

## Reporte Especial

# "Fórmula Para Escribir Fácilmente Una Carta de Ventas"

**Por Jaime Tagle**

<http://www.jaimetagle.net>

<http://www.ganadineroeninternet.com.mx>

## Fórmula Para Escribir Fácilmente Una Carta de Ventas

Las cartas de ventas son una de las principales herramientas en los negocios por Internet. Muchas personas creen que escribir una carta de ventas es muy complicado y que es necesario ser un experto total en copywriting para elaborar una carta que consiga ventas.

Sin duda el copywriting no es algo fácil, es un proceso continuo de aprendizaje que lleva tiempo dominar. Pero esto no significa que sea imposible para cualquier persona escribir una gran carta de ventas para vender su producto en Internet.

A continuación veremos una fórmula que aprendí hace unas semanas para crear una carta de ventas de forma fácil. Es importante mencionar que para poder utilizar esta fórmula son necesarias dos cosas:

- Conocer a la perfección el producto que se va a vender.
- Conocer a la perfección a las personas que se les va a vender el producto.

La fórmula consiste en los siguientes pasos:

### **1. Comenzar con un encabezado que demuestre beneficios y llame la atención.**

Cuando se escribe un encabezado, solo tenemos pocas palabras para captar y mantener la atención del prospecto o lector que está por leer la carta de ventas. Si no se logra, no leerá la carta por completo. Es por eso que el encabezado debe contener beneficios emocionales que se relacionen con el problema o necesidad que tiene el prospecto promedio.

Lo mejor es escribir un encabezado que haga pensar al lector: “Esto no es posible”, algo que en verdad llame su atención en todos los sentidos.. Es decir, que esas pocas palabras sean capaces de desafiar todas las creencias y paradigmas que esa persona.

## 2. Agregar un sub-encabezado.

El sub-encabezado consiste en expandir el encabezado principal con información que continúe presentando beneficios, desafiando paradigmas y “enganchando” la atención del lector. Normalmente es más largo que el encabezado, aproximadamente de 3 a 5 líneas.

## 3. Agregar preguntas que demuestren la necesidad o problema que existe.

Lo siguiente es hacer al lector algunas preguntas que le recuerden el problema o necesidad que tienen y por la cual están buscando una solución. Por ejemplo, en el nicho de bajar de peso para mujeres, algunas preguntas podrían ser:

- *¿Alguna vez has soñado con tener esa figura ideal?*
- *¿Te ves en el espejo y por dentro te sientes insatisfecho con tu forma física?*
- *¿Sabes que debes bajar de peso, pero simplemente no sabes cómo hacerlo?*
- *¿Has comprado muchos de esos productos “milagrosos” que prometen mucho y terminan por decepcionarte?*
- *¿Cuántas veces te dices a ti mismo que te pondrás a dieta, pero te resulta imposible resistirte a esos antojitos?*

Después de que el lector haya visto un poco de los beneficios emocionales que tanto desea, es bueno hacerle estas preguntas para que “vuelva a la realidad” y recuerde que tiene una necesidad o problema por resolver. También ayuda mucho a que el lector siga “enchufado” en la carta de ventas y no deje de leerla.

Al terminar de poner las preguntas, una buena estrategia es escribir algo como: “Si respondiste positivamente a todas estas preguntas, **no estás solo**. Estas preguntas fueron creadas basadas en mi experiencia o en la experiencia de miles de personas similares”.

## 4. Contar la historia de cómo se encontró la solución.

En esta sección es donde se escribe detalladamente la historia de cómo se encontró la solución al problema o necesidad que tiene el lector. Se debe demostrar a las personas que leen la carta de ventas que el autor “ya estuvo ahí” y ya ha pasado por la situación en la que los prospectos se encuentran.

Las emociones juegan un papel importante en contar una historia. Es importante tratar de que sea cautiva y haga que las personas de verdad puedan sentir un empatía con la situación y la historia.

## 5. Poner la sección “no es tu culpa”.

Después de la historia, es momento de recordarles a los lectores que la situación en la que están no es su culpa y que no están solos, mucha gente ha estado ahí y ha logrado triunfar.

## 6. Regalar contenido.

Llega el momento de decir que hay esperanza y que se ha hecho un “descubrimiento”, aquí es donde se regala contenido valioso y de calidad.

**Ejemplo del nicho de bajar de peso:** *“Si te relacionas con esta historia que acabo de contarte, te voy a decir algo: no es tu culpa. Muchas personas (incluyéndome) han pasado por la misma situación en la que te encuentras y han logrado bajar de peso satisfactoriamente, alcanzando la figura que tanto desean de forma rápida y fácil. Así que NO estás solo en esto.*

*La esperanza es lo último que se pierde, y estoy dispuesto a demostrártelo. Después de años y años de buscar la solución al sobrepeso y la obesidad, he descubierto un método que me permite bajar los kilos que quiera de forma sencilla, sin tener que pasar horas en el gimnasio ni dejar de comer mis “antojitos” preferidos. Pero antes, me gustaría revelarte los 5 principales errores que comete la gente que quiere bajar de peso pero nunca lo logra:*

*Error #1*

*Error #2*

*Error #3*

*Error #4*

*Error #5*

Trata de regalar la mayor cantidad de contenido posible, de esta forma los lectores y prospectos además de leer la carta de ventas, estarán aprendiendo información valiosa incluso antes de comprar el producto. Mientras más contenido y de mayor calidad sea, más posibilidades habrá de que compren el producto. La típica

mentalidad de querer convencer al prospecto de venderle el producto y después darle la información de calidad cada vez funciona menos.

