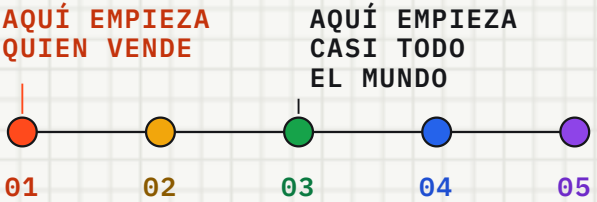
MANUAL DE CAMPO

La ruta del que empieza con $0

Publicas todos los días y nadie compra. Es que empezaste por el tercer escalón. Aquí están los cinco, en orden.



MINUTOS	COSTO
Leer 20, hacer 30	$0 en herramientas
VERSIÓN	**ORIGEN**
3.9 · oct. 2026	Anexo del libro

00 · ANTES DE EMPEZAR

Junté 150 mil seguidores en 30 días. No me sirvieron de nada.

Llegaron por videos virales, no por algo que yo vendiera. Lo que le importa a un desconocido no se descubre publicando: se descubre en las etapas 1 y 2, antes de publicar. Este mapa tiene las cinco, y en cada una el primer paso para hacerlo hoy, con el teléfono en la otra mano.

PARA QUIÉN ES

Es para quien tiene algo que vender (un producto, un servicio o algo que sabe hacer) y todavía no ha conseguido que desconocidos le paguen con regularidad. Si

ya vendes todos los meses y quieres crecer, este no es tu mapa.

QUÉ VAS A TENER AL TERMINAR

Sabrás **en qué etapa estás**, con una prueba de una página. Tendrás **el primer paso de tu etapa** hecho, o empezado, con una herramienta gratuita. Y tendrás **el mapa completo**: los treinta y cinco pasos en una hoja, para marcar con fecha cada uno que completes.

SOBRE EL «$0» DEL TÍTULO

Las tres primeras etapas van con herramientas gratis; lo único que puede costar antes de vender son unas muestras, si tu producto es físico. Los anuncios de la Etapa 4 se pagan con las ventas de la Etapa 2. Y aquí dentro no hay nada a la venta: lo único que te pido está al final.

01 · LA PRUEBA

¿En qué etapa estás?

Lo más común es creerse más adelante de lo que uno está, y ese error sale caro. La regla: **estás en la primera etapa que todavía no has cerrado**, aunque hayas hecho cosas de las siguientes. Los números de cada cierre no son magia: son el momento de pasar a lo siguiente.

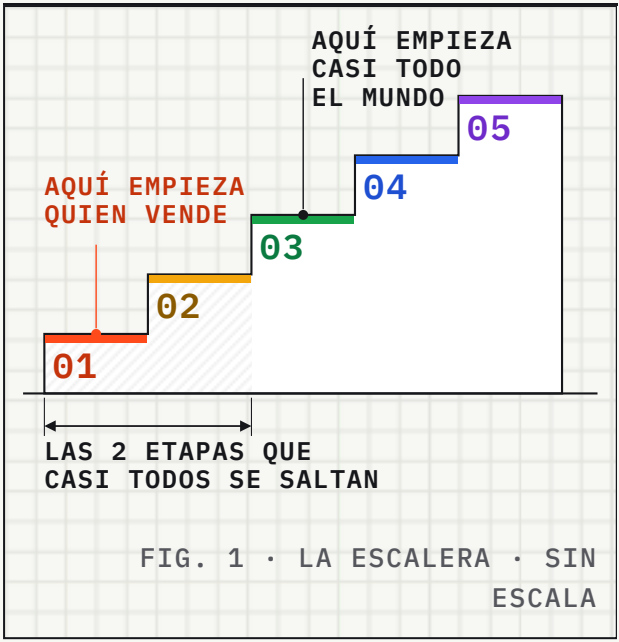


FIG. 1 · LA ESCALERA · SIN ESCALA

01 La idea

02 La primera venta

03 La audiencia

04 La máquina

05 El regreso

Publicar es el tercer escalón. Casi todo el mundo empieza ahí, y por eso publica todos los días y no vende.

MARCA LAS QUE YA CUMPLISTE ¿CUMPLIDA?

01 **De la idea a la validación** ☐

Una idea, o un producto que nadie ajeno ha visto. Sin ventas y sin personas que hayan dicho, con hechos, que viven el problema.

YA LA CERRASTE CUANDO

Doce personas que no te conocen hicieron algo para tenerlo: se apuntaron, te pidieron precio o te pagaron.

02 ☐

De la idea probada a la primera venta

Sabes que el problema existe, pero no has cobrado, o solo a gente que te conoce.

YA LA CERRASTE CUANDO

Cinco ventas cobradas a personas que no te conocían, con fecha, monto y origen.

---

03 ☐

Del producto a las redes

Vendes algo, poco, por conocidos o por rachas. No tienes una red donde tu cliente te encuentre.

YA LA CERRASTE CUANDO

Una red, perfil profesional, dos semanas producidas por adelantado, cuatro revisiones anotadas y cinco desconocidos que te escribieron desde esa red.

04 **De las redes a las ventas** ☐

Tienes audiencia y ventas, quieres tienda y anuncios, y tienes cobrado el dinero para pagarlos.

