



# Correos Operación Mínima Viable

—  
**Plantillas, estructuras, explicaciones. Todo lo que necesitas para armar los correos de la operación mínima viable.**

Javier Rodríguez Valdés  
ThrivingMart™

## ¿Qué encontrarás?

- Antes que todo: un pequeño curso.
- El secreto de un contenido irresistible
- Cuál es su estructura
- Algunos ejemplos de páginas de venta excelentes
- Tu turno: preguntas que te guiarán para crear el contenido de tu página de ventas

## **Antes que todo, un pequeño curso**

Si tienes el tiempo y te interesa, podrás complementar muy bien el trabajo de este documento, viendo este pequeño curso.

**“4 tips para hacer tus correos tan apetitosos como un pastel recién horneado”. Accédelo gratis haciendo [clic aquí](#)**

## ¿Qué era la Operación Mínima Viable?

La OMV es un tipo de embudo.

Y un embudo es una sucesión lógica de pasos para que alguien que no te conoce se convierta en tu cliente más leal y agradecido.

Por lo que, en resumen, **la OMV son los mínimos pasos** que necesitas para comenzar a vender.

Tiene muchos usos:

- Validar una idea en el mercado
- Tener un as bajo la manga cada vez que alguien te invita a un congreso o una entrevista, y te piden un lead magnet.
- Automatizado, puede ser una excelente máquina de capturar clientes que posteriormente puedan comprarse todo lo que ofreces en tu negocio.

Y todos los usos que tu ingenio le pueda dar.

Pero para que funcione, hay un pilar fundamental en la estrategia que no puede faltar:

### **El Email Marketing.**

Es por ello que en este documento encontrarás ideas de cómo escribir cada correo que necesitas para que esta estrategia funcione a la perfección.

## ¿Cuál es la estructura de una operación mínima viable?

Porque un vídeo es mejor que mil palabras, dicen por allí, te dejo este vídeo donde te hago un recorrido por la estructura completa >>> <https://vimeo.com/523538443/0928fb390d>

En resumen, los correos que te recomiendo preparar son:

- Correo de bienvenida e indoctrinación.
- Correo de venta, puntos de dolor + agitación del problema
- Correo de Urgencia, el producto dejará de estar disponible en 1 hora.
- Correo de bienvenida a los compradores
- Primer correo de seguimiento
- Segundo correo de seguimiento
- Correo para pedirles el testimonio.

## Correo de bienvenida + Indoctrinación

Un negocio es una relación de confianza. Si quieres que te compren, deben conocer tu visión, tu forma de hacer las cosas, identificar tus distintivos, por qué tú eres la persona para ayudarles.

Las personas están buscando una guía. Pero también están buscando una experiencia integral.

Y parte de esa experiencia es darles la bienvenida a tu comunidad apropiadamente al registrarse a tu producto gratuito.

Por eso es que este correo es tan importante.

### Esta es su estructura.

- Saludo amistoso a tu estilo
- Dale las gracias por registrarse a esta este producto gratuito, y cuéntale que lea el correo hasta el final, porque al final encontrarán el link para acceder a la clase.
- Preséntate, cómo te llamas, a qué te dedicas.
- A qué grupo de personas ayudas, cuál es el gran dolor de estas personas, y cómo tu marca lo soluciona
  - Por ejemplo: Ayudamos a emprendedores visionarios y creativos que están agobiados y aburridos de tener un negocio estancado, a aterrizar un plan de acción que les permita prosperar a su estilo, liberando el tiempo que

necesitan para vivir la vida a su manera.

- Cuáles son 3 valores, aprendizajes o pilares clave que sustentan tu negocio, y cómo estos pilares se verán reflejados en la forma que te comunicarás con tus clientes.
  - Por ejemplo: Nosotros, en [nombre de marca], creemos en la libertad de hacer lo que amas, en vivir de tus fortalezas y no tus debilidades, y en la alegría de servir desde la abundancia plena. Para nosotros, el martirio es solo sinónimo de un negocio mal organizado. Y con nosotros, recibirás todas las herramientas y trucos que harán tu negocio volar más allá de cualquier frontera.
  
