

“CÓMO VENDER, LIGAR E INCLUSO CONSEGUIR QUE TE PRODUZCAN UN MUSICAL EN EL TEATRO MÁS GRANDE DE MADRID GRACIAS AL EMAIL MARKETING”

**Una Masterclass que te debería entrar en spam
si no fuera porque está basada en hechos (y facturaciones) reales**

Historia I

El 29 de Agosto de 2009 fui a una **boda** a la que no quería ir.

Y no me refiero a la mía.

Me refiero a la boda de una amiga de la Facultad que tenía preparado un **maléfico plan para mí**: sentarme al lado de su prima...

De su prima “la soltera”.

Bueno, el caso es que el compromiso me pudo y fui.

Y oye, lo cierto es que **su prima “la soltera” no estaba nada mal** y, como vi que la suerte jugaba a mi favor, empecé a tirarle fichas.

Ficha, ficha, ficha, ficha...

Así hasta que, después de unas cuantas horas, por fin **cometió un error**.

Un único pero garrafal error:

me dio su email.

Hoy “la prima soltera” es la madre de mis niños.

¿Qué le dije en el primer email?

Pues algo que desvelaré en la Masterclass y que muy pocos vendedores saben pese a que **debería ser la Lección nº 1 en cualquier Curso de Ventas.**

Historia II

A finales del 2018 me propuse **cumplir un sueño:**

un par de amigos y yo habíamos escrito una obra de Teatro Musical y, aunque ninguno de los tres teníamos trayectoria artística reconocida ni contactos ni pasta ni aval de ningún tipo, me emperré en una idea súper ambiciosa:

estrenaríamos nuestro Musical a lo grande, en Madrid y en un teatro top.

El viernes, 22 de Febrero de 2019, **escribí dos emails:**

- uno dirigido **al socio fundador de SOM Produce**, la mayor productora de Musicales de España (Billy Elliot, West Side Story, Cabaret, Sonrisas y Lágrimas...);

- y otro dirigido **al CEO y productor de “33 el musical”**, el espectáculo revelación de esa temporada en la cartelera madrileña.

Tan sólo un par de días después, el lunes 25 de Febrero, me subí a un tren con destino a Madrid y **dos reuniones** en la agenda:

- **la primera a las 17:00h**, en “Espacio 33”, un colosal teatro ubicado en IFEMA;

- **y la segunda a las 19:30h**, en las oficinas de SOM Produce en Gran Vía.

Unas pocas horas más tarde, **a las 22:00h**, estaba en un tren de vuelta a Pontevedra con un ligero pero prometedor equipaje:

una sonrisa indestructible y **un productor para mi Musical.**

¿Pero cómo lo conseguí?

Bueno, eso ya es materia de Masterclass pero por adelantarte algo, fíjate:

ya sólo lo que puse en el Asunto de los correos marca la diferencia entre los emails a puerta fría que ganan clientes y los emails que son ignorados o considerados de poco o ningún interés.

Historia III

Y lo que son las cosas...

El año pasado, en Marzo de 2022, mi socio y yo **recibimos un encargo** por parte de “33 el musical”.

Resulta que **las Navidades anteriores** su equipo de Marketing había realizado una campaña publicitaria (de pago) para vender el streaming del vídeo del Musical por 10€ y bueno..., **los resultados no habían sido los esperados.**

En la Semana Santa que se acercaba querían probar otra cosa y **les propuse hacer otra campaña pero...**

- **sin** gastar un céntimo en **publicidad.**
- “ordeñando” sus redes sociales como si no hubiera un mañana.
- **subiendo precios** hasta multiplicar x3 el precio de mercado.

- con una estrategia más propia de un mago que de un marketer.
- **y... vendiendo durante 22 días seguidos, un día sí y otro también, a través de email marketing.**

Obviamente nos dijeron que ok, que adelante, que tal como lo pintábamos pintaba bien pero... ¿qué ocurrió?

Pues que **multiplicamos por 36 la facturación** conseguida en Navidad.

Bien.

¿Cómo eran esos emails diarios que enviamos y qué resultados nos trajeron?

Lo verás con tus propios ojos cuando te lo enseñe todo -aciertos y errores también, por supuesto- entrando directamente en la herramienta de email marketing de "33 el musical".

Así. A pelo. Sin trampa ni cartón.

Y tenemos mucha suerte porque, como sabes, la mayoría de clientes se niegan a compartir públicamente este tipo de informaciones.

Sin embargo, este cliente constituye una nada pero que nada habitual excepción, así que...

Si quieres ver algo real, algo corroborado con datos y números, **algo que** -vete tú a saber- **hasta podría resultar rentable para tu negocio...**

...aquí tienes la oportunidad de asistir a **otra de esas aburridas Masterclasses** que tanto se llevan ahora.

Pero atención.

