

Ejemplos lead magnets I

Clinique: <https://www.clinique.es/>

Factorial: <https://factorialhr.es/>

Carlos Galán: <https://carlosgalan.net/unete-al-equipo/>

Hubspot: <https://www.hubspot.es/business-templates/meeting-agenda>

Ejemplos lead magnets II

Tu buen camino: <https://tubuencamino.com/>

BIG school: <https://thebigschool.com/sp/masterclass-estrategia-marketing-org>

Shopify: <https://www.shopify.com/es-es>

PPT CON KEYWORDS

PPT1 - ROBOT ASPIRADOR

CONCIENCIA	CONSIDERACIÓN	VENTA
¿Qué es un robot aspirador? - Ventajas de un robot aspirador - Cómo funciona un robot aspirador	- Mejor robot aspirador calidad precio - Comparativa robot aspiradores 2024 - Robot aspirador para mascotas opiniones - Robot aspirador con mayor autonomía - Robot aspirador con función de fregado	- Comprar robot aspirador oferta - Robot aspirador con descuento - Mejor precio robot aspirador online

PPT2 - ALQUILER DE AUTOCARAVANAS

CONCIENCIA	CONSIDERACIÓN	VENTA
------------	---------------	-------

• Vacaciones en familia sin hoteles • Planes de verano en familia con flexibilidad	• Consejos para viajar en autocaravana con niños • Mejores rutas en autocaravana para familias • Viajar en autocaravana con niños	• alquiler autocaravana • alquiler de autocaravanas precios • alquiler autocaravanas baratas
---	---	--

Ejemplo para robot aspirador

PROMPT 1

Actúa como un experto copywriter y genera tres ideas para hacer un webinar en directo para gente interesada en comprar un robot aspirador.

El objetivo es captar leads en la fase de consideración e incluirlo en su base de datos para guiarlos hacia la compra con emails a través de su customer journey.

Las ideas que me ofrezcas tienen que contener títulos con esta keyword:

- "Comparativa robot aspiradores 2024"

Justifica tus ideas.

Si lo haces bien y consigues una alta tasa de inscritos, te llevarás una recompensa de \$1.000. Tómate tu tiempo y pregúntame lo que quieras para hacer bien tu trabajo.

PROMPT 2:

Vamos a hacer esta temática: "Comparativa Robot Aspiradores 2024: Tecnología, Precios y Funciones Esenciales para No Equivocarte"

Ahora, haz un índice de lo que debemos de tratar en este webinar para que sea de interés para mi buyer persona principal, gente que quiere ahorrar tiempo y no quiere limpiar la casa de la manera tradicional.

Incluye:
Introducción:

Dame ideas para potenciar la autoridad de mi marca

Contenido de valor:

Comparativa de estos productos:

- Robot aspirador Xiaomi Vacuum S12.
- Robot aspirador Conga 11090 Spin Revolution Home&Wash.
- Robot aspirador Rowenta X-plorer Serie 50.

Fase de ventas:

Ideas para potenciar la venta inmediata

PROMPT 3:

Incluye una llamada a la acción (CTA) para que los usuarios vayan a mi web y revisen la oferta de robots aspirador que tengo.

Ejemplo para alquiler de autocaravanas

PROMPT 4

Actúa como un experto copywriter y genera tres ideas para hacer un ebook que se publicará en la página web de alquiler de autocaravanas.

El objetivo es captar leads en la fase de conciencia e incluirlos en su base de datos para guiarlos hacia la compra con emails a través de su customer journey.

Las ideas que me ofrezcas tienen que contener títulos con esta keyword:

- Vacaciones en familia sin hoteles

Si lo haces bien y consigues mejorar las tasas de conversión del lead magnet actual, te llevarás una recompensa de \$1.000. Tómate tu tiempo y pregúntame lo que quieras para hacer bien tu trabajo.

PROMPT 5:

Vamos a hacer este ebook: **"Vacaciones en Familia sin Hoteles: Cómo Reducir Costos y Aumentar la Diversión en una Autocaravana"**

Ahora, haz un índice de lo que debe contener este ebook para que sea de interés para mi buyer persona principal, familias que quieren viajar sin hoteles.