- De qué manera todo lo que acabas de decir se relaciona con el producto gratuito al que se acaban de registrar.
  - Por ejemplo: ¡Es por eso que es una alegría para mí recibirte en esta Masterclass gratuita! Porque aquí, aprenderás exactamente qué significa tener un negocio organizado, un negocio que saque a relucir todo tu poder creativo, entregando un servicio de excelencia con tu estilo único e inigualable.
  
- Presenta en grande el título del producto gratuito al que se registraron
  
- Haz un listado de las 3 - 5 cosas más importantes que aprenderán, o que lograrán con este producto gratuito.

- Expresa en un párrafo, de forma breve, cómo este producto gratuito transformará la vida de tu cliente, en aquel problema puntual que vayas a solucionar aquí.
  - Por ejemplo: “En síntesis, después de ver esta clase tendrás claridad absoluta sobre cómo funciona un negocio digital altamente exitoso por dentro, así como los primeros pasos que debes tomar para llevar tu negocio hacia allá lo más rápido posible”.
  
- No olvides al final mencionar sobre el curso / entrenamiento / tripwire que estarás vendiendo, en un tono ameno y comunicacional, como si fuera lo más normal del mundo.
  - Por ejemplo: Por último, quiero comentarte una noticia fenomenal! Para todos los valientes que quieren llevar este aprendizaje un paso más allá, he preparado esta guía para ti, donde aprenderás XX, para lograr ZZ. ¿Suena como la solución que estabas buscando? Te cuento que estará disponible solo por 48 horas, así
  
- Por último, una despedida a tu estilo, donde quizá quieras enfatizar en la fecha del siguiente webinar gratuito, para que no se lo pierdan, y que recibirán toda la información correspondiente en sus correos electrónicos.

**Encontrarás un ejemplo de este correo completito al final del documento ;)**



## Correo de venta, puntos de dolor + agitación

Algo que siempre suelo repetir a mis clientes privados: vender no es algo distinto que enseñar.

Muchos de mis clientes hacen unos correos wow, increíbles, que conectan a un nivel tan profundo que hacen llorar hasta a los más rudos.

Pero al momento de vender, vuelven al clásico “Ya tenemos disponible este nuevo entrenamiento exclusivo para ti, con X% de descuento por solo X días”.

Es decir, algo catastróficamente distinto.

Antes de irnos a la estructura de este correo, quiero que recuerdes que vender es lo mismo que enseñar.

Al enseñar ayudas a una persona a conocer el camino que debe tomar para alcanzar una meta, mostrándole el cómo hacerlo.

Al vender, ayudas a una persona a conocer el camino que debe tomar para alcanzar una meta, ofreciéndole la herramienta que le permitirá hacerlo.

Diferencia sutil, casi inexistente. Por lo que no plantees los contenidos tan distintos. Un correo de contenido y uno de venta es, esencialmente, lo mismo, pero con sutiles diferencias.

Aquí te muestro exactamente cómo estructurar un correo de ventas simple, pero ganador.

## Estructura general:

Primero, este es un correo bastante libre, por lo que no tiene una estructura tan marcada, pero sí reconocerás los siguientes elementos:

- Háblales primero sobre el problema que tienen.
  - Profundiza desde una anécdota, una experiencia personal, una analogía, etc., en cómo este problema afecta en su cotidiano. Cómo afecta su trabajo, su familia, sus aspiraciones, sus relaciones sociales, sus hobbies, etc.
  
- Luego agita el problema que tienen, hablando sobre qué es lo que podría pasar si no lo solucionan ahora. Cuáles son las consecuencias a corto y largo plazo. Qué es lo peor que podría pasar si no toman acción para resolver ese problema.
  - Notar que esta sección varía radicalmente según el nivel de tu cliente
  - **Un cliente principiante**, que está recién comenzando, tiene muchas heridas, y resuena con mensajes del tipo “no pierdas la oportunidad de tu vida”, “llegarás a viejo con la frustración de no haber hecho nada”, “seguirás viviendo la misma realidad familiar que llevas arrastrando, y no podrás darle a tus hijos la mejor oportunidad”, etc.
  - **Un cliente intermedio** no resuena con catástrofe. Resuena con deseos de superación, de salir del estancamiento, de llegar a una gran meta. Por lo que una consecuencia para ellos sería sentirse estancados, sentir que no progresan, que están perdiendo tiempo y dinero en algo que podría brindarles más, que si no se mueven

ahora el mercado los alcanzará y ellos quedarán atrás, que las oportunidades no duran para siempre y ya es momento de tomar al toro por las astas, etc.

