importa tanto que te apasione o no te apasione, y es cierto, puedes empezar un negocio tal vez sin que te apasione tanto el tema, pero yo te digo que por lo menos en mi experiencia los temas que me han apasionado los he hecho mucho mejor, he creado muchos mejores productos, he hecho muchas mejores páginas de Internet, y por lo mismo me ha ido mucho mejor en esos temas. Entonces, primer componente pasión, que te apasione el tema.

Segundo componente del mercado es **ACCION**. Que la gente en Internet esté tomando la acción de buscar una solución a un problema definido, repito, que la gente en Internet esté tomando una acción para buscar una solución a un problema definido.

Tú con tu libro electrónico, con tu archivo electrónico vas a resolver un problema de la gente. Ahora, hay muchos problemas que la gente tiene. Sin embargo, si la gente no toma la acción de buscar una solución no vas a poder tener un negocio en Internet, porque por más que la gente tenga un problema si no lo busca activamente, si no toma la acción de buscarlo va a ser muy difícil que tú tengas éxito a través del Internet.

Un ejemplo, imagínate que todos sabemos que las computadoras personales, cuando tú compras una computadora personal, como a los dos o tres años empieza a ser muy lenta, empieza a ser muy lenta y bueno, todos ya conocemos esa historia.

Es un problema que la mayor parte de la gente tenemos, pero imagínate que todos tenemos ese problema, pero imagínate que nosotros, o sea, que todos que tenemos ese problema no vamos al Internet y buscamos una solución, es un ejemplo únicamente.

Entonces por más de que sea un problema que la computadora se hace más lenta conforme pase el tiempo, si yo activamente no estoy buscando en Internet, o sea, no voy a un buscador y busco “¿cómo hacer más rápida mi computadora?”. Si yo activamente no busco esa solución pues nunca voy a encontrar tu página de Internet.

Entonces, segundo elemento importante, que la gente tome acción, que el mercado al que te vas a enfocar te demuestre con hechos, y ya te voy a explicar en los siguientes módulos, cómo saber que la gente está tomando acción, y que te demuestre con hechos que están interesadas en encontrar la solución.

Ahora, tercer punto, y este de verdad es muy importante, pon mucha atención, la gente por lo general no quiere compartir este tercer paso, yo lo quiero compartir contigo porque en realidad quiero que tengas éxito y es **PERMANENCIA**. Permanencia se refiere a que el problema de la gente, el problema que tú vas a resolver con tu libro o con tu archivo electrónico no se resuelva en ese momento, o sea, la necesidad que tiene la gente no se resuelva completamente en ese momento.

Te voy a poner un ejemplo, imagínate que tú haces un libro, de hecho uno de mis primeros libros fue de cómo ayudar a la gente a preparar un discurso para una boda, por ejemplo. Entonces yo hice un archivo electrónico, un libro electrónico y le ayudaba a la gente a preparar su discurso. Imagínate que era miércoles en la tarde o jueves, tenían una boda el sábado, tenían que preparar su discurso, y bueno, iban al Internet, había la parte de la acción, iban al Internet, encontraban mi página, yo les vendía un libro, no sé, por 20 ó 30 dólares, les explicaba paso a paso cómo preparar su discurso para la boda, y ya, pasaba la boda y no querían saber absolutamente nada de mí, el problema estaba resuelto, imagínate qué iban a querer, ¿sabes?, yo les mandaba otro correo electrónico pues no iban a querer saber nada de mí, porque obviamente ya pasó la boda, el problema se resolvió en ese momento, no era un modelo de negocio sustentable. Y eso fue un error que yo cometí personalmente, que mucha gente veo que comete y que yo no quiero que tú cometas, pon mucha atención porque es muy importante.

La tercer característica es que no se resuelva de forma total la necesidad de tu mercado en el momento que consumen tu producto electrónico. Entonces un ejemplo de algo que sí podía tener **permanencia** es imagínate que te enfocas al mercado de corredores, por ejemplo, gente que corre maratones y que le gusta mucho correr largas distancias pues posiblemente tu primer producto puede ser cómo prepararte para un maratón, por ejemplo. Y después de esto la gente no se le resolvió el problema, esta gente que le gusta correr pues siempre le va a gustar correr, siempre va a querer seguir recibiendo información de cómo correr.

Entonces tu siguiente producto puede ser cómo prepararte para un medio maratón, y el siguiente puede ser cómo prepararte para una carrera de diez kilómetros, y el siguiente puede ser cómo prepararte para una carrera de cinco kilómetros, y así todas las carreras que existen, y puedes crear otro más que sea cuál es la mejor nutrición, la mejor dieta para corredores.

Y hay una gran cantidad de temas que tú puedes venderle al mismo mercado, a la misma gente simple y sencillamente por la tercer característica que es **permanencia**, que permanecen contigo. Es un mercado que permanece con la misma necesidad.

