



MAGAZINE

MARKETRIX

Marketing
fuera de la
Matrix

MARKETING & NEGOCIOS

BRANDING & REDES SOCIALES

COPYWRITING & VENTAS

CONTENIDO

Experiencia Phygital: Una nueva forma de comprar en 2024 03

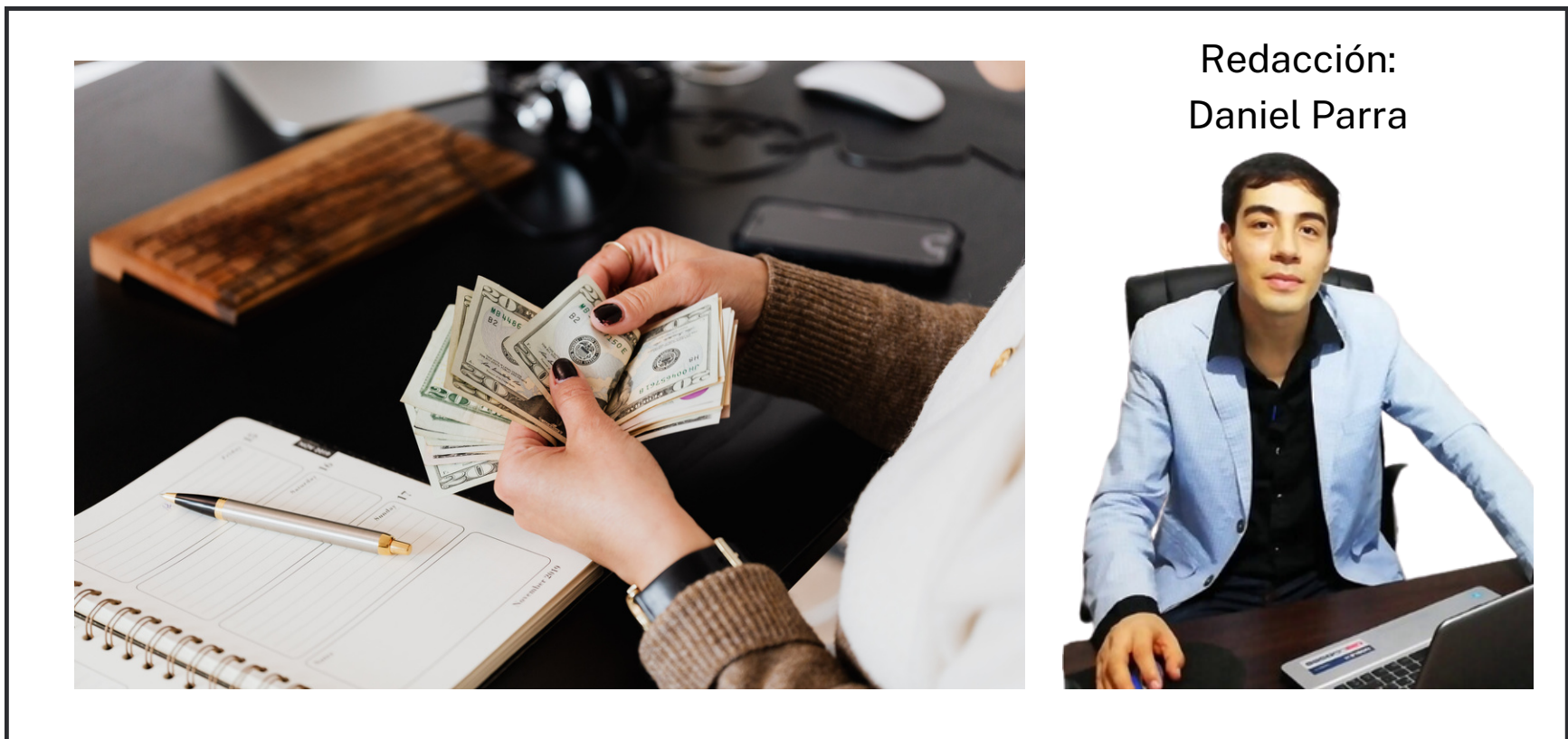
Construye tu negocio de consultoría en 10 pasos 08

COPYWRITING WEB: Persuadir sin dañar la experiencia del usuario 16

¿Cómo agregar un servicio premium a tu oferta? Y tener éxito! 23

Motivación para la Acción 29

EXPERIENCIA PHYGITAL: UNA NUEVA FORMA DE COMPRAR EN 2024



¿Has oído hablar de la experiencia Phygital?
¡En 2024 es la última tendencia en el mundo del marketing y las compras!