- **Un cliente avanzado** ya tiene la vida resuelta, por lo que las consecuencias la mayoría de las veces apuntan más hacia tomar una decisión: puedes seguir tal cual como estás ahora, o puedes tomar la decisión de dar el siguiente paso, el siguiente salto cuántico hacia una vida más próspera, extendiendo todavía más tu misión.
- Una vez que has agitado el problema lo suficiente, puedes complementar opcionalmente con alguna de estas opciones:
  - Lo difícil/doloroso/desafiante que fue este problema, para ti o para un cliente, y cómo hubieras deseado tener la solución en ese momento. Esto es siempre pensando en que quien quiere la solución ahora es el lector.
  - Un poco de imaginería. “¿Te imaginas si un día pudieras levantarte y decir/hacer X?” “Te imaginas en 6 meses más, yendo al caribe a unas vacaciones estupendas por 2 semanas sin miedo a que tu negocio se derrumbe, porque sabes que tienes un equipo excelente detrás que te respalda?”.
  - Enumerar todos esos pequeños problemas que hoy tienen, dejando claro que podrán despedirse de todos ellos.

Ejemplo de este último punto:

*“NO necesitas seguir viviendo de ese modo.*

*Quiero que sepas que desde hoy:*

- *Dejarás de funcionar en piloto automático apagando fuegos que te impiden crecer.*
- *Dejarás de ser el autoempleado que hace todo por su negocio, pasándose por encima de su vida personal y su familia.*
- *Dejarás de llegar a la noche con la sensación de “no he hecho nada, y aún queda tanto por hacer”.*
- *Dejarás de bloquearte el camino con excusas y temores que te impiden lanzarte.*

*Todo eso, se acaba HOY, etc etc.”*

- **Ahora, lo más fácil. Si ya lo tienes listo, solo basta cerrar con una mensaje que motive a la curiosidad, y que indique que deben hacer clic en el botón para acceder a la página desde la cual pueden comprar el producto.**
- Por último, después de tu despedida, puedes añadir un P.S. recordando que, si todavía no ha visto la masterclass gratuita, puede verla haciendo clic en el siguiente link.

Encontrarás un ejemplo de esta estructura al final de este documento, en el apéndice de ejemplos ;)

## Correo de urgencia (quedan las últimas X horas)

Este correo lo puedes plantear de muchas formas distintas. Te propongo 3 (escoge solo uno de los 3):

### 1. Correo de Transformación

Es uno de los correos más intensos que hay. En él dejas clara cuál es la transformación de tu cliente.

Puedes comenzar hablando sobre cómo se siente hoy sobre sus problemas, para luego explicarle de qué manera esos problemas desaparecerán de sus vidas, cómo se sentirá con eso, y de qué manera su vida se transformará cuando ya no tenga esos problemas.

Ejemplo de estructura:

- Hoy quiero hablarte de un tema trascendental: tu problema X
- Quizás estás aquí hoy porque:
  - Problema A
  - Problema B
  - Problema C
- Si es así, te entiendo. Yo también estuve allí alguna vez, y sé que quizás estés sintiendo que:
  - Sentimiento adverso 1 sobre su problema
  - Sentimiento adverso 2 sobre su problema
- Mi máximo compromiso contigo es ayudarte a que puedas alcanzar X objetivo. ¡Esa es mi máxima pasión!
- Es por ello que he creado este curso/libro/etc. para ti, con el cual lograrás:

- Gran Beneficio directamente ligado con Problema A
- Gran Beneficio directamente ligado con Problema B
- Gran Beneficio directamente ligado con Problema C
- Desde hoy, dejarás de sentirte [sentimiento negativo asociado al problema] para vivir el [sentimiento positivo 1] y [sentimiento positivo 2] que habías estado esperando por tanto tiempo!
- La transformación es real. Yo pude vivirla, y X número de estudiantes de X países también.
- Por eso estoy absolutamente convencido de que esto es exactamente lo que necesitas para [Gran objetivo]
- Sin embargo, quiero recordarte que esta oferta solo estará disponible por 1 hora / unas pocas horas más (dependiendo cuándo decidas enviar este correo). Después de eso, desaparecerá completamente.
- Esto lo hacemos por una razón muy simple: para que pueda vivir la transformación existe un ingrediente fundamental.
- Compromiso y Determinación.
- En nuestra comunidad queremos emprendedores/mamás/etc. decididos y líderes, comprometidos con la humanidad.
- ¿Te unes a la transformación radical? ¡Te espero en el link!