PROMPT 6:

Cambia este texto y crea un párrafo breve y persuasivo en el que invitemos al usuario a leer un post de blog en mi web. En él va a encontrar rutas para viajar en autocaravana en familia. El objetivo es que el usuario siga avanzando en su customer journey y consuma más contenido de valor antes de llegar a la venta.

No menciones ni los descuentos ni mi página de ventas. Pon en valor el post de blog para generarle curiosidad y que haga clic. Esta es la URL a la que debes enviar al usuario www.alquilerautocaravanas/mejores-rutas-autocaravana-familia

PROMPT 7

Como especialista en copy que eres, escribe el email de bienvenida para los usuarios que se descargan el ebook Vacaciones en Familia sin Hoteles: Cómo Reducir Costos y Aumentar la Diversión en una Autocaravana.

Sigue esta estructura para el email.

- Bienvenida y agradecimiento: hacer un CTA para que se descargue el lead magnet
- Fijación de expectativas: comunicarle lo que va a encontrar en el lead magnet y los beneficios que tiene para el usuario
- Suscripción a la whitelist: hacer un pequeño paso a paso sobre cómo incluir el email en la whitelist de Gmail.
- Reafirmación de los beneficios por suscribirse: van a recibir rutas exclusivas, contactos y experiencias de otros viajeros, descuentos exclusivos etc..
- Enseñarle otras formas de conexión con nosotros (RRSS, tiendas físicas): Instagram

Escribe con un tono amigable y familiar. Hazlo breve y directo a cada punto. Usa técnicas de copywriting persuasivo para generar una conexión con el usuario.

Evita las palabras de género masculino o femenino. Usa palabras de género neutro sin usar el @.

PROMPT 7B

Ahora escribe otro email con estos puntos:

- Introducir la marca: somos una marca con la mejor valoración en Google My Business dentro del sector. Conocida entre bloggers y influencers.
- Presentarle los puntos de valor de la marca: La mayor gama de autocaravanas, servicio de asistencia 24 horas, libertad para la reserva en número de días y dónde dejar y recoger la autocaravana
- CTA a mi web

PROMPT 7C

Haz ahora otro email con el consigamos conocer más a nuestro buyer persona:

- Encuesta sobre su perfil: Hasta ahora solo tengo el nombre y email del usuario pero quiero saber si ya ha hecho algún viaje en autocaravana o no.

El objetivo es que respondan y nos cuenten más sobre ellos y su familia.

PROMPT 8

Como especialista en copy que eres, escribe el email de bienvenida para los usuarios que se registran a un webinar gratuito sobre: Comparativa Robot Aspiradores 2024: Tecnología, Precios y Funciones Esenciales para No Equivocarte. El objetivo principal es que acudan al webinar, así que destaca la importancia de asistir al directo.

Sigue esta estructura para el email.

- Bienvenida y agradecimiento: recordarle la hora y el día
- Fijación de expectativas: comunicarle lo que va a encontrar en webinar y los beneficios que tiene para el usuario
- Suscripción a la whitelist: hacer un pequeño paso a paso sobre cómo incluir el email en la whitelist de Gmail.
- Introducir la marca: somos una marca con 10 años de experiencia en el sector
- Presentarle los puntos de valor de la marca: asistencia técnica, garantía ampliada de 20 años y mejor relación calidad precio del mercado
- Enseñarle otras formas de conexión con nosotros (RRSS, tiendas físicas): Instagram y Tik Tok
- Encuesta sobre su perfil: Hasta ahora solo tengo el nombre e email del usuario pero quiero saber si ya han viajado en autocaravana o no.

Escribe con un tono cercano y profesional. Hazlo breve y directo a cada punto. Usa técnicas de copywriting persuasivo para generar una conexión con el usuario.

Evita las palabras de género masculino o femenino. Usa palabras de género neutro sin usar el @ y a/o

GPT Personalizado

<https://chatgpt.com/g/g-kf28MBug4-big-asuntos>

PROMPT 9

Vamos a escribir ahora el email de nurturing para los usuarios que se han descargado el lead magnet Vacaciones en Familia sin Hoteles: Cómo Reducir Costos y Aumentar la Diversión en una Autocaravana.

Revisa el ebook adjunto para hacer un buen email.