Entonces te estoy ahorrando muchos errores que puedes cometer. Si tú tienes en mente ya un tema para tu archivo electrónico, seguramente ya has estado pensando acerca de qué lo puedes escribir, si tú has estado pensando en temas quiero que verifiques si va a haber una **permanencia**, si después de que lean tu libro o de que escuchen tu audio, el problema va a estar totalmente resuelto, como el caso del discurso de la boda, porque si es así te recomiendo desde ahora, cambia de producto, aunque ya lo hayas hecho, no importa, cambia de producto. Es mejor que tomes la decisión radical de cambiar ahora y no después dentro de dos, tres años que te des cuenta que es muy difícil que crezca tu negocio.. Entonces tercer paso, **permanencia**.

Cuarta característica del mercado hambriento es **ACCESO**. Que tú puedas realmente tener **acceso** directo y de una forma muy eficiente al mercado al que te quieres enfocar. Imagínate que tú te quieres enfocar, por ejemplo, al mercado de bienes raíces en Estados Unidos, que es un mercado bastante atractivo porque mucha gente les vende, y que quieres hacer un libro de cómo ganar dinero con bienes raíces y lo haces en inglés y se lo vendes al mercado americano en Estados Unidos, y de repente te das cuenta que no tienes acceso tan fácil, porque vas y la publicidad es exageradamente cara porque hay mucha competencia, un clic en el modelo de costo por clic, un clic te puede costar como 8 ó 9 dólares posiblemente, o sea, son muy caros los clics porque hay mucha competencia.

Entonces va a ser sumamente difícil, por más de que te apasione el tema, por más de que la gente esté tomando la acción, por más de que sea un mercado con permanencia, si tú no tienes un acceso de forma eficiente, de forma sencilla, para que puedas ya realmente llegar a todas estas personas va a ser bastante difícil que tú hagas un negocio exitoso en Internet.

Y bueno, el quinto elemento del mercado es **POSIBILIDAD DE PAGO**, y esto es muy importante, y te voy a explicar otro error que yo cometí también en el pasado, para que entiendas la importancia.

Una de mis páginas al principio era de inmigración, de hecho esta página sigue funcionando, me sigue generando dinero y muchos visitantes de forma gratuita. Y esta página de inmigración funciona bien, funcionaba bastante bien, pero sin embargo le he quitado un poco de atención personalmente, ya no me enfoco tanto a esta página, porque me empecé a dar cuenta de que muchísima gente que quiere inmigrar a otro país no tiene los recursos para comprar información por Internet, me llegaban cartas por correo de lugares, de países en todo el mundo, en Sudamérica, en África, en Asia, en muchos continentes, de gente desesperada que por favor les regalara el producto, que no tenían dinero, que por favor, y bueno, obviamente es un negocio, ¿cuántas copias puedes regalar?, por más de que tú quieras ayudar a la gente tampoco se trata de regalar tu producto porque finalmente estamos hablando de un negocio.

Entonces me empecé obviamente a dar cuenta que era un mercado que me apasionaba, porque realmente el tema de la inmigración me apasiona, que la gente estaba tomando la acción, que era un mercado de permanencia, porque obviamente después de la inmigración pues les podía ofrecer otros productos, como por ejemplo, cómo adaptarse al país nuevo, hay varios productos que existen en ese caso.

Tenía yo acceso pero simplemente no había una posibilidad de pago, o sea, a la gente le iba a costar mucho trabajo pagarme el dinero, el costo del producto y, por lo tanto, obviamente si no hay pago no hay negocio.

Entonces estamos hablando, en este caso no es una obra de caridad, habrá otros momentos que sí, pero estamos hablando en este caso de un negocio y para un negocio tiene que existir forzosamente una posibilidad de pago.

Entonces los cinco elementos quiero, te repito, que imprimas tú el modelo de negocio, para que cada vez que quieras iniciar tu negocio, cada tema que tú pienses tengas junto a ti tu modelo de negocio y veas **pasión, acción, permanencia, acceso y posibilidad de pago**.

Y así como una lista en la que tú puedes ir tachando todos los elementos que ya tienes, en esta lista tú puedes ir tachando pasión, por ejemplo, acción..., cada uno de los elementos para asegurarte que cumple con todos los requisitos para hacer un negocio que tenga más posibilidad de éxito.

Ahora, vamos a hablar de la siguiente parte de la pirámide, ya hablamos del mercado hambriento que es el paso número uno, vamos a hablar ahora del **ARCHIVO ELECTRÓNICO**.

ARCHIVO ELECTRÓNICO	
I	INVESTIGACIÓN
C	CREACIÓN
M	MULTIPLICACIÓN

Ya que tienes tu mercado, ya que identificaste el mercado, yo te voy a ayudar en el siguiente módulo, vas a crear el **archivo electrónico**. Ahora, mucha gente comete el error de que para crear su archivo electrónico quieren, por ejemplo, escribir un libro y lo primero que hacen es abrir el documento de, en este caso, Microsoft Word o algún procesador de textos y empiezan a escribir, empiezan a escribir, por ejemplo, “voy a escribir un libro de cómo bajar de peso”, y empiezan a escribir todas sus teorías y toda su información de cómo ellos consideran que debería la gente de bajar de peso y toda esta información, titulan su libro y ya lo intentan vender.

El primer paso acerca de un archivo electrónico es la **investigación**. Si tú no investigas primero, antes de la creación, que es el segundo paso, antes de crear tu producto si tú no investigas qué es lo que la gente realmente quiere de tu producto puede ser que hagas un producto que no se va a vender.