## **2. Correo de prueba social (testimonios):**

Un correo simple, cuyo principal objetivo es mostrar testimonios de las personas que han tomado este curso/libro/taller etc.

Alternas primero un testimonio, y luego describes por qué ese testimonio es tan poderoso para el contexto del producto que vayas a vender.

Por ejemplo, supongamos que estás ofreciendo un producto para sanar el dolor de cabeza. Un ejemplo simple de cómo puedes llevar esto es así:

*“Descubrí con este curso que mi dolor era solo una proyección de mis propios miedos. Ahora he descubierto este método que me permite ser yo, liberarme de las tensiones que me producen dolor, y renacer mi esencia. ¡Gracias!” --Nombre de la persona que dio el testimonio*

*¡Hola Nombre! Cuando descubrí que la causa de mi dolor de cabeza era mucho más profundo que un simple músculo tenso o un nervio adolorido, se me abrió el mundo.*

*Porque desde entonces me enfoqué en cubrir los síntomas, y buscar la verdadera causa de mis enfermedades.*

*Sanar desde la raíz emocional, desde mi historia de vida, y no solo ocultar mis heridas con un analgésico.*

*¡Es por eso que este testimonio es tan importante!*

*Para sanar tu dolor, necesitas reencontrarte con tu esencia, y pelar como las capas de una cebolla, todos los escudos que te has puesto entre tu yo actual, y tu verdadera esencia.*

*¿Quieres descubrir cómo hacerlo?*

*Mira este otro testimonio:*

*“Otro testimonio”*

*Y así sucesivamente.*

¿Comprendes la dimámica de este correo? Busca 3 o 4 testimonios poderosos que te permitan resaltar el mensaje que has estado compartiendo en los correos anteriores, y úsalos aquí.

Por último, te recomiendo variar entre diferentes tipos de testimonios:

- Un testimonio de un cliente que haya tenido una transformación increíble, que mencione cómo vivía antes, y cómo vive ahora que ha podido pasar por el camino de transformación que le has ofrecido. Si menciona sus resultados, mejor. Si no, menciónalos tú después.
- Un testimonio sobre tu curso, en su aspecto técnico (es claro, bien planteado, divertido, fácil de seguir, etc.).
- Un testimonio sobre ti, donde se mencione lo genial que eres como maestro, tu calidez, tu energía, tu sabiduría, etc.

**IMPORTANTE: Siempre pide permiso a las respectivas personas antes de usar un testimonio, mostrando qué es lo que publicarás y dónde lo publicarás.** La mayoría te dirá que sí si les preguntas, pero no todos se sentirán a gusto si es que no les pides permiso.



### 3. Correo de urgencia, a secas.

A veces un correo no amerita tanto bochinche, y basta con dejar lo suficientemente claro que, pasadas las 48 horas, la oferta desaparecerá.

- Hola Nombre.
- Este es mi último email invitándote a NOMBRE DEL PRODUCTO
- Para mí ha sido una enorme alegría poder compartir contigo todo este contenido, pero ya es momento de que tomes una decisión.
- Una decisión que podría transformar tu vida para siempre, para bien o para mal.
- Yo estoy comprometido a que logres [Resultado X y Resultado Z].
- ¿Eres tú la coach/madre/empresaria/etc. ideal?
  - Te importa tu vida, tu trabajo y ayudar a los demás. Tienes absolutamente claro que lo tuyo es servir desde tus talentos (Te recomiendo especialmente la lección X del curso, sobre X).
  - Estás preparada para dar el siguiente paso en tu vida, salir de la indecisión y comenzar a ejecutar consistentemente hacia un negocio próspero que represente tu pasión y refleje tu esencia (entonces amarás el bono X de mi curso).
  - Etc.
- Si dijiste que sí a una o más de estas opciones, entonces no sé a qué estás esperando.
- Has estado toda tu vida esperando el momento perfecto, la señal del universo, ese día en que estarías preparado para avanzar.

