

¿CÓMO UTILIZAR LAS REDES SOCIALES PARA TU ÉXITO CON ASEA?

Los conceptos que siguen son útiles para cualquier persona que quiera utilizar las redes sociales para desarrollar su negocio con ASEA. Sin embargo, si tu prospecto desea trabajar como un influencer típico o como afiliado, el plan de compensación ASEA ONE tiene soluciones específicas para ellos, en caso de que no quieran construir un negocio clásico de marketing en red. Organiza una llamada a tres con Theu para analizar soluciones adaptadas a su perfil.

VIDEO DE UNBOXING Y PUBLICACIONES DE CURIOSIDAD (B. FRYER)

Esta capacitación te muestra cómo crear publicaciones en Facebook que atraigan clientes de pago en 48 horas, sin saturar a tus amigos y familiares. Es una forma sencilla de obtener resultados inmediatos.

Primero hablaremos del video de unboxing.

Segundo, aprenderás a crear publicaciones de curiosidad.

Paso uno: el video de unboxing

Usa tu teléfono para lograr la mejor calidad de video. Se recomienda que el Facebook Live dure entre cinco y siete minutos. Hazlo cuando llegue tu primer o próximo envío de productos ASEA.

No abras la caja de inmediato. En su lugar, aprovecha la oportunidad para transmitir en vivo desde tu perfil personal y público y compartir con tu audiencia la emoción por lo que acaba de llegar.

Antes de transmitir en vivo, anota en un papel varios beneficios de tus productos. Menciona únicamente beneficios autorizados oficialmente por ASEA para tu mercado específico.

El título del live podría ser algo como:

“¡No puedo creer lo que acabo de recibir!” o

“Estoy muy emocionado por lo que me acaba de llegar”.

Algo llamativo, que despierte curiosidad y motive a las personas a ver el video.

Antes de salir en vivo, avisa a tu línea ascendente y a algunos compañeros para que se conecten y apoyen. Esto ayuda a que otras personas vean que hay interacción en tu transmisión. Pídeles que no mencionen el nombre de la empresa ni del producto en los comentarios.

Luego transmite en vivo:

1. Preséntate.
2. Haz una pregunta sencilla al público, por ejemplo: “¿Desde dónde me están viendo hoy?”
3. Comparte tu emoción por lo que llegó y muestra la caja cerrada.
4. Explica por qué te entusiasma tanto y cómo ayuda a las personas lo que está dentro de la caja. Aquí puedes usar la lista de beneficios (tres a cinco).
5. Invita a que escriban una palabra clave o número si desean recibir alguno de esos beneficios.

Ejemplo:

“Lo que hay en esta caja ha ayudado a muchas personas con... (menciona el beneficio). Si te gustaría lograr... (beneficio), escribe la palabra... en los comentarios.”

Esto genera interacción en vivo y también en la repetición del video.

Luego toma un cuchillo o tijera para abrir la caja y expresa que estás ansioso por mostrar su contenido. Asegúrate de que, al abrirla, no se vea el nombre del producto ni de la empresa.

Después de abrirla, muestra entusiasmo, introduce la mano dentro de la caja y, en lugar de sacar el producto, haz una pausa. Mira a la cámara y di exactamente:

“Estaba por mostrarte lo que hay dentro de esta caja, pero sinceramente no sé cuántos realmente quieren saberlo. Si quieres saber qué es, escribe ‘quiero saber’ en los comentarios y te enviaré un mensaje privado después de este video.”

Esto genera expectativa y te da permiso para contactar por mensaje privado, llamada o texto.

Para finalizar, agradece por acompañarte y desea un buen día.

Si es tu primer Facebook Live o hace tiempo que no haces uno, reserva tiempo para responder los mensajes que recibirás después. Este método

funciona muy bien y puede sacarte de tu zona de confort, pero está diseñado para ayudarte a obtener resultados inmediatos.

Paso dos: la publicación de curiosidad

48 horas después del video de unboxing, crea una publicación de curiosidad sobre tu producto o negocio.

¿Cómo hacerlo?

1. Expresa gratitud.
2. Menciona un problema.
3. Comparte un beneficio.

Ejemplos (no los copies literalmente, solo tómalo como referencia):

“Estoy muy agradecido con una amiga que me compartió su secreto para... (beneficio). Muy emocionado de comenzar.”

No explicas cómo; eso genera curiosidad y hace que quienes buscan lo mismo comenten o te escriban.

Otro ejemplo:

“Sentía que ya había probado de todo. Me despertaba cansado, sin energía. Hice un pequeño cambio en mi rutina matutina y ahora tengo energía todo el día. Estoy muy entusiasmado.”

Para productos de cuidado de la piel:

“Estoy ahorrando mucho tiempo con mi nueva rutina de cuidado facial: rápida, sencilla y me hace lucir 10 años más joven.”

Ejemplo enfocado en negocio:

“Hoy tomamos una decisión. Durante años nos preguntamos cómo avanzar económicamente. Entre deudas y gastos apenas nos sosteníamos. Agradezco a un amigo que nos mostró una forma sencilla de superar esta situación. Hoy es un nuevo comienzo.”

Observa que no mencionas empresa ni marketing en red. Solo compartes el problema y agradeces la solución. Esto motiva a otros en situaciones similares a contactarte.

Al hacer el video de unboxing y luego una publicación de curiosidad 48 horas después, comenzarás a generar conversaciones que te permitirán compartir tu producto o negocio, produciendo resultados comerciales de forma inmediata.

Puedes crear otra publicación de curiosidad días después.

Nota cómo en ningún ejemplo se menciona el nombre del producto ni de la empresa, pero todos están diseñados para atraer a tu cliente ideal o futuro socio de negocio.