Te voy a poner un ejemplo, imagínate que tú te enfocas al tema de cómo bajar de peso y haces un libro y tú piensas que sabes lo que la gente quiere y titulas tu libro “80 ejercicios para bajar de peso”, es el título de tu libro, y te pones a investigar y empiezas a escribir los 80 ejercicios, los mejores ejercicios para bajar de peso, haces ejercicio número 1, ejercicio número 2, y semanas y semanas de trabajo en tu libro electrónico, y de repente lo sacas al mercado y no se vende, y no se vende porque tal vez si hubieras hecho investigación con tu mercado y si hubieras preguntado qué es exactamente lo que quieren aprender acerca de bajar de peso posiblemente te hubieras dado cuenta que la gente que quiere bajar de peso por lo general no quiere hacer ejercicio, está peleada con la idea de hacer ejercicio, y si tu libro se llama “80 ejercicios para bajar de peso”, 80, imagínate, 80 ejercicios suena como que no quiero comprar ese libro, me van a poner a hacer 80 ejercicios para alcanzar mi objetivo, pero suena como mucho trabajo.

Ve la importancia en este caso de que antes de que desarrolles tu producto te dediques a investigar qué es lo que la gente quiere. Si hubieras investigado imagínate que en vez de que se llame “Los 80 ejercicios para bajar de peso” que se llame, por ejemplo, “Baja de peso comiendo la comida que te gusta”, porque la gente quiere seguir comiendo la comida que más le gusta, y quiere aun así bajar de peso, es la realidad.

Entonces, ¿qué pasaría si tú investigas qué es la comida que más le gusta, qué platillos son los que más le gustan?, y haces un libro, por ejemplo, de recetas con esta comida que le gusta pero lo haces bajo en calorías y puede con la comida que le gusta bajar de peso. ¿Cuál se va a vender más “80 rutinas u 80 ejercicios para bajar de peso” o “Baja de peso comiendo la comida que te gusta”?

Es un simple ejemplo de la importancia de investigación, antes de desarrollar, ya que tienes tu mercado, antes de que te pongas a escribir tienes que investigar, tienes que preguntar y ya más adelante te voy a explicar exactamente con qué tecnología lo puedes hacer, así como yo hice una encuesta en este momento hay muchas herramientas que tú puedes utilizar y en los siguientes módulos te voy a explicar cuáles son, pero con esas herramientas tú puedes preguntarle a tu mercado qué es exactamente lo que quieren aprender.

Ahora, ya que tú investigaste, ya que sabes exactamente qué es lo que quiere la gente viene el segundo paso que ahora sí es la **creación**. **Creación** simple y sencillamente es, ahora sí, ponerte a escribir, si es un audio ponerte a hablar, si es un vídeo actuar, lo que sea, es crear tu producto.

Te voy a explicar en los siguientes módulos, sobre todo en el módulo 3 y en el 4, te voy a explicar todas las mejores tecnologías que yo utilizo para esta parte, para la parte de creación, de cómo crear tu libro electrónico, de cómo crear tus vídeos o tus audios. Entonces este es el segundo componente de un archivo electrónico, que es la creación.

Ahora, el tercer componente, y es muy importante, pon mucha atención porque repito, este componente por lo general la gente que lo conoce no lo quiere compartir, yo lo comparto contigo porque quiero honestamente que tengas éxito, pero pon mucha atención en este concepto, porque es muy importante. Yo lo denomino **multiplicación**.

Ya hiciste tu investigación, ya creaste tu libro electrónico. Entonces, qué pasa si tú, por ejemplo, en este mismo ejemplo de bajar de peso, “Baja de peso comiendo la comida que te gusta”, qué pasa si tú en vez de únicamente vender tu libro, no sé, tienes 150 páginas, por ejemplo, y en vez de solamente vender tu libro qué pasa si lo multiplicas. Y te voy a explicar a qué me refiero con “lo multiplicas”. ¿Qué pasa si te das cuenta en Internet que, por ejemplo, una novia cuando se va a casar, un poco antes de la boda quiere bajar de peso? La mayor parte de las novias antes de casarse quieren bajar de peso, es una realidad.

Entonces, ¿qué pasa si este mismo libro que se llama “Baja de peso comiendo lo que te gusta” lo titulas “Baja de peso antes de tu boda comiendo lo que te gusta”? Le cambias la imagen, pones la foto de una novia antes de su boda, con vestido de novia y simple y sencillamente con el hecho de poner “Baja de peso antes de tu boda comiendo lo que te gusta”, con el simple hecho de agregar eso, de cambiar la imagen puedes guardar exactamente el mismo contenido, y estás pensando en un concepto de apalancamiento, con el mismo contenido que ya tienes, ya tienes el libro, cambias posiblemente la introducción, les hablas a las novias, pero todo el contenido es exactamente el mismo porque les vas a ayudar a bajar de peso, finalmente el objetivo es el mismo.

Sin embargo, lo estás multiplicando, estás multiplicando el producto, tienes ya dos productos, con el mismo contenido tienes dos productos para dos mercados totalmente diferentes y que de hecho puedes cobrar a precios totalmente distintos, una novia posiblemente en la situación en la que está te puede pagar hasta más dinero, porque le urge obviamente bajar de peso, es un mercado que está dispuesto a pagar mucho más dinero por esa información.