- ¡Pues hoy es ese gran día! ¡Tienes la solución aquí mismo!
- Pero, como te dije, es momento de tomar una decisión. Las oportunidades, así como llegan, se van.
- Puedes decidir hacer nada, y continuar viviendo con [problema 1, problema 2, problema 3].
- O bien, puedes decidir darle una oportunidad a tu futuro, y transformar tu vida con este curso/taller/etc.
- ¡Tienes solo una hora más antes de que esta oportunidad desaparezca!
- Saludo final y enlace.

## Correo de bienvenida a los compradores

Este es un correo simple y absolutamente libre.

Asegúrate de que sea motivador, inspiracional, y que por sobre todo, invite a las personas a reclamar aquello que compraron.

Así es: en productos de bajo costo, es posible que incluso más de la mitad de los compradores ni siquiera se enteren que compraron algo, irónicamente.

Para evitar que esto ocurra, es importante tener una campaña de bienvenida que sea clara y motivadora, y una campaña de seguimiento que aumente las posibilidades de que tus compradores consuman el contenido.

**Lo que sí es importante, asegúrate de incluir el enlace que ellos necesitan para acceder a su compra, e instrucciones hiperclaras de cómo acceder.**

Créeme, mejor es exagerar, que tener que ir comprador por comprador respondiendo sus dudas.

De la forma que sea prepárate para un gran volumen de prospectos, y con ello, para un gran número de correos!

Como siempre, encontrarás un ejemplo al final.

## Correo de seguimiento postcompra 1

Piensa que en este punto puede ser que muchos aún no hayan entrado por diversas razones.

Otros habrán echado su primer vistazo al contenido.

De la forma que sea, mantener el contacto con todos ellos será para ellos muy valioso. Algo que muy pocos hacen y que automáticamente te separarán de las masas.

Un asunto recomendado para estos correos, es “Quiero conocerte”, y manejarlo desde esa dinámica.

*“Hola, Nombre*

*Hace un par de días que has comprado el curso X.*

*Llevo mucho tiempo buscando una persona como tú, con tu compromiso por la transformación de la humanidad, y por compartir nuestros ideales [en realidad, puedes decir cualquier cosa que le haga sentir importante y respetado].*

*Por ello es que me encantaría conocer más de ti.*

*¿A qué te dedicas?*

*¿Qué cosas te encantan hacer?*

*¿Qué es lo que esperas lograr con nosotros?*

*¿Cuál es el más grande problema que tienes en este momento?*

*¡Puedes responder a este mismo correo ahora mismo! Para mí será un placer leer sobre ti.*

*Como te comenté en mi correo anterior, soy X, me encanta Y, y estoy realmente motivado a ayudarte a lograr A, B y C.*

*Es por ello que este curso que acabas de comprar es tan poderoso, porque es exactamente lo que necesitas para alcanzar estas metas.*

*¿Has podido acceder a este curso?*

*¿Qué te han parecido los contenidos hasta ahora?*

*Este correo es todo sobre ti. ¡Me encantará conocerte y saber cómo puedo ayudarte!*

*De esta manera, puedo crear una experiencia que sea exactamente lo que necesitas para continuar creciendo en este camino.*

*Así que por favor, responde aquí mismo. Personalmente leeré tu correo y te responderé con gusto ;)*

*¡Te mando un fuerte abrazo y espero que estés teniendo una bella experiencia con el curso!*

*FIRMA.*

*P.S. Si aún no accedes a tu curso, puedes ingresar a continuación >>> LINK.”*

## **Segundo correo de Seguimiento**

Para este correo, ya podemos asumir que las personas deben de haber entrado al curso al menos una vez (se envía a los 7 días de haber comprado).

Por lo que las preguntas aquí deben ir enfocadas brevemente a saber qué le han parecido los contenidos, compartiendo tu propia opinión de cómo son de importantes estos contenidos.