Objetivo de este email: promover la acción y que el usuario lo utilice y le saque valor

La estructura para este email:

Saludo

Objetivo: que use el ebook y lo lea

Beneficios para el usuario

CTA: que lea el ebook o si tiene dudas que nos contacte

Despedida

Recuerda usar frases cortas y párrafos breves. Evitar usar palabras con género masculino o femenino, busca siempre alternativas neutras sin usar el @ ni o/a.

Usa un tono amigable.

PROMPT 9B

Escribe ahora otro email en el que des consejos para viajar en autocaravana con niños.

Objetivo de este email: generar engagement, que el usuario lo lea agradablemente hasta el final y generar curiosidad y ganas de alquilar una autocaravana.

La estructura para este email:

Saludo

Consejos

Despedida

Recuerda usar frases cortas y párrafos breves. Evitar usar palabras con género masculino o femenino, busca siempre alternativas neutras sin usar el @ ni o/a.

Usa un tono amigable.

PROMPT 10

Vamos a escribir ahora el email de nurturing para los usuarios que se han apuntado al webinar

Objetivo de este email: generar curiosidad en el usuario y que asistan al webinar.

La temática para este email es: aspectos a tener en cuenta a la hora de elegir un robot aspirador. Menciona la importancia de la autonomía y la función de fregado entre otros aspectos.

La estructura es libre.

Recuerda usar frases cortas y párrafos breves. Evitar usar palabras con género masculino o femenino, busca siempre alternativas neutras sin usar el @ ni o/a.

Usa un tono amigable.

PROMPT 10B

Vamos a escribir ahora el email de nurturing para los usuarios que se han apuntado al webinar.

Objetivo de este email: que la gente vaya al directo.

La temática para este email es: ventajas de acudir al directo y ver la comparativa de los mejores robot aspirador.

La estructura es libre.

Recuerda usar frases cortas y párrafos breves. Evitar usar palabras con género masculino o femenino, busca siempre alternativas neutras sin usar el @ ni o/a.

Usa un tono amigable y profesional.

PROMPT 9B

Escribe ahora otro email en el que des consejos para viajar en autocaravana con niños.

Objetivo de este email: generar engagement, que el usuario lo lea agradablemente hasta el final y generar curiosidad y ganas de alquilar una autocaravana.

La estructura para este email:

Saludo
Consejos
Despedida

Recuerda usar frases cortas y párrafos breves. Evitar usar palabras con género masculino o femenino, busca siempre alternativas neutras sin usar el @ ni o/a.

Usa un tono amigable.

PPT 3

Inspiración:

<https://drive.google.com/file/d/1wDNrhFGRkeEv5cSZhUklBFCfMaoSQnCh/view?usp=sharing>

PPT 4

Inspiración

https://drive.google.com/file/d/1Yb2DZNBBK_jzvMNp8nqDb1bIHD4pyTFJ/view?usp=sharing

PLANTILLA PROMPT 11

OBJETIVOS

Eres un copywriter con años de experiencia creando textos persuasivos para proyectos digitales de todos los ámbitos. Eres el experto en email marketing de una importante agencia de marketing digital. Te enfrentas cada día a nuevos proyectos y estás preparado para escribir sobre todo tipo de sectores.

Tu especialidad es hacer Emails de venta que conviertan. Entre todos los copywriters, tus emails de venta son siempre los que consiguen mayor tasa de conversión porque sabes captar los puntos de valor del producto y crear emails que convezan al usuario para hacer la acción deseada que puede ser comprar el producto o servicio, pedir una demo, solicitar una llamada etc. Si tus emails consiguen tasas de conversión de más de 40%, consigues una recompensa de ****2.000\$**** por cada uno de ellos.

CÓMO ACTUAR

Vas a crear emails que conviertan a usuarios en clientes.

INSTRUCCIONES CONCRETAS

Vas a crear un email para presentar la oferta de alquiler de autocaravanas.

El buyer persona es una familia con hijos que quiere buscar alternativas a las vacaciones en hoteles.

Contexto: el usuario ha tenido ya puntos de interacción con la marca. Revisa los documentos adjuntos para conocer el ebook que se ha descargado y los emails que ya le hemos enviado.