Entonces cada vez que tengas un tema piensa hasta qué punto puedes multiplicar tu libro electrónico. Imagínate el potencial que tiene la información que estoy compartiendo contigo en este momento.

Imagínate si ese mismo libro ahora lo haces, por ejemplo, para atletas, “Cómo un atleta puede bajar de peso comiendo lo que le gusta”. Lo haces para maratonistas, “Cómo un maratonista puede bajar de peso comiendo lo que le gusta”. Lo haces para quinceañeras, para las fiestas de quince años, “Cómo puedes bajar de peso antes de tu fiesta de quince años”. Y así te puedo nombrar una gran cantidad de libros que puedes crear, de nuevos productos por el simple hecho de pensar en apalancamiento.

Yo en la sesión de bienvenida te hablé del concepto de apalancamiento y en este momento te das cuenta cómo pensando con apalancamiento te estoy ahorrando muchísimo trabajo.

Si tú, imagínate que te hubieras quedado con la idea de hacer el libro de bajar de peso y luego quieres atacar otro mercado y te pones a escribir otro libro diferente, y vas a escribir otras 150 hojas, te estoy ahorrando muchísimo trabajo, muchísimo tiempo con el mismo producto que tienes, piensa en la M de multiplicación, cómo lo puedes multiplicar.

Ahora, otra forma de multiplicarlo, además del mercado, como el caso de las novias, es el formato, tú puedes multiplicar tu producto en el formato. Imagínate que ya tienes tu libro de “Cómo bajar de peso comiendo lo que te gusta” y ahora lo que vas a hacer es, ese mismo libro lo vas a leer enfrente de un micrófono y lo vas a grabar, ya tienes un producto en audio, acabas de multiplicar tu producto y ahora tienes texto y tienes audio y lo único que hiciste fue leer en voz alta con un micrófono a un lado, leíste tu libro y en ese momento tienes un programa en audio. ¿Y qué pasa si también haces diapositivas en Power Point, lo grabas y ahora tienes vídeo, tienes audio y tienes texto?

Entonces de un solo libro que tenías originalmente ahora puedes tener videos, puedes tener audios y puedes tener productos para diferentes mercados, para novias, para fiestas de quince años, para atletas, para maratonistas, de una sola vez que trabajaste.

Entonces entiende el potencial, no puedo reiterarte lo suficiente el potencial que tiene el concepto de multiplicación, trabajas una sola vez y lo multiplicas a nivel mercado, o sea, para muchos mercados y lo multiplicas también en el formato, lo puedes hacer en texto, en audio y en vídeo.

Ahora, la siguiente parte de la pirámide, la parte más alta, que es **CLONACIÓN VIRTUAL**, o sea, ya que tienes tu identificado a tu mercado hambriento, ya que tienes tu producto electrónico, tu archivo electrónico ahora viene la parte de crear tu página de Internet, lo que yo denomino como **CLONACIÓN VIRTUAL**.

La **CLONACIÓN VIRTUAL** se divide en dos partes que son **tráfico** y **conversión**. Para que entiendas el concepto de **tráfico** y de **conversión** te voy a poner un ejemplo, imagínate que tú pones una tienda de ropa, que tú inicias una tienda en la que quieres vender ropa y contratas a los mejores vendedores, capacitas realmente, haces una campaña de reclutamiento, contratas a cinco vendedores que son los mejores del país, de los mejores de tu país, los contratas, los capacitas, los mandas a la mejor escuela del extranjero o de donde quieras hasta el otro lado del planeta a capacitarse en ventas y entienden la psicología del consumidor y saben realmente convencer a la gente con la que hablan, y tú realmente sabes que estos vendedores que están tan capacitados, de cada dos personas con las que hablan a una la van a convencer, seguro. Imagínate, tienes un 50% de tasa de conversión en este caso, o sea, de cada dos personas a una la van a convencer.

Ahora, qué pasa si ya abres tu tienda de ropa con tus cinco supervendedores estrella y la pones en una calle en la que no hay tráfico, en la que no hay absolutamente nadie, no pasa nadie, no hay automóviles, no hay peatones, no hay nadie. Por más que tengas al mejor equipo de ventas no vas a vender, porque no va a haber absolutamente nadie que se meta a tu tienda, y como no va a haber nadie que se meta a tu tienda, no vas a vender absolutamente nada y tu negocio va a fracasar.

Entonces el primer elemento importante en la clonación virtual, en una página de Internet es el **tráfico**, hacer, asegurarte que tu página de Internet tenga tráfico, que tenga visitantes, que haya gente constantemente que esté visitando tu página de Internet.

Ahora, ¿qué pasa en el otro escenario? ¿Qué pasa si pones tu tienda en el mejor, en la mejor ubicación tu tienda de ropa, la pones en la mejor calle, en la mejor avenida de la ciudad en la que vives, pasan miles de personas, miles de automóviles y miles de personas pasan por tu tienda, entran cientos de personas por hora a tu tienda de ropa y nadie te compra?, porque imagínate que tú contratas al peor vendedor, que contratas un vendedor mediocre, no capacitado, que se la pasa, por ejemplo, viendo la televisión mientras trabaja, que está ahí con su libro de vaqueros, como ya imagino que conoces varios casos, varias historias, está ahí con su revista, con su libro, no está atendiendo a los clientes, está simplemente viendo la televisión, leyendo su libro y no le interesa tu negocio.