No se puede regalar el producto antes de que compren, pero si se puede obsequiar una pequeña “probada” que demuestre cómo será la experiencia de los compradores al adquirir el producto.

## 7. Pruebas

Aquí es donde se les dice a los lectores porqué deben de escuchar y prestar atención al autor y a la carta de ventas. Obsequiar contenido antes de las pruebas ayuda mucho a incrementar la credibilidad y confianza, además de posicionar al autor como una autoridad en el nicho de mercado.

## 8. ¿Qué es y qué contiene?

En esta sección se escribe algo similar a:

*“En base al método que he descubierto, he desarrollado un curso totalmente nuevo y diseñado para que pongas en práctica técnicas y consejos que te ayudarán a bajar de peso de forma sencilla en poco tiempo. Lograrás esa figura que tanto deseas en mucho menos de lo que te imaginas.*

*Mi curso se llama “Adios a esos kilitos de más”. Se trata de un curso en video donde doy a conocer las mejores rutinas de ejercicio para acelerar totalmente la quema de grasa. También filme con la ayuda de una cocinera profesional, algunas recetas que no solamente muy nutritivas, también completamente deliciosas. Para que no tengas que comer puras cosas que no te gustan y que solo sufres al momento de consumirlas.*

*Tendrás acceso a información nunca antes revelada por los “expertos” en nutrición y fitness. Aprenderás a bajar los kilos que quieras y a conseguir y conservar la figura que tanto deseas y que sabes que mereces. NO más sufrimiento con rutinas largas y difíciles, además de que podrás comer esos alimentos que tanto te gustan”.*

## 9. Bullet Points

En los bullet points se dan varios puntos en donde se informa muy detalladamente todo lo que contiene el curso o programa. Mientras más específico y detallado se logre ser en la descripción, mucho mejor.

Ejemplo:

*Estas son algunas de las cosas que aprenderás en el curso:*

- *12 rutinas de ejercicio que te enseñarán a quemar grasa, ejercitarte y sentirte mucho mejor de forma fácil y divertida. Cada uno de los videos está enfocado a diferentes partes del cuerpo y son unas máquinas quemagrasa jamás antes vistas.*
- *Por qué la mayoría de las personas nunca logrará bajar de peso y lo importante que es tener confianza en uno mismo para lograr objetivos y metas.*
- *El impacto que tiene la forma en cómo te hablas a ti mismo. Si tu, como la mayoría de las personas, tienes esa “voz interna” que solo se encarga de influenciar negativamente tu vida, nunca podrás alcanzar tus metas y bajar de peso. Aprenderás cómo transformas esa voz en tu mejor aliado hacia el éxito.*
- *Las mejores recetas nutricionales y deliciosas que no sólo te ayudarán a bajar de peso, también te harán sentir pleno(a) y llen(a) de energía todo el día.*
- *Cómo evitar caer en “tentaciones” y antojitos que solo perjudican tu progreso.*

Mientras más bullet points se pongan, más beneficios y aprendizaje tendrá el lector.

## 10. Qué es lo que hace diferente al curso o programa.

En esta sección se le explica al lector qué es lo que hace único el curso, programa o producto que se está vendiendo. ¿Qué es lo que ofrece y enseña que nadie más lo haga? ¿Cuál es su principal ventaja?

## 11. Resumen

En esta sección se le dice todo lo que van a recibir con su compra. Por ejemplo:

*“En resumen, vas a recibir más de 25 horas de rutinas, recetas, consejos y ejercicios en video que te ayudarán a estar en la mejor forma posible. El programa consiste en 12 DVDs lleno de jugoso contenido jamás antes visto en el mercado...”* Y se les da a conocer cualquier otro detalle importante.

## 12. Precio

En esta sección se explica el precio del producto y lo barato que está comparado con todo el contenido valioso y lecciones que aprenderán. También se pueden hacer comparaciones con otros productos o servicios que el autor realice y que sean mucho más caros. De esta forma se da a entender que lo que se ofrece es en verdad muy accesible.

En esta sección también se da la garantía de satisfacción y devolución de dinero.

Después se les dice algo como *“La última palabra la tienes tú, ya sabes todos los beneficios que obtendrás al comprar mi curso. En pocas semanas puedes estar luciendo el cuerpo que tanto deseas, depende de ti y de la decisión que estás por tomar”*.

Después del precio y de los pensamientos finales, puedes poner algunos testimonios de personas que hayan comprado tu producto. También se pueden agregar en cualquier parte de la carta de ventas.

## Final.

Esta es la fórmula para crear una carta de ventas de forma sencilla y rápida. Recuerda que es necesario conocer muy bien a las personas a las que se les está vendiendo el producto y también el producto que se está promocionando y ofreciendo.

Es todo por este reporte gratuito, espero haya sido de tu agrado y utilidad.  
Recuerda compartirlo en las redes sociales como Twitter y Facebook si lo consideras necesario.

¡Saludos! ,

Jaime Tagle