La experiencia Phygital combina lo mejor de ambos mundos: la calidez y la emoción de ir de compras en una tienda física, y la comodidad y la eficiencia de comprar en línea. Es como tener lo mejor de ambos mundos al alcance de tu mano.

Imagina esto: estás navegando por tu tienda en línea favorita, buscando ese par de zapatos perfecto. De repente, encuentras exactamente lo que estabas buscando, ¡pero te detienes antes de hacer clic en "comprar"! **¿Por qué?** Porque esta tienda ofrece la opción de recoger tus compras en una tienda física cerca de ti.

¡Es increíble! Puedes hacer tu pedido desde la comodidad de tu sofá y luego pasar por la tienda para recogerlo cuando te convenga. Además, mientras estás allí, puedes probar los zapatos y recibir consejos personalizados de los expertos. ¡Es como magia!

Pero eso no es todo. **¿Has oído hablar de la realidad aumentada?** Es una tecnología asombrosa que algunas aplicaciones móviles están utilizando para mejorar la experiencia de compra en línea.

Por ejemplo, imagina que estás redecorando tu sala de estar y quieres comprar un nuevo sofá. Con la ayuda de la realidad aumentada, puedes ver cómo se vería ese sofá en tu sala de estar antes de comprarlo. ¡Es como tener una prueba de estilo virtual en la palma de tu mano!

La experiencia Phygital se trata de hacer que tus ventas sean lo más personalizadas y convenientes posible. Y para lograr eso, las empresas están utilizando una variedad de herramientas emocionantes, como pantallas interactivas, tecnología de reconocimiento facial y más. Estas herramientas no solo hacen que la experiencia de compra sea más divertida, sino que también la hacen más eficiente. ¡Es como tener tu propio asistente de compras personal en todo momento!



Por supuesto, implementar una estrategia Phygital no es algo que se pueda hacer de la noche a la mañana. Se necesita un plan sólido de marketing digital, estrategias de venta on y off line junto con la integración con un software de gestión de relaciones con el cliente (CRM) para asegurarse de que todas las interacciones con los clientes se manejen de manera centralizada. Para hacer todo eso necesitas contratar a un estratega de negocios digitales: **“necesitas un growth partner”**.

Marketrix Magazine “La revista de Marketing fuera de la Matrix”. Somos 4 colegas con miradas diversas desde distintas profesiones pero **todos compartimos un objetivo en común:** “brindarte un contenido distinto y de calidad”. Puedes contactar a cada uno desde sus perfiles de LinkedIn o desde sus enlaces de contacto (para eso debes descargar este PDF).



Daniel Parra

Hola! Soy Growth Partner estoy de lanzamiento de mi libro: “[El Miedo te hace Perder Dinero](#)”

CONSTRUYE TU NEGOCIO DE CONSULTORÍA EN 10 PASOS



Redacción:
Johana Perdomo



Hoy en día son muchas las profesiones que puedes potenciar usando la magia de la internet, esto porque la globalización nos ha permitido el acceso a los medios digitales, así que, decídete y a partir de hoy construye tu negocio de consultoría empresarial en 10 pasos.

Los profesionales que nos hemos dedicado a estudiar y a trabajar bajo dependencia, debemos aprender a aprovechar las ventajas de los medios digitales, a mí me tocó aprender y quiero que tú también lo hagas, por eso hoy te traigo los tips para que des el primer paso hacia el logro de tus objetivos independentistas.

Eso sí, no es magia, ni rápido, si estás apurado, esto no es para ti.

La consolidación definitiva del trabajo remoto Sin duda alguna fue la covid-19.

Lo bueno que la pandemia nos dejó fue la posibilidad de demostrar que podíamos estar en cualquier parte y usar la internet para llegar a otras personas y ayudarles en lo que necesitaran, fue así como cobró fuerza el trabajo remoto y los servicios de asesoría en línea, ¿No me crees?