Por más de que tengas miles de visitantes en tu tienda, si no tienes un sistema de conversión, o sea, un grupo capacitado de vendedores que sean los que realmente saben convencer a la gente de que compren pues tampoco vas a vender, porque la gente va a entrar, no se va a sentir atendida y se va a salir.

Entonces en una página de Internet sucede exactamente lo mismo, la conversión, el tema conversión significa convertir a un prospecto en un cliente, convertir a una persona que quiere o que esté interesada tu un tema, convertirla a un cliente que te pague dinero, que saque su tarjeta de crédito y que pague por tu producto o tu servicio.

Como te puedes dar cuenta en una página de Internet son fundamentales los dos temas, el tráfico y la conversión. Y ya más adelante en el módulo 5 vamos a hablar muy detalladamente en el módulo que trata únicamente de la clonación virtual, te voy a hablar muy detalladamente de cada uno de los componentes, pero son tráfico y conversión.

Ahora, como puedes ver en el modelo de negocio el tráfico y la conversión tienen varios elementos, el tráfico tiene tres elementos porque hay tres opciones, tres formas de tráfico a través del Internet, una es pagado, otra es prestado y otra es gratuito.

Tú puedes leer muchos cursos, miles de cursos en Internet, de cómo generar visitantes, cómo generar tráfico en tus páginas de Internet, pero la mayor parte de estas técnicas, van a caer en estas tres opciones que te estoy enseñando en este momento que son tráfico pagado, tráfico prestado y tráfico gratuito.



No hay una opción que sea mejor que las demás, mejor que la otra. Tú podrás pensar que la gratuita es la mejor, pero no es así, no hay una mejor que la otra, las tres son fundamentales para tener tráfico en tu página de Internet, y te voy a explicar brevemente qué es cada una de ellas.

Pagado, **tráfico pagado** se refiere a cuando tú tienes literalmente que desembolsar dinero para que te manden otras páginas visitantes a la tuya. Un ejemplo es publicidad, tu pagas publicidad, pones un anuncio en una página de otra persona y vas a pagar, por ejemplo, mensualmente una cantidad y te van a enviar visitantes a tu página de Internet, estás pagando dinero porque manden visitantes a tu página, es como si tú rentaras un local comercial para tu tienda de ropa, en este mismo ejemplo, pues tienes que pagar la renta, estás pagando la renta, estás pagando de alguna forma el tráfico.

Segundo, es **tráfico prestado**, en Internet hay una forma y métodos que yo te voy a enseñar en el modo de las cinco, en el que tú puedes pedir prestado tráfico de otras páginas que ya tienen tráfico. Imagínate en la metáfora de la tienda de ropa que tú en vez de rentar un local comercial tuvieras la posibilidad de hacer un trato, hacer una especie de acuerdo con una tienda departamental que está muy bien ubicada y le dices: “voy a poner dentro de tu tienda departamental que ya tiene tráfico, que ya tiene visitantes voy a poner una sección para vender mi ropa”.

Entonces pues obviamente le va a convenir, le vas a dar una comisión y van a llegar a un acuerdo, entonces estás pidiendo prestado el tráfico, los visitantes de esa tienda departamental en este caso para tu tienda de ropa. En Internet sucede algo muy similar y ya en el modo de los cinco te voy a explicar exactamente cuáles son las técnicas, pero quiero que entiendas cómo funciona el tráfico prestado.

Y **tráfico gratuito** que es la tercera opción simple y sencillamente son métodos, sistemas que tú puedes implementar para que sin necesidad de pagar absolutamente nada generar visitantes a tu página de Internet. Te repito, podrás pensar que es la mejor opción pero no necesariamente, si tú sabes cómo vender en Internet no necesariamente tiene que ser la mejor opción la opción gratuita, mi recomendación es que utilices las tres: pagado, prestado y gratuito.

Ahora, finalmente el segundo componente de la clonación virtual es **conversión**, ya que tienes los visitantes, ya sean pagados, prestados y gratuitos, ya que entraron a tu página de Internet tienes que convertirlos, tienes que convertirlos de ser prospectos a ser clientes. Tú antes de que te inscribieras en “Alex en Vivo”, o si ya escuchaste el curso “Gana dinero mientras duermes”, antes de que tú ordenaras el curso de “Gana dinero mientras duermes” eras un prospecto, para mí fuiste simple y sencillamente un prospecto que visitaste mi página de Internet y, sin embargo yo lo que tuve que hacer es convertirte en un cliente. A ese proceso de convertirte de prospecto a cliente se le conoce como **conversión** en el lenguaje del Internet.