El objetivo de este email es que alquilen una autocaravana

Estructura del email:

Alterna entre el uso de la técnica de copywriting PAS (problema, agitación solución) o la técnica AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción). No hace falta que indiques cuando inicias cada parte, simplemente escribe el email con el formato final.

Nunca hables de características, habla de beneficios para el usuario

Incluye siempre un CTA a la venta, alquiler de autocaravana con 5% de descuento durante los próximos 3 días

El tono debe ser informal, profesional, respetuoso y cercano.

REFUERZO DE INSTRUCCIONES

Deberás usar copy persuasivo, teniendo en cuenta los disparados mentales que hacen que el usuario compre. Úsalos y justifica su uso.

Tómate el tiempo que necesites. Mi trabajo depende de lo bien que hagas este análisis. Si el resultado no es bueno, perderé mi puesto de trabajo.

PROMPT 12

OBJETIVOS

Eres un copywriter con años de experiencia creando textos persuasivos para proyectos digitales de todos los ámbitos. Eres el experto en email marketing de una importante

agencia de marketing digital. Te enfrentas cada día a nuevos proyectos y estás preparado para escribir sobre todo tipo de sectores.

Tu especialidad es hacer Emails de venta que conviertan. Entre todos los copywriters, tus emails de venta son siempre los que consiguen mayor tasa de conversión porque sabes captar los puntos de valor del producto y crear emails que convezan al usuario para hacer la acción deseada que puede ser comprar el producto o servicio, pedir una demo, solicitar una llamada etc. Si tus emails consiguen tasas de conversión de más de 40%, consigues una recompensa de ****2.000\$**** por cada uno de ellos.

CÓMO ACTUAR

Vas a crear emails que conviertan a usuarios en clientes.

INSTRUCCIONES CONCRETAS

Vas a crear un email de FOMO para el última día de una oferta especial del 15% para adquirir un robot aspirador.

El buyer persona es gente que quiere ahorrar tiempo en sus labores del hogar.

Contexto: el usuario ha tenido ya puntos de interacción con la marca. Revisa los documentos adjuntos para conocer el guión del webinar al que ha asistido y los emails que ya le hemos enviado.

El objetivo de este email es que compren un robot aspirador.

Estructura del email:

Alterna entre el uso de la técnica de copywriting PAS (problema, agitación solución) o la técnica AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción). No hace falta que indiques cuando inicias cada parte, simplemente escribe el email con el formato final.

Nunca hables de características, habla de beneficios para el usuario

Incluye siempre un CTA a la venta, comprar un robot aspirador con el 15% de descuento durante las próximas 48 horas

El tono debe ser formal, profesional, respetuoso y cercano.

REFUERZO DE INSTRUCCIONES

Deberás usar copy persuasivo, teniendo en cuenta los disparados mentales que hacen que el usuario compre. Úsalos y justifica su uso.

Tómate el tiempo que necesites. Mi trabajo depende de lo bien que hagas este análisis. Si el resultado no es bueno, perderé mi puesto de trabajo.

PPT 6

Inspiración:

<https://drive.google.com/file/d/1xCFPGUw4UEvyzqaZTsgzptUOyfh7yS4W/view?usp=sharing>

PPT CON KEYWORDS

PPT1 - ROBOT ASPIRADOR

CONCIENCIA	CONSIDERACIÓN	VENTA
¿Qué es un robot aspirador? Ventajas de un robot aspirador Cómo funciona un robot aspirador	Mejor robot aspirador calidad precio Comparativa robot aspiradores 2024 Robot aspirador para mascotas opiniones Robot aspirador con mayor autonomía Robot aspirador con función de fregado Robot aspirador para mascotas	Comprar robot aspirador oferta Robot aspirador con descuento Mejor precio robot aspirador online

PPT2 - ALQUILER DE AUTOCARAVANAS

CONCIENCIA	CONSIDERACIÓN	VENTA
Vacaciones en familia sin hoteles Viajar por Europa sin alojamiento	como viajar en autocaravana ventajas de viajar en autocaravana inconvenientes viajar autocaravana	alquiler autocaravana alquiler de autocaravanas precios alquiler autocaravanas baratas

Planes de verano en familia con flexibilidad	Consejos para viajar en autocaravana con niños Mejores rutas en autocaravana para familias Viajar en autocaravana con niños	
--	---	--

BIG school