A ver, responde:

¿Quién no hizo al menos un curso por WhatsApp? ¿Quién no aprendió con tutoriales de YouTube nuevos oficios?

De hecho te cuento que en mi caso me certifiqué como pastelera profesional en línea y logré aprender y tener un emprendimiento exitoso sin haber estudiado pastelería de forma presencial, lo hice en casa y a mi ritmo.

MARKETRIX MAGAZINE

Hacia allá vamos, eso es a lo que mucha gente aspira, trabajar desde la comodidad del hogar, ser su propio jefe, entonces, **¿qué te propongo yo?** que le saques todo el jugo a tu especialidad.

El requisito es que cuentes con un título universitario y certificaciones profesionales que te permitan desempeñarte dentro del campo de la consultoría.

Funciona porque cada quien tiene un estilo propio, y porque no todo el mundo sabe las mismas cosas, y créeme afuera hay alguna empresa que quiere aprender eso que tú dominas bien para mejorar la eficacia de sus procesos.

¿Cuál es el problema? Simple, NO TE CONOCEN.

¡El sol sale para todos!

Te preguntarás:

¿Por qué lo hago si a eso me dedico y tú podrías ser mi competencia?

Créeme que no me preocupa porque no lo veo desde ese enfoque, es simple, **en el universo hay lugar para todos**, y hace falta mucha gente preparada que esté dispuesta a ayudar asesorando a otros sobre cómo hacer y ser eficientes en el intento.

Muchos expertos nos ofrecen el cielo MasterClass gratuitas para vendernos un curso que no podemos pagar, y muchos quedan ahí con ganas de aprender pero frustrados.

Yo entendí que para hacer eso que considero válido (porque cada quién sabe cuánto valen sus conocimientos y no hablo de dinero) debe primero demostrar lo que sabe construyendo su marca personal y autoridad.

Que me conozcas y confíes en mí, es mi objetivo principal.

Estoy segura de que es viable porque hoy en día existen muchas herramientas para simplificar tu tiempo y esfuerzo, y ayudarte a configurar y consolidar tu negocio digital solo debes aprender cómo hacerlo.

Por ese motivo, el día de hoy comparto contigo este E-book gratuito Construye tu negocio de consultoría en 10 pasos, lo escribí el año pasado; en él te explico de una forma breve cómo sacarle provecho a tus conocimientos, lo liberé para que arranques este 2024 con la convicción de que vas a ser exitoso.

Dejar tu huella digital



Crear un E-book representa muchas horas de trabajo y esfuerzo que debo decirte hago sola, pero hoy quiero compartir mi esfuerzo contigo, te recomiendo la lectura de mi artículo **Diferencias entre un consultor y un mentor**.

También puedes leer 5 beneficios de contar con un consultor empresarial, son contenidos de valor que he venido creando para ti de forma orgánica desde que nació esta página web en el año 2023.

A continuación te dejo el PDF de mi libro digital, descárgalo, léelo y pon tu plan en marcha.

Recuerda si necesitas asesoría puedes contactarme, la idea es que logres la independencia haciendo lo que te gusta y mejor si sabes cómo empezar.

MARKETRIX MAGAZINE

Esta es una guía práctica de lo que yo hice, lo que está plasmado ahí no es más que mi experiencia, nada de frases ni contenidos rebuscados difíciles de digerir, espero aprecies mi súper regalo.

Así que manos a la obra [**DESCARGA EL PDF del E-book Aquí**](#)

Acerca de Johana Perdomo

Mentora en Procesos de Implementación.

Te invito a visitar mi página web www.soyjohana.com dónde encontrarás información de alto valor que te ayudará a potenciar tu emprendimiento.



Johana Perdomo

COPYWRITING WEB: PERSUADIR SIN DAÑAR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO



Cuando hablamos de tener un sitio web para nuestro negocio debemos tener en cuenta que la estética puede ser necesaria pero no lo más importante dentro de una web.

Ya que el primer lugar se lo lleva la buena experiencia de usuario en todos los sentidos, y eso implica la forma en la que los textos se presentan ante tu público.