Ahora, en el tema de la conversión yo identifico dos componentes fundamentales, y de hecho de uno de esos componentes nunca he hablado con absolutamente nadie, y pon mucha atención, y este primer elemento yo lo denomino, se denomina **carta de ventas**, una carta de ventas si tú ordenaste el curso, bueno, más bien cuando tú ordenaste el curso de “Alex en Vivo” lo hiciste a través de una carta de ventas, había una carta de ventas que no es otra cosa más que una página de Internet con texto y en este texto yo te explicaba por qué te convenía formar parte del grupo selecto “Alex en Vivo”, de hecho había una sección en la que te explicaba con este texto qué componía cada uno de los módulos, cómo estaba dividido el curso, era una carta literalmente pero en Internet, a través del Internet, en la que te convencía, te estaba convenciendo o persuadiendo de que era la mejor opción para ti formar parte del grupo selecto “Alex en Vivo”.

Ahora, ¿por qué se le denomina **carta de ventas**? Se le llama **carta de ventas** porque viene de la vieja escuela con la que empecé esta presentación de la vieja escuela de venta directa. Cuando personas como Sears o como Montgomery Ward, que son los pioneros de la mercadotecnia directa o de la venta directa, cuando ellos mandaban realmente cartas de ventas a sus clientes literalmente eran cartas de ventas, eran documentos de 15 o de 20 hojas en las cuales convencían a sus prospectos a través de una carta que se enviaba por correo, de comprar sus productos.

Ahora, con la tecnología del Internet se le sigue denominando carta de ventas, pero una carta de ventas simple y sencillamente es en tu página de Internet tener una carta muy bien escrita que explique exactamente porqué tienen que comprar tu producto.

La carta de ventas es fundamental y en el quinto módulo te voy a explicar cuáles son los componentes de una carta de ventas y cómo te recomiendo yo escribir tu carta de ventas. Pero es fundamental porque es la forma como tú realmente te vas a poder clonar virtualmente.

La carta de ventas simple y sencillamente es una multiplicación de lo que estás diciendo tú de tu mejor discurso de ventas, el mejor discurso que tú puedas hacer para vender tu producto lo vas a transcribir, imagínate, en texto, y lo vas a tener en una carta que le vas a poder mandar a muchas personas a través del Internet. Entonces te estás clonado virtualmente y realmente este concepto de la carta de ventas es fundamental para el tema de la conversión.

Ahora, segundo tema muy importante es **contacto frecuente**. La gente que ya escuchó el curso de “Gana dinero mientras duermes” muy brevemente hablo del concepto de contacto frecuente en el curso, en el módulo cinco de “Alex en Vivo” voy a hablar mucho más, técnicas mucho más avanzadas de lo que es el **contacto frecuente**, pero para la gente que no escuchó “Gana dinero mientras duermes” les explicó qué es el contacto frecuente.

Y para explicarles qué es el contacto frecuente te quiero decir una frase que dice uno de mis principales mentores, de hecho él es mi mentor no de Internet, sino es mi mentor de venta directa, de mercadotecnia directa, y él me ha enseñado que el dinero está en el seguimiento. Y quiero que anotes esta frase porque es muy importante, “**el dinero está en el seguimiento**”.

¿Qué es el **seguimiento**? Imagínate que tú quieres vender tu libro de cómo bajar de peso, y le mandas, imagínate que no existiera el Internet y que le enviaras una carta por correo a 30.000 personas y de esas 30.000 imagínate que 30 te compran tu producto.

Ahora, ¿qué pasa si le das seguimiento? Darle **seguimiento** significa enviar otra carta a la gente que no te compró, le mandas otra carta a la gente que no te compró y en esta segunda carta le recuerdas de tu producto y le dices: “bueno, ¿por qué no compraste?, te recuerdo que vas a recibir tal y tal y tal beneficio y vas a recibir todos estos beneficios por comprar mi producto”. Y luego al sexto día, eso lo haces el segundo día y al sexto día les mandas otra tercera carta y les recuerdas nuevamente de tu producto.



Cada vez que mandas esta carta muy probablemente vas a conseguir más ventas, y llega un momento en el que te das cuenta que la mayor parte de las ventas están en el seguimiento, no están tanto en la primera vez que lean la carta de ventas sino está en el seguimiento.

Ahora imagínate en el Internet, esto traído al universo del Internet, si tú tienes una muy buena carta de ventas y mucha gente va a llegar a tu carta de ventas y no va a comprar la primera vez.

De hecho mucha de la gente que está escuchando en este momento, seguramente tú no compraste este curso o no compraste “Gana dinero mientras duermes” la primera vez que visitaste mi página. Yo tuve que tener un contacto frecuente contigo, tuve que enviarte no una, sino tal vez decenas de cartas para que te familiarizadas conmigo, con Alex Berezowsky y me compraras.

Entonces **contacto frecuente** se refiere a tener un contacto directo con la persona de forma muy consistente, muy frecuente para poder mandarlos otra vez a la carta de ventas, convencerlos de que es una buena opción a tu producto o tu servicio, y esto realmente son secretos que no he compartido con nadie y que muy difícilmente la gente que conoce lo de la carta de ventas, el contacto frecuente, todas estas técnicas muy difícilmente las comparte. Sin embargo yo te he dicho, con este grupo selecto quiero compartir todos mis secretos porque quiero realmente que tengas éxito.