Es un correo breve y muy libre, cuyo único objetivo es mantener el contacto y promover la comunicación entre tus clientes y tu empresa.

## Correo de testimonio

Este correo, enviado a las 2 semanas desde el día de la compra, tiene por objetivo pedir testimonios automáticamente a tu cliente.

De esta manera, estarás recibiendo un flujo constante de opiniones que te permitirán crecer, y que te brindarán prueba social sólida y consistente.

Primero, las preguntas que te recomiendo tener sí o sí en tu formulario:

1. ¿Cómo era tu vida antes de producto X? ¿Cómo te sentías con respecto a este problema?
2. ¿Cómo es tu vida ahora? ¿Cómo te sientes en este momento?
3. ¿De qué manera este curso te ha ayudado a alcanzar estos objetivos?
4. ¿Recomendarías trabajar con Nombre del Profesor? ¿Por qué?
5. ¿Cómo podríamos haber hecho esta experiencia mejor para ti?
6. ¿Podemos usar tu testimonio para promocionar nuestros productos digitales en el futuro, y llegar a cada vez más personas?

Puedes agregar las preguntas que quieras (sin exagerar tampoco). Pero estas preguntas de aquí, por sí solas, te ayudarán a tener testimonios muy poderosos e integrales.

El correo también es simple. Básicamente:

“Agradezco enormemente que hayas tomado esta oportunidad.

Estoy seguro que ahora tienes muchas más herramientas para avanzar por este mundo de los negocios digitales.

¡Esto es algo increíble! Utiliza estos valiosísimos conocimientos a tu favor y construye un imperio digital que ayude a cientos y miles de personas.

¡Estaré aquí para ayudarte en aquello que necesites!

Quiero decirte que tu voz para nosotros es lo más importante.

Pues gracias a ti, podemos mejorar constantemente nuestros servicios.

¡Queremos brindarte la mejor experiencia que sea posible!

Por ello, te pediré que respondas este breve formulario, algo que no debería tomarte más de 10 minutos.

>>> [link al formulario](#).

[Y desde aquí, te despides, sin mucho más].

**\*Montar formulario de google\***



## **Anexo: Ejemplos de correo**

### **Correo de bienvenida e indoctrinación**

Asunto de ejemplo: [nombre de la serie de entrenamientos] ¡Lo hiciste! ¡Estás dentro!

¡Hola, NOMBRE!


¡Te doy la más cálida bienvenida al entrenamiento NOMBRE DE ENTRENAMIENTO, una experiencia de altísimo nivel solo para los emprendedores más visionarios y creativos!

Mi nombre es Javier, soy Coach de Negocios Digitales Experto en Lanzamientos, y es un placer para mí darte la bienvenida a nuestra comunidad de emprendedores altamente comprometidos.

Quiero contarte que para mí, es crucial darte lo mejor de mí.

Es mi compromiso ayudarte a crecer y superar todos los límites que creías que te amarraban.

¡Mi máxima aspiración es verte volar libre, leyendo un libro en la cama, trabajando desde la playa en aquello que más te late, y viviendo el estilo de vida que siempre has querido vivir!



Pero sabemos que lograrlo no es un camino fácil. De hecho, es probable que en este momento sea más parecido a un claustro en tu notebook, intentando sacar contenido desesperadamente semana a semana.

Un encierro que te impide realmente disfrutar de lo que haces, que te impide disfrutar con tu familia una tarde de viernes, o que te impide realmente alcanzar la principal razón por la que estás haciendo esto:

Obtener libertad.

Es por eso que nosotros ayudamos a emprendedores visionarios y creativos que están agobiados y aburridos de tener un negocio estancado que arruina su calidad de vida, a aterrizar un plan de acción que les permita prosperar a su estilo, liberando el tiempo que necesitan para vivir la vida a su manera.

¿Cierto que esto es maravilloso?

Quiero que sepas que si estabas buscando recuperar el estilo de vida que querías encontrar con tu negocio digital, al fin has encontrado tu lugar ;)

En NOMBRE DE MARCA, creemos en:

- La libertad de hacer lo que amas
- Vivir de tus fortalezas y no tus debilidades

- En la alegría de servir desde la abundancia plena.