Porque un buen diseño puede atraer a tus visitantes, pero unos buenos textos pueden convertirlos de visitantes a clientes de tu negocio. Si quieres saber las técnicas que te permitan hacer una web enfocada a la venta no dejes de leer esta sección.

Copywriting

El Copywriting es la llamada redacción persuasiva, un tipo de escritura que tiene como finalidad llevar al lector por una lectura que le provoque un tipo de impacto y persuada su opinión para generar una acción específica. Un texto de copywriting no necesita ser muy largo, tan solo necesita ser estratégico para lograr dar en el blanco de su lector y provocar el efecto deseado.

Todo esto demanda una investigación previa del público al que se dirige y sus características más importantes:

- Deseos
- Hábitos
- Frustraciones
- Puntos de dolor
- Necesidad o problema a solucionar

Tener una idea general de sus características demográficas (sexo, edad, país, etc) puede complementar, pero lo que le da vida a un texto de copywriting es conocer los puntos mencionados anteriormente.

Porque es gracias a esos puntos que uno puede redactar los textos que conecten con su audiencia y tengan el impacto que se espera.

Este tipo de textos pueden ser usados tanto en publicidad, comercios tradicionales, comercios en línea y distintos tipos de proyecto en los que se necesite:

- Mostrar la personalidad de la marca
- Atraer a un público específico
- Persuadir a una audiencia hacia la acción
- Diferenciar un negocio de su competencia



Por lo tanto, tomar en cuenta el Copywriting para un negocio siempre es una buena inversión a largo plazo.

Copywriting web

Si bien el concepto básico es muy parecido, cuando un Copywriter escribe para una web debe tener en cuenta no solo la investigación y los textos que va a redactar, sino también la experiencia del usuario que debe conseguir con ese texto.

Así es que un Copywriter cuando hace la entrega de una redacción debe tomar en cuenta la forma de disposición dentro de la página, ya sea por bloques o estructuras establecidas que le dé coherencia al texto.

Así es que muchas veces se genera un conflicto dentro del diseño de una web: ¿Es más importante el diseño o el copy (redacción) dentro de una web?

La respuesta es: Depende

Si el diseño está realizado de manera estratégica, entonces el copy completa toda la estructura para cumplir su función persuasiva.

Si, por el contrario, el copy es el que está siendo diseñado de forma estratégica, entonces el diseño pasa a ser adaptado a la estructura que propone el Copywriter en su trabajo final.

La experiencia de usuario como guía del Copywriting

Como sabemos, un anuncio publicitario no genera la misma experiencia que una web; es por eso que la experiencia de usuario toma tanto protagonismo a la hora de crear la estructura de copy para una página web específica.

A pesar de que cada página tiene unas características específicas, existen algunas recomendaciones que siempre encajan con la mayoría de situaciones a los que se enfrenta un Copywriter al redactar para una web:

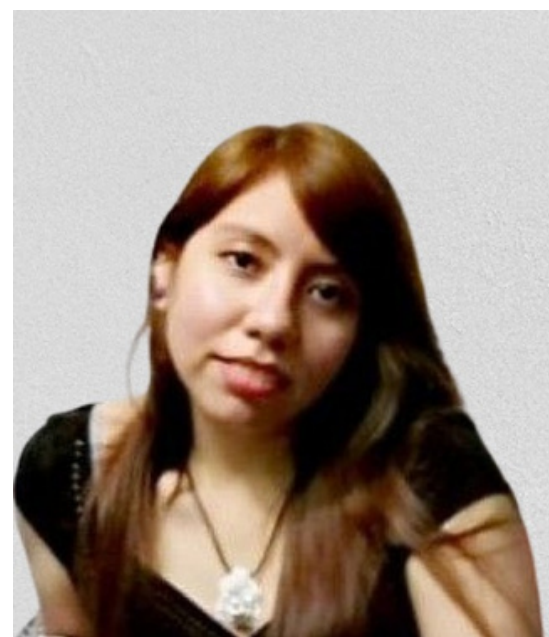
- Cada página dentro de la web (landing page) debe enfocarse en un solo CTA (llamado a la acción) y ubicarse estratégicamente dentro de los textos.
- La primera impresión es lo que cuenta, por eso el titular y subtítulo inicial deben incitar al visitante a seguir navegando dentro de la página para leer más.
- El uso de imágenes debe hacerse de manera estratégica, como complemento del texto o como contenido de valor (portafolio, clientes anteriores, etc.)
- La saturación de links o botones no es una buena práctica porque confunde al usuario, por eso deben usarse los necesarios para mantener una coherencia con la lectura.
- La redacción del texto debe llevar al lector por un camino sencillo que le permita pasar fácilmente de una opinión a otra hasta llegar al CTA.