En conclusión, la **conversión** consta de dos componentes fundamentales que son **una buena carta de ventas** en la que te vas a clonar virtualmente y vas a convencer a la gente de que te compre, y el segundo elemento es **contacto frecuente**, es decir, mandar periódicamente mensajes recordándoles de tu producto, de tu servicio.

Ahora, en resumen, puedes ver aquí otra vez el modelo y ya la primera vez que lo viste seguramente no entendías absolutamente nada de la pirámide, ahora después de explicarla ya seguramente estás mucho más familiarizado o familiarizada y puedes ver el primer paso es **MERCADO HAMBRIENTO**, con los cinco componentes que ya te expliqué, el segundo paso **ARCHIVO ELECTRÓNICO**, con los tres componentes que te expliqué, y el tercer paso es la **CLONACIÓN VIRTUAL** que está compuesta de tráfico y de conversión ,y cada uno de estos dos componentes tiene a su vez tres componentes.

Entonces te repito, este modelo es muy importante que lo tengas a la mano, imprímelo y te va a servir no una vez, sino las veces que tú quieras iniciar un nuevo negocio en una nueva industria a través del Internet, este modelo te va a servir como guía realmente, para ver cómo empezar, qué es lo que tiene que tener cada componente, qué pasos seguir y te va a facilitar, sobre todo te va a acortar bastante el camino y te va a hacer que tengas muchos menos errores, como los que yo cometí cuando empecé mi negocio a través del Internet.

Ahora, te voy a dejar una tarea. Quiero que hagas una tarea bastante importante, es muy importante y quiero que la hagas para la siguiente sesión, la siguiente sesión de preguntas y respuestas que ya te voy a decir en un momento cuándo va a ser, pero esta tarea consiste en hacer una lista con 50 actividades que te apasionen, de las cuales podrías crear un archivo electrónico, repito, quiero que hagas una lista de 50 actividades que te apasionen, de las cuales tú podrías crear un archivo electrónico.

Ahora, para estas 50 actividades quiero que te centres en dos componentes de los del mercado hambriento.

Como te dije, el mercado hambriento tiene cinco componentes, representados por las cinco letras PAPAP, pero únicamente quiero que en este caso te centres en pasión, o sea, que sea un tema que te apasione, una actividad que te apasione, y en permanencia, que tú veas que el tema del que se va a tratar realmente no vas a solucionar al 100% ese problema en el momento que la gente compre tu libro, sino que la gente va a seguir estando interesada en el tema que tú estás ofreciendo.

Por ahora las demás letras todavía no quiero que las incluyas porque voy a compartir en el siguiente módulo que se llama “Encontrando tu mercado hambriento”, en ese módulo te voy a explicar cómo hacerlo.

Entonces lo único que quiero que hagas para esta tarea es una lista con 50 actividades que te apasionen y que creas que tengan una permanencia en el mercado, de las cuales tú podrías crear un archivo electrónico.

Ahora, seguramente estás pensando: “50 actividades se me hace sumamente difícil”. De hecho hoy en la mañana estaba con la asistente que trabaja conmigo, que me ayudó a formatear el diseño de esta presentación que estás viendo en este momento, y cuando vio que eran 50 actividades, me dijo: “¿cómo le van a hacer para hacer 50 actividades?, es muchísimo”. Y yo le pregunté, a ver: “¿qué te gusta hacer?, por ejemplo”. Y me dijo: “bueno, me gusta la cocina”. “Ok, ¿y tú crees que dentro de ese tema de la cocina no podrías encontrar 50 actividades diferentes, 50 temas diferentes?”. Hay miles, cómo hacer postres, cómo hacer platos de entrada, cómo hacer carnes, cómo hacer pollo, cómo hacer platillos elegantes, cómo preparar comida para una fiesta de cumpleaños.

Es decir, dentro de la cocina hay una gran cantidad de temas dentro de un solo tema. Entonces si tú piensas que no vas a encontrar 50 actividades que te apasionen lo que puedes hacer es, encuentra dos o tres actividades que te apasionen y dentro de cada una de ellas puedes encontrar diferentes temas. Por ejemplo, correr, si te gusta correr bueno, ponte a pensar en los temas, por ejemplo, entrenar par aun maratón, dieta para corredores, ropa de entrenamiento para corredores, o sea, muchos temas dentro de una misma actividad.

Entonces no está difícil, suena mucho 50 actividades pero no está nada difícil si lo ves desde este enfoque, de que cada uno de los temas tiene a su vez mucho más temas.

Entonces es tu tarea para la siguiente sesión, te pido en realidad que la hagas, porque de lo contrario no vamos a poder seguir avanzando en el siguiente módulo en el que ya nos vamos a enfocar a que identifiques cuál va a ser tu mercado a través del Internet.

Ahora, te repito, y esto te lo voy a seguir repitiendo en cada módulo, los dos secretos del éxito en Internet. Número uno, **IMPLEMENTACIÓN INMEDIATA**, y número dos, **ENFOQUE SOSTENIDO**. Te lo he dicho una y otra y otra vez, pero realmente créeme, son los dos conceptos más importantes que te puedo compartir.

