



## MARKETING DEL DHARMA

### EL GUIÓN DE LA MASTERCLASS DE 15 minutos

#### TÍTULO Y DESCRIPCIÓN

Detalla a continuación el problema que vas a resolver, cuál es tu nueva oportunidad y cuales son los dos o tres pasos o claves que vas a utilizar en tu Masterclas,.

#### El problema que voy a resolver:

.....

#### La nueva oportunidad:

.....

#### Las claves

.....

.....

.....

#### Ejemplo 1:

**El problema:** Lograr clientes de alto valor 24/7 365

**Nueva Oportunidad:** Ventas Automatizadas Con Webinar de 15 minutos

**Clave 1:** Vender en automático 24/7/365

**Clave 2:** El método de los 3 pasos

**Clave 3:** Seleccionar al cliente que queremos

#### Ejemplo 2:

**El problema:** Pérdida de peso consolidada y permanente.

**Nueva Oportunidad:** perder peso gracias al ayuno intermitente

**Clave 1:** Quemar los excesos y depurar el cuerpo sin darse ni cuenta

**Clave 2:** Superar el efecto del Jet Lag mental y emocional

**Clave 3:** La evidencia científica irrefutable

Detalla por qué crees que es tan importante en tu opinión, cada uno de estos pasos. Utiliza todas las evidencias que tengas, experiencia personal, experiencia con clientes, estudios científicos, tus propias investigaciones...

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

### **El título de tu Masterclas de 15 minutos:**

Crea tu título a partir del siguiente esquema. Es extremadamente importante que el título hable de manera concreta para generar la máxima expectativa y atracción. Por ejemplo, es mucho mejor decir “Cómo perder mínimo cinco kilos con el ayuno intermitente, en menos de 21 días sin pasar hambre” que decir “Cómo bajar de peso en pocas semanas con un nuevo método”.

### **Plantilla del título:**

**Cómo** (lo que quiere tu cliente) **gracias a** (tu método o sistema único) **en menos de** (el tiempo que estimes) **sin tener que** (la objeción más importante de tu cliente).

.....  
.....  
.....

## **EL GUION**

**Una Masterclas de 15 minutos debe estar hecha de manera muy precisa, sin que sobre ni falte nada, con un solo objetivo, lograr que tu cliente agende una sesión de**

claridad contigo. Es muy importante que tengas en cuenta esto, no vamos a vender el programa, vamos a vender la sesión

Como verás, tu Masterclas estará estructurada en cuatro bloques que iremos viendo a continuación, la Introducción, el Historytelling, Las claves y La Llamada a la acción.

## **Empezamos con la introducción:**

Partiendo de la base del título del webinar, debemos dejar claro en los primeros segundos qué es lo que les vamos a explicar en estos minutos y generarles la expectativa suficiente como para se queden y sigan escuchando hasta el final.

**Puedes empezar con una introducción de este tipo:** muy buenas, quiero darte mi más sincera bienvenida y felicitarte por estar aquí porque hoy vas a aprender (**título de la Masterclas**), además, no te vas a quedar solo con la teoría sino que vas a aprender qué es lo que debes de implementar para que esto suceda, pero antes déjame que te muestre algo:

**En este punto debemos mostrar testimonios de nuestros clientes o pruebas de cualquier tipo que demuestren nuestro trabajo, todo ello para crear autoridad desde un inicio y que se sientan identificados pensando Uau, yo también quiero eso!**

**Es aconsejable mostrar pantallazos de WhatsApp o trozos de e-mails porque al ser webinar de 15 minutos no tenemos tiempo de mostrar vídeos a no ser que sean fragmentos muy cortos.**

**A partir de aquí nos presentaremos con una sola diapositiva de manera muy breve, por ejemplo:** Hola, soy (**Tu nombre**), expert@ en (**tu especialización**), con más de **X** horas de experiencia y creador/a del método (**nombre del método que hayas creado, no de tu programa**).

**Ahora vamos a contarles para quién es este tipo de información:**

Este sistema es para (**El público al que te dirijas**) que se encuentren (**la situación de dolor de tu cliente**) y que quieran (**solucionar el problema**) de manera rápida y eficaz.

**Debemos decirles también que esto les funcionará aunque tengan ciertas limitaciones (sus objeciones).**

**Por ejemplo:** funcionará para ti aunque ya hayas intentado (métodos de la competencia), aunque tengas poco tiempo para dedicarle a ello o aunque creas que tú no eres capaz.