Para nosotros, el martirio es solo sinónimo de un negocio mal organizado.

No existe tal cosa como “servir sin importar que me tome los fines de semanas y me brinde poco dinero”.

Porque servir así, solo te hace vivir desde la desesperación.

Y cuando estás desesperada, no puedes dar la atención que querrías darle a tu familia.

No puedes darte la atención que tú misma mereces.

Es por ello que, con nosotros, recibirás todas las herramientas y estrategias que harán tu negocio volar más allá de cualquier frontera.

Pero ojo. Aquí nada es magia.

No existe un interruptor que te haga millonario de la noche a la mañana.

Todos esos cursos que prometen una millonada sin hacer nada, son más falsos que mi gato tocando un concierto para piano y orquesta de Bad Bunny.

Lo que sí puedo ofrecerte, es un camino.

El éxito es un proceso, no un punto en la historia.

Y para avanzar hacia un negocio exitoso, y por tanto una vida exitosa, es necesario seguir los pasos de este proceso.

¿Y sabes?

Justamente de eso se trata el curso al que te acabas de registrar.

¿Cómo lo ves?

### **NOMBRE DEL PRODUCTO**

El método probado que [alcanzar gran objetivo] en [X tiempo],  
aunque [mayor objeción]

*Ejemplo: El método probado que te permitirá organizar las bases de un negocio exitoso y escalable en solo una semana, aunque nunca hayas emprendido antes.*

En este curso, descubrirás lo maravilloso que es tener un negocio organizado que trabaja para ti.

Te enseñaré cuáles son los pasos que todo negocio debe completar para salir del estancamiento y optimizar tus tiempo para que tu negocio sea un verdadero placer y no un martirio.

¡Es momento de posicionarte como el líder creativo que eres y vivir la vida que mereces!

### **Esto es lo que aprenderás:**

- Los 3 errores más comunes que destrozan todos los años incluso a negocios avanzados
- Mentalidad ganadora para emprendedores de alto rendimiento.
- Tus 5 máximas prioridades en este momento, si deseas tener un negocio escalable que trabaje por ti.

***Accede a tu clase ahora aquí >>> [link](#)***

Quiero además comentarte que he estado activamente trabajando en algo espectacular para ti.

Algo que no encontrarás en ningún otro lado.

¿Adivinas qué es?

¡Un curso donde profundizamos en pleno detalle en el primer paso que debes tomar si estás recién comenzando tu emprendimiento!

No quiero extenderme demasiado en este correo, pero te puedo dar una pista:

Será una oportunidad para ti absolutamente imperdible.

Tan imperdible, que solo tendrás acceso a esta oportunidad por 48 horas.

Después de eso, desaparece.

Mientras tanto, quédate atento a nuestros mails para asegurarte que no te pierdes nada.

Te lo aseguro, se viene la mejor aventura de tu vida ;)

¡Te mando un fuerte abrazo y nos estamos comunicando pronto!

Javier Rodríguez Valdés,  
CEO de NOMBRE DE MARCA.

P.S. No olvides acceder a tu clase gratuita aquí >>> [LINK](#)

## Correo de venta, puntos de dolor

Asunto de ejemplo: Esto podría estar arruinando tu negocio (y con él, tus aspiraciones)

¿Sabes, NOMBRE?

He tenido la oportunidad de ayudar a muchos emprendedores, y me he topado con algo terriblemente común mientras avanzamos en nuestro proyecto.

Y es la necesidad de hacer un millar de cosas distintas a la vez.

- ¡Javier! ¿Y si abro un grupo de Facebook?
- ¿Y si mando un correo diario?
- ¿Y si hago un canal de youtube?
- ¿Y si rediseño mi página web?

Realmente es algo muy valioso que tengas esa energía y la proactividad de tomar muchas tareas distintas.

Sin embargo, cuando esa energía se disipa en muchas tareas distintas, estás seriamente amenazando:

- La integridad de tu negocio
- La integridad de tu vida
- La calidad de tu servicio
- El prestigio de tu marca.