Si se respetan estas directrices principales es más sencillo que el lector tenga una buena experiencia de usuario y al mismo tiempo se quede convencido de que los servicios o productos de esa web son adecuados para él.

Encuéntrame en LinkedIn,
[click aquí](#)

Sígueme en Instagram, [click aquí](#)

Únete a mi Newsletter para médicos y personal de salud con un regalo de bienvenida,
[click aquí](#)



Wendy Sanchez
SEO
Copywriter y
Diseñadora
web

¿CÓMO AGREGAR UN SERVICIO PREMIUM A TU OFERTA? Y TENER ÉXITO!



Redacción:
Leandro Valdés



En mi época emprendedora pre-marketing recuerdo toparme por todos lados con el famoso:

“Cobra caro por tus servicios”.

Las webs que hablaban de esto decían cosas como:

“Es más fácil que UNA sola persona te compre un servicio de 10 mil dólares a que 1000 personas te lo compren a 10”

Cuando leía ese tipo de cosas los pelitos de los brazos se me erizaban, y juro que me empezaba a salivar la boca.

Pero toda esa excitación se iba cuando tenía que concretar, cuando tenía que subir los precios.

“¿Y si por subir los precios pierdo los clientes que tengo?”

“¿Es solo subir los precios o hay que hacer algo más?”

“¿Y si a la gente no le gustan mis servicios a esos precios?”

En otras palabras, el viejo y famoso “me cagaba hasta las patas”.

Hoy, varios negocios más tarde, entiendo una o dos cositas de marketing.

Así que, por si te llega interesar, voy a comentarte la que para mí es **la manera más segura en la que puedes aumentar tus precios.**

No es la única, hay muchas.

Pero... la que te voy a decir es un poco más trabajosa que otras pero es la más “segura” y como no te conozco a vos ni la situación de tu negocio, sé que si decidís implementarla está libre de riesgos.

La idea es muy simple.

Mantener tu servicio actual y crea una opción premium.

Ofrece ambas a cada cliente.



Y antes de decirte cómo crearla permíteme hacerte una sugerencia.

Si ves que en un momento ganás más con la opción premium que con la regular, eliminá la regular.

Hay varias razones:

- Es más barato y fácil promocionar una sola opción.
- La idea de aumentar precios es ganar más trabajando menos.
- Podes dedicar más tiempo a tus clientes premium que son los que pagan.
- Y un largo etc...

Hecha la recomendación te digo cómo crear la versión premium (versión fácil).

Simplemente agarrá tu servicio actual (la regular) y agrégale valor.

Y ¿cómo se agrega valor?

Existen 5 maneras de hacerlo

- Aumentar Cantidad
- Aumentar Calidad
- Inmediatez
- Proveer Servicios extras
- Personalización

Simple ¿verdad?

No es la única estrategia para aumentar tus precios por tus servicios o info-productos.

Hay otras.

Pero quedarán para otra ocasión, o una consultoría, o una mentoría. Usted me entiende.

Mi Nombre Es Leandro Valdés Y Soy Consultor De Marketing De Respuesta Directa

- Puedes descargar mi E-Book “5 pasos para atraer más clientes y subir tus ventas” [Clic Aquí.](#)



Leandro Valdes

Te enseña los “**5 pasos para vender en internet**” en:

LeandroValdes.com

MOTIVACIÓN PARA LA ACCION

- «Alguna vez soñé con ganar dinero por internet y lo pude lograr. En el camino, he descubierto un solo un secreto, para que te paguen por “algo” debes convertirte en una persona de alto valor que brinda soluciones a necesidades reales»

Daniel Parra



**MARKETING FUERA
DE LA MATRIX**