**El siguiente paso es mostrarles que lo que les vas a contar es una súper oportunidad, aquí debes utilizar todas las estadísticas o datos científicos que pueden apoyar tu tesis.**

**Por ejemplo:** vivimos en los momentos en los que se hace necesario (**tu solución**) ya que según un estudio de la Universidad X el 80 % de las personas que X no logran X

**Ahora vamos a remarcar lo importante que es que se queden hasta el final para que podamos pasar al siguiente paso del Histoytelling sin que se nos descuelguen.**

**Por ejemplo:** quédate hasta el final porque te aseguro que van a ser los 15 minutos mejor invertidos de tu vida, además, tengo una sorpresa preparada para ti que te voy a desvelar el final, y por si fuera poco, si ves que todo lo que te estoy contando tiene sentido para ti y Rosana contigo, por supuesto me encantará contarte cómo te puedo ayudar.

Te prometo que en estos minutos te voy a dar mi 100 x 100 para que te lleves el máximo valor, porque muy probablemente, yo estuve en tu misma situación o en una situación muy parecida hace unos años.

## **Seguimos con el Historytelling:**

**El ser humano ya contaba historias hace miles de años alrededor de una hoguera, nos encanta escuchar historias de la gente y además nos ayuda a empatizar con ellos. El desarrollo de nuestra historia lo vamos a explicar en siete pasos.**

### **Paso 1, el contexto:**

**Explica el contexto en el que te encontrabas, de que eras víctima, porque corrías peligro... empieza con una fecha en concreto, ya que esto ayuda a dar realismo y veracidad a tu historia de vida, por ejemplo, En octubre de 2014...**

### **Paso 2, decidiste qué querías:**

**Ahora toca explicar qué querías conseguir y por qué, por ejemplo: querías ganar X o querías contribuir a... o querías escapar de... o querías dejar de sufrir... y decidiste ponerte a ello.**

### **Paso 3, El Problema:**

**¿Cuál era el problema que tenías que te impedía conseguir eso que tanto querías? Tanto factores internos como factores externos. Cuáles eran tus miedos, cuáles eran tus creencias limitantes, qué pensamientos no te dejaban avanzar, qué contexto que oprimía para lograrlo, que personas situaciones etc...**

### **Paso 4, La solución que probaste y no funcionó:**

**Qué fue todo aquello que hiciste porque pensabas que te podía sacar del problema pero finalmente no lo lograste, qué caminos seguiste que no te dieron resultados. Por ejemplo: hice publicidad de pago sin obtener resultados, me harté de hacer contenidos en redes sociales sin conseguir ni una venta...**

### **Paso 5, el conflicto final:**

**Cuál fue el punto de inflexión que te llevó al camino de la solución, ese punto en el que ya no podías más. Por ejemplo: recuerdo el 31 de Diciembre del 2015 estando en... cuando ma dije hasta aquí...**

## **Paso 6, El buen camino:**

**La decisión que te llevó a tu Epifanía. Explica cómo conseguiste encontrar el buen camino que te llevaría al método, sistema que esta vez si, te permitió solucionar el problema. Por ejemplo:** Decidí irme a Estados Unidos a aprender de los mejores...

## **Paso 7, La transformación:**

**Explica ¿cuál ha sido tu transformación?, ¿qué nuevas creencias has adquirido?, ¿qué has aprendido? y ¿qué repercusiones he tenido esto en tu vida? Y sobre todo, como viste que a través de toda esta experiencia y aprendizaje podías contribuir al mundo con esto. Por ejemplo,** esto me permitió llegar a facturar por primera vez 10.000 € al mes y empezar a devolver todas mis deudas.

## **Las claves (Tu nueva manera u oportunidad):**

**Ahora entramos en la parte de las claves o los pasos de este método. Es importante que hablemos de las tres claves de tu oportunidad, no de tu programa.**

LOS 7 PUNTOS QUE VERÁS A CONTINUACIÓN DEBEN ESTAR PRESENTES EN CADA UNA DE LAS CLAVES

- **“El qué” sin decir “el cómo”.** Por ejemplo: Transformar tu talento y experiencia en un producto de alto valor...