Porque algunas de las cuestiones que veremos son **tan sencillas** que es probable que para asimilarlas tengamos que utilizar el sentido común.

Por ejemplo:

1. Cómo crear Asuntos de email que hagan que la gente los abra como regalos de Navidad y no como cartas de Hacienda.

2. La técnica que utiliza una famosísima revista femenina para sus titulares y que hasta un zombi sin cerebro puede aplicar para que sus emails sean imposibles de ignorar.

3. Qué es el spam y por qué enviar emails todos los días, de lunes a domingo, 365 días al año **no es spam**.

¿A que choca esta idea? Pues todavía choca más su elegante, lógica e inapelable explicación.

4. ¿Cómo debe ser un email a puerta fría? Me refiero a ese email que quieres enviar a un potencial cliente o a alguien de elevado interés estratégico para ti.

Y más concretamente, **¿cuál es el ángulo que separa a los correos que generan negocio** de los que acaban olvidados en la bandeja de entrada?

5. ¿Cómo debe ser un email masivo enviado a una base de datos?

Da igual si tu lista de contactos es de 50 o de 40.000 personas... **enviar un email con fotitos**, colorines, descuentos y frases más usadas que un baño público **es tan inocente e infantil que inspira ternura**.

Si tu empresa hace eso toma nota:

la ternura está bien para los parques de bolas pero a estas alturas de la película deberías saber que **tus clientes ya tienen pelos en el culo**.

Si estás haciendo email marketing y tus resultados son paupérrimos mira a ver si va a ser por esto.

6. Algunas preguntas que siempre están en el aire:

- **qué herramienta** de email marketing usar;
- **cuáles son los porcentajes óptimos** de apertura, de clics, de respuesta o de rebote;
- cómo realizar una **campaña de test A/B**;
- qué son las **segmentaciones** y tipos de segmentaciones;
- **embudos puntiagudos y otros inventos cojonudos** de los *marketers* que saben mucho de marketing pero nada de vender.

Ninguna de estas cuestiones es mínimamente importante.

Ni rentable.

Ninguna.

Siguiente punto.

7. ¿Sirve para algo la Posdata?

Lo comprobarás al final de este mismo programa.

8. ¿Una (buena) secuencia de emails automatizada es mejor vendedor que el mejor de tus vendedores?

Sí.

Es duro de digerir pero **no estoy aquí para complacer a nadie.**

Simplemente es la pura realidad.

Y por cierto, **todavía hay un mejor vendedor** que una (buena) secuencia de emails automatizada*.

***Nota:** “automatizada” quiere decir “automatizada. Y no que la secuencia la piense o la diseñe un robot ni ninguna marcianada parecida.

9. ¿Y qué pinta el copywriting en todo esto?

¡¡¡¿El copyqué?!!!

El copywriting o **redacción persuasiva o publicitaria**.

Ok. Te lo explico por si es un tema que se te escapa un poco.

El copywriting es el tipo de escritura que se ha de emplear en cualquier negocio que pretenda **vender algo sin parecer un niño con un puesto de limonada** delante de la puerta de su casa.

Es decir, vender como hacen los mayores.

Los mayores que saben vender, claro.

¿Y qué pinta aquí el copywriting?

Pues lo pinta todo porque se trata de una técnica que consiste en **escribir para que la gente haga lo que nosotros queremos que haga:**

desde comprar algo o rellenar un formulario con datos personales a conseguir una cita con la chica que te gusta o una reunión de negocios con un pez gordo.

¿Y cómo se domina una disciplina como ésta?

Pues con mucho estudio y mucha práctica pero para resumirlo de una forma elocuente veremos **los 10 mandamientos del buen copywriter**, los 10 mandamientos para vender de forma natural y sin fricción.

(Y no como un comercial de una compañía eléctrica).

10. Si el incremento de tu facturación es directamente proporcional al aumento de tu lista de contactos, **¿cómo podemos hacer para captar cada vez más emails?**

Hay muchas maneras de hacerlo. Veremos algunas.

Listo.

Hasta aquí el programa de la Masterclass.

Y ahora...

¿Cuál es el objetivo de la jornada?

Pues muy fácil: que aprendas a utilizar (bien) el email marketing **para construir** lo que cualquier negocio de éxito necesita:

una fuente constante de clientes.

Pero, ¡ojo!, porque no vamos a hablar de la guitarra sino de los dedos que tocan la guitarra.

Vamos a por la pasta, a por la chicha, a por lo que de verdad importa.

Para lo demás ya hay suficiente información en internet.

¿Quién impartirá la Masterclass?

Esta jornada formativa será impartida por **Antonio Crespo** (Pontevedra, 1979). Licenciado en Derecho por la USC y Consultor en marketing y ventas especializado en estrategia digital, copywriting y posicionamiento SEO para negocios locales.