Lo que hace el camino mucho más estresante, porque te das cuenta que:

- Tienes un cerro de tareas sin terminar que no para de crecer.
- Tienes la sensación de que no avanzas.
- Sientes que todo lo que haces está mal por el motivo que sea, y necesitas hacerlo una y otra vez hasta que sale perfecto.

En resumen, te la pasas día y noche en la pensadera constante de, ¿y ahora qué hago? ¿está bien lo que hice? ¿realmente la gente me va a comprar?

O peor aún, “¿Cuál es mi siguiente paso? ¡No tengo idea por donde continuar!”

***Cuando estás enfocado en muchas tareas a la vez, es como que estuvieras remando un bote en todas las direcciones a la vez.***

Es mi misión y mi responsabilidad ayudarte a que puedas remar con toda tu fuerza en una sola dirección: hacia tus metas.

Porque déjame decirte, ese problema que tienes en este momento, es una de las mayores causas de fracaso de negocios alrededor del globo.

Y si no, es una forma excelente de perder el tiempo.

Si no haces algo ahora, solo te quedará una máquina traga dinero que te dejará en la ruina, a menos que te deshagas de ella (ninguno



de los dos finales suena prometedor, verdad?).

***Quiero cambiar eso para ti.***

Ya NO necesitas seguir viviendo de ese modo.

Quiero que sepas que desde hoy:

- Dejarás de funcionar en piloto automático apagando fuegos que te impiden crecer.
- Dejarás de ser el autoempleado que hace todo por su negocio, pasándose por encima de su vida personal y su familia.
- Dejarás de llegar a la noche con la sensación de “no he hecho nada, y aún queda tanto por hacer”.
- Dejarás de bloquearte el camino con excusas y temores que te impiden lanzarte.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Armando las bases sólidas de un negocio digital de alto estándar.

En el entrenamiento gratuito ya pudiste ver cuál sería el primer paso para alcanzar un negocio altamente exitoso, con el menor número de rollos innecesarios.

¿Lo recuerdas?

¡La Operación Mínima Viable!

O dicho de una forma más dulce, “La Maquinaria Precisa para

generar tus primeros clientes sin riesgo, en el menor tiempo posible”.

Si hoy estás aquí, es porque hay algo que te está abrumando y que te impide avanzar.

Si es así, entonces no necesitas dudarlo. Hazte un favor, a ti, a tu negocio y a tus clientes, y toma el curso que he preparado para ti.

Recuerda que solo te quedan 24 horas para ingresar. Después, desaparece, igual que las estrellas fugaces ;)

**Transforma tu negocio ahora >>> LINK**

¡Te mando un súper abrazo y nos vemos dentro!

Javier Rodríguez Valdés,  
CEO ThrivingMart.

***P.S. No olvides acceder a tu clase gratuita si aún no la has podido ver, haciendo clic en el siguiente link >>> LINK.***

## Correo de bienvenida a compradores

Asunto: [Nombre de lo que compraron] ¡Felicitaciones! ¡Ya estás dentro!

¡NOMBRE! ¡Felicitaciones!

Has dado un paso importante en tu vida, y no sabes cuánto me alegro por eso.

Como te he dicho en mis correos anteriores, es mi máxima aspiración verte lograr X, Y y Z.

Y estoy absolutamente convencido de que este paso que acabas de dar será uno decisivo.

Aprecio tu confianza y admiro tu valentía.

Estoy seguro que juntos lograremos grandes cosas.

En este producto que acabas de comprar, recibirás el camino más rápido que personalmente a mí y a muchos de mis clientes privados nos han permitido alcanzar Resultado X.

¡Estoy segurísimo que te va a encantar! Por lo que te dejo las instrucciones de acceso por aquí, para que puedas ingresar cuanto antes!



[Instrucciones de acceso, dependerán de cada plataforma]

¡Eso es todo! Espero realmente que puedas disfrutar del contenido.

Por supuesto, estaré más que encantado de escuchar de ti, por lo que estaré escribiéndote a lo largo de esta dos semanas para ir haciéndote seguimiento, y ver si hay algo en lo que te pueda ayudar ;)

¡Te mando un fuerte abrazo y estamos en contacto para cualquier cosa que necesites! Estaré encantado de ayudar.

Javier Rodríguez Valdés,  
CEO ThrivingMart.

**¡Has terminado esta guía!**