- **Algún ejemplo de testimonio, dato científico o estadística:** Por ejemplo, Mira el caso de Marta, que paso de tener su agenda completamente ocupada a trabajar dos días por semana ganando mucho más dinero...

- **Los beneficios concretos que tiene seguir esas claves.** Por ejemplo: podrás vivir muy bien trabajando pocas horas con muy pocos clientes...

- **Las repercusiones que ello traerá sus vidas.** Por ejemplo: podrás estar mucho más tiempo con tus hijos.

- **Explicar por qué es tan importante aplicarlas.** Por ejemplo: esto es extremadamente importante porque si no seguirás intercambiado tiempo por dinero...

- **Cuéntales los errores más importantes que cometen la mayoría de personas y que hacen que no resuelvan su problema.** Por ejemplo: la mayoría de personas cometen el error de crear sus cursos y formaciones sin haber testado antes con un público real que estén dispuestos a pagar por ello...

- **Quita las mayores objeciones que tienen las personas a la hora de implementar esa clave.** Por ejemplo: Probablemente estés pensando... pues permíteme que te muestre o permíteme que te cuente una breve historia... **(tuya o de tus**

**clientes)** también puedes quitar estas objeciones mediante estudios científicos, estadísticas, noticias, metáforas etc.

Cuando hayas terminado la explicación de la primera clave a través de estos siete puntos, debes enlazar con la segunda clave en la que también desarrollarás los siete puntos y asimismo con la tercera.

La transición puede ser algo así: ahora que ya has visto esta primera clave en la que te he contado... puede más pasar a la segunda clave que es (el título de la segunda clave).

Una vez presentadas las tres claves llegamos a la llamada a la acción.

## **La llamada a la acción:**

**Llega el momento de ofrecer la sesión. Para ello vamos a utilizar una breve transición que no servirá para ir de las claves a la propuesta de la sesión.**

**Explícales lo que ha pasado:** como has visto, te he mostrado el camino para que puedas llegar a (Conseguir su resultado).

**Desarrollo de la transición:** estos son los pasos que me permitieron a mí y que están permitiendo a mis clientes lograr grandes resultados, pero debo advertirte de algo, si intentas hacer esto por ti mismo, probablemente te pase lo que me pasó a mí, que perdí mucho tiempo y mucho dinero probándolo y no lo lograba... **(puedes explicar todos los peligros que quieras acerca de lo que implica hacerlo por uno mismo)** hasta llegué a poner en riesgo mi salud y mis relaciones en el intento, por eso quiero darte una alternativa, para evitarte que pases por eso.

Aquí debajo puedes reservar una sesión de claridad totalmente gratuita conmigo, 1 a 1 en la que podré conocerte en profundidad y en la que pondré toda mi experiencia a tu disposición para estudiar tu caso específico, de modo que pueda ver en que situación te encuentras y ver dónde quieres llegar. Esto me va a permitir darte un plan de acción personalizado para que puedas tener éxito sostenido en esto y asegurarte que todo salga bien. **(La clave aquí está en que el cliente entienda los beneficios que obtendrá con esta sesión gratuita de claridad)**. Además, si formas parte del perfil de personas a las que puedo ayudar, te voy a decir cómo podemos trabajar juntos a través de mi método del Marketing del Dharma para que lo consigas en el menor tiempo posible, en el que te voy a acompañar personalmente paso a paso y te voy a dar, **(describir una síntesis de los beneficios que se va a llevar de cada uno de los módulos)**.

**Explicar porque esto es diferente a lo que puedan haber hecho hasta ahora: por ejemplo:** esto es diferente a todo lo demás que hayas visto hasta ahora, por el propio método de los webinars de 15 minutos, pero sobretodo porque voy a ser yo personalmente quien te lleve de la mano durante todo el proceso, **(explicar también brevemente que hay una garantía)** y por si fuera poco, te voy a firmar un contrato en el que me comprometo a acompañarte hasta que amortices tu inversión.

**Volvemos a insistir en la llamada a la acción:**

Como te decía, ahora mismo tienes la oportunidad de acceder a todo esto, simplemente haciendo clic en el botón de aquí debajo y rellenando este formulario para tener así esta sesión de claridad gratuita conmigo en la que te podré conocer en profundidad y darte la solución que necesitas según tu caso específico. Date esta oportunidad: haz clic y rellena el formulario”