El día de hoy cuando termine esta presentación quiero que hagas tu lista inmediatamente, tu lista de 50 actividades hazla hoy, no la dejes para mañana, porque te aseguro que si lo dejas para mañana nunca lo vas a hacer, implementalo inmediatamente, créeme, yo lo hago cada curso que tomo, implemento de forma inmediata y me ha funcionado bastante bien.

Entonces primer secreto es **IMPLEMENTACIÓN INMEDIATA**, hazlo hoy, y segundo, **ENFOQUE SOSTENIDO**. Yo no quiero darme cuenta que dentro de dos o tres módulos cada vez haya menos gente en la llamada, no me gustaría darme cuenta que la gente va perdiendo el interés o que te estás enfocando ya en otras actividades, porque la vida diaria te va guiando hacia diferentes cosas, por diferentes opciones, por diferentes oportunidades, sin embargo yo te reitero **IMPLEMENTACIÓN INMEDIATA** y **ENFOQUE SOSTENIDO**.

Enfócate a lo que tú ya decidiste, que es iniciar tu negocio por Internet, dame estos seis meses, no te desenfoces, por favor, estos seis meses, y de verdad te vas a dar cuenta cómo juntos vamos a avanzar bastante.

Ahora, quiero recordarte que la sesión de preguntas y respuestas va a ser ya muy pronto, de hecho en dos semanas va a ser la primera sesión que tenemos ya de preguntas y respuestas, yo te enviaré más información a tu correo electrónico, y te voy a dar información de cómo tener acceso a esta sesión de preguntas y respuestas, y sobre todo cómo puedes enviarme tú tus preguntas, te voy a explicar las instrucciones a través de tu correo electrónico de cómo enviarme tus preguntas. Va a haber dos formas, una va a ser, voy a recibir preguntas antes de la sesión, que yo pueda ver cuáles son las preguntas. Y dos, en vivo, mucha gente también algunas personas me van a preguntar en vivo, como ya lo hemos estado haciendo en la sesión de bienvenida.

Ahora, algo muy importante es que esta sesión, esta primer sesión de preguntas y respuestas no voy a recibir ninguna pregunta que no tenga que ver con este módulo que es **“El modelo exacto que me permitió ser libre”**.

Quiero que todas las preguntas, para no desenfocarnos, todas las preguntas quiero que estén relacionadas con lo que hablé el día de hoy, puede estar enfocado al modelo de negocio, la parte del mercado, a la parte del archivo electrónico, a la parte de la clonación virtual, pero únicamente enfocado al contenido que hoy te enseñé a través de este módulo.

Finalmente te quiero pedir nuevamente que llenes la encuesta, en esta ocasión aparentemente son las mismas tres preguntas que tú ya contestaste la otra vez, pero quiero que sepas que es otra encuesta, no es la misma, esta encuesta se enfoca únicamente a este módulo, al módulo que acabas de escuchar en este momento que es el módulo uno, entonces te pido que aunque ya hayas contestado la encuesta anteriormente, que la contestes otra vez porque esta es una encuesta diferente, es una encuesta con las mismas tres preguntas pero se refieren ahora al módulo uno en vez de a la sesión de bienvenida.

La encuesta la puedes contestar en [www.alexenvivo.com/encuesta](http://www.alexenvivo.com/encuesta), repito, [www.alexenvivo.com/encuesta](http://www.alexenvivo.com/encuesta) . En esta página, y de verdad te pido que lo hagas, me sirve muchísimo toda tu retroalimentación, dime qué te pareció la presentación, quiero mejorar cada una de las sesiones, cada una de las presentaciones para darte mucho mejor servicio, el mejor servicio que te mereces porque realmente te quiero ayudar y por eso hago la encuesta, para ayudarte como te lo mereces.

Entonces contesta la encuesta acabando esta llamada, por favor, [www.alexenvivo.com/encuesta](http://www.alexenvivo.com/encuesta) , para yo poder mejorar cada una de estas sesiones.

Ahora, acerca de la grabación de este módulo mucha gente me ha estado preguntando cómo tener acceso a las grabaciones, seguramente ya tienes tu nombre de usuario y tu contraseña, puedes tener acceso, de hecho en la sesión de bienvenida te pido una disculpa si tardamos algunos días en subirla, mucha gente me seguía preguntando si ya la podían ver, tardamos algunos días porque era una tecnología totalmente nueva para nosotros, sin embargo ya está la sesión, ya la pueden acceder la sesión de bienvenida, y en los próximos días van a poder acceder también el módulo 1, todo esto que acabo de explicar lo van a poder acceder también dentro de la cuenta de “Alex en Vivo” con su nombre de usuario y su contraseña.

Entonces bueno, eso es la conclusión, estaremos en contacto, te pido por favor llena la encuesta acabando esta llamada, llena la encuesta, [www.alexenvivo.com/encuesta](http://www.alexenvivo.com/encuesta) , también haz tu lista de los 50 temas, de las 50 actividades y hablamos pronto, hablamos en dos semanas, estaremos en contacto, yo te mandaré un correo electrónico para decirte las instrucciones de cómo conectarnos en dos semanas y te deseo realmente la mejor de las semanas, mucho éxito y no dejes realmente de implementar, haz tu lista y que tengas una excelente semana.

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