Actualmente al frente de liderlocal.com y en el pasado Consultor de negocios y franquicias en Auren España y posteriormente Director de marketing y ventas de Universo Farmabox (sector farmacéutico), del Teatro de IFEMA (Madrid) Espacio [RARO] y de varios espectáculos de teatro musical de la escena madrileña ("33 el musical" y "Fiebre Hamilton").

Aprovechemos para hacerle algunas **PREGUNTAS** al ponente:

¿Cuándo será la Masterclass?

El viernes, **10 de Marzo de 2023**, en horario **de 10:00hs a 12:00hs**.

¿Es una Masterclass presencial u online?

Todas las respuestas son correctas.

En su modalidad presencial, la Masterclass se impartirá en el **salón de actos de la Cámara de Comercio en Vigo**:

C/ República Argentina, 18 – 36201 (Vigo).

Y en su modalidad digital, la conexión se hará a través de la plataforma **Zoom**.

¿Las plazas son limitadas?

Sí. Hasta completar aforo.

¿Cuánto dura la Masterclass?

Es una Masterclass híbrida de **120 minutos pero no miro el reloj**, por lo que no tendré problema en que se extienda más tiempo a partir de las **preguntas y respuestas** que puedan surgir.

¿Cómo es el formato de la Masterclass?

Pues mira, **he dado formaciones de dos tipos**:

- Charlas-peñazo en las que me preparaba una Presentación (hecha con PowerPoint o con CANVA) que iba siguiendo al dedillo como un Ilustre Catedrático en Ciencias del Tedio y la Monotonía; y

- **Conciertos hablados de Rock Marketing** en los que sí, yo llevo un poco la voz cantante pero lo bueno es que todo el mundo tiene derecho a elevar su voz para que el evento no sea un recital solista sino un espectáculo vivo y colectivo.

La Masterclass que te propongo pertenece al segundo tipo porque las últimas veces que lo hice así, la clase, que estaba prevista para tener una duración de 90 minutos, **se convirtió en un show participado** de más de 2 horas en donde en algún momento tuve que recurrir a la Presentación en PowerPoint, sí, pero sólo para reubicarnos y retomar la hoja de ruta de la clase.

¿Aprendimos mucho?

Sí.

¿Nos divertimos mucho?

También. Pero sin hacer el imbécil.

Es decir, no pongo a la gente a dar palmas, a bailar o a gritar como los monos. No hago coaching para parvulitos.

Esto es una **formación seria y trato a la gente con respeto.**

Además, como todo el mundo me puede preguntar lo que quiera, comentaré algunos errores y aciertos que he vivido en empresas con las que he trabajado.

Créeme: **hablaré desde la Autoridad que me otorga el fracaso** (y algún que otro éxito que espero que no menoscabe mi credibilidad).

¿A quién va dirigida la Masterclass?

A Pequeñas y Medianas empresas, Autónomos y Emprendedores que quieran aprender a utilizar (bien) el email marketing **para construir** lo que cualquier negocio de éxito necesita: **una fuente constante de clientes.**

¿Precio de la Masterclass?

Es una formación que **no debería ser gratuita pero lo es.**

Esta Masterclass está incluida dentro del Programa Oficinas Acelera Pyme, que la Cámara de Comercio de España ha puesto en marcha a través de la Cámara Comercio de Pontevedra, Vigo y Vilagarcía de Arousa y en colaboración con Red.es para impulsar la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas, autónomos y emprendedores y luchar de esta manera contra el impacto económico de la COVID-19 dentro del tejido empresarial.

¿Te interesa venir?

Eso sólo depende de ti.

Lo que yo voy a hacer es poner unos conocimientos en tus manos que te permitirán comprender los porqués de cada cosa.

Sabrás lo que funciona y lo que no funciona y eso **te aportará CLARIDAD.**

Y la claridad en los negocios significa mucho dinero.

Si esto te parece interesante ya tienes la respuesta.

Y si no, pues nada.

La maravillosa opción de no hacer nada siempre estará presente en nuestras vidas.

Un saludo y **no te olvides de la Posdata.**

Antonio Crespo

Líder Local

antonio@liderlocal.com

Por favor, no visites liderlocal.com, no vaya a ser que la liemos y te entren ganas de contratarnos.

PD: Como el movimiento se demuestra andando, **antes de tomar la decisión de asistir a la Masterclass**, quizás deberías comprobar con tus propios ojos cómo trabajo yo el email marketing.

Así podrás descubrir un poco más de lo que te espera y de paso **valorar si soy o no soy de fiar**.

Que pudiera ser que sí.

Pero te aviso.

Si te apuntas en liderlocal.com a la que posiblemente sea la peor Newsletter que jamás hayas visto deberías leer antes -y con mucha atención- lo que te pongo en la web.

El que avisa es avisador.