YA LA CERRASTE CUANDO

Un anuncio corrió una semana sin tocarlo, y comparaste lo que gastaste con lo que entró, sobre ventas suficientes para que el número diga algo.

05 **De la venta a la fidelización** ☐

Vendes con regularidad, pero casi nadie repite y no sabes cuántos vuelven.

YA LA CERRASTE CUANDO

Tu hoja de clientes muestra cuántos vuelven a los 30, 60 y 90 días (o cuántos llegaron recomendados), y no es cero.

Si te reconoces en una etapa pero no cumples el cierre de la anterior, vuelve atrás: esa es la parte que te estabas saltando, y es donde se pierde el dinero. Si te sale la 1 aunque ya vendas, no empiezas de cero: encontraste dónde se escapa el dinero.

TU ETAPA EMPIEZA EN LA PÁG. 1→10 · 2→20 · 3→29 · 4→38 · 5→46

O deja que te lo diga una pantalla

Marcas las que cumpliste y te dice en cuál estás y qué te toca esta semana.

josesilverio.com/ruta

Apúntalo: hazle captura a la página de tu etapa, con su casilla marcada.

01

De la idea a la validación

Saber si lo querría alguien que no te quiere, antes de poner más tiempo o dinero en construirlo.

ESTÁS AQUÍ SI

Tienes una idea, o un producto que todavía no le has puesto delante a nadie que no te conozca. No hay ventas y no hay una lista de personas que hayan dicho, con hechos, que viven el problema que quieres resolver.

EN EL LIBRO Capítulos 1, 2, 3, 4 y 7

EL PRIMER PASO, HOY · 1.1

Escribe la frase

Abre un documento (Google Docs, gratis) y escribe una sola línea con esta plantilla: «Cuando [situación], quiero [lo que la persona busca], para poder [resultado que espera]». Sin adjetivos y sin nombrar tu producto. La frase describe a la persona y su momento, no a ti.

Un ejemplo de frase mal hecha: «Cuando quiero estar guapa, quiero una crema innovadora, para poder sentirme bien». Tiene adjetivos, nombra el producto y no dice nada que se pueda comprobar. Una frase bien hecha: «Cuando llego del trabajo a las ocho y tengo que cocinar para tres, quiero algo que esté listo en veinte minutos,

para poder sentarme a comer con ellos y no en la cocina».

Cronometra. Si tardas más de veinte minutos en escribirla, no es que escribas despacio: es que todavía no sabes a quién ayudas. En ese caso, haz primero la lista de veinte personas del paso siguiente, habla con dos o tres, y vuelve a la frase.

Doce desconocidos que se apuntan dicen más que cien amigos que te apoyan.

POR ESO ESTA ETAPA LA CIERRA LO QUE LA GENTE HACE

SELLO DE CIERRE · ETAPA 01

Doce personas que no te conocen se apuntaron, te pidieron precio o te pagaron, y sabes con sus palabras por qué lo quieren.

CERRADA EL ___ / ___ / _____

× EL ERROR: CONTAR LOS «SÍ» DE LA FAMILIA

Preguntar «¿comprarías esto?» a amigos y familia, y contar los «sí» como validación. Nadie te dice que no a la cara. Por eso esta etapa no la cierra un «sí» dicho en un chat: la cierra un número que no depende de tu simpatía, el de los desconocidos que dejan su número, te piden precio o te pagan.

LO QUE VIENE DESPUÉS

1.2 La lista de veinte

En una hoja de cálculo (Google Sheets, gratis), anota veinte personas reales que probablemente vivan esa situación: contactos y gente que escribió sobre el problema en grupos de Facebook del tema. Las reseñas largas de productos parecidos (en Google Maps, Amazon o Mercado Libre) sirven para leer sus palabras, aunque no les puedas escribir. Al menos quince no deben ser amigos ni familia, porque los amigos te dicen lo que quieres oír.

1.3 Doce conversaciones cortas

Escribe a las veinte por donde las encontraste (el grupo, Messenger); por WhatsApp, solo a quien ya tienes en tus contactos, y a quien no contesta no le insistas (WhatsApp está probando límites a los mensajes sin respuesta). Consigue al menos doce conversaciones; por chat vale. Un mensaje que no parece anuncio: «Hola, estoy investigando cómo la gente resuelve [el problema]: ¿me cuentas en cinco minutos cómo lo haces tú? No te voy a vender nada». Si lo viste en un grupo, empieza por ahí: «vi que comentaste sobre…». Si no salen doce, añade nombres a la lista hasta llegar: lo normal es que muchos no contesten. Doce no es al azar: en estudios con entrevistas, casi todo lo que la gente tenía que decir salió antes de la

entrevista doce (Guest y otros, 2006); si tu público es muy variado, harán falta más. La pregunta que manda es «¿cómo resuelves esto hoy, y cuánto te cuesta?». Si lo tuyo se busca cuando hace falta (un aire que se daña, una tubería), la pregunta es «¿cómo elegiste al último que te lo arregló?». La prohibida es «¿comprarías esto?». Anota hechos y frases textuales, separados de tus interpretaciones.

1.4 La pregunta del final

Al terminar cada conversación, léele tu frase y pregunta: «¿Te serviría? ¿Por qué?». Anota el «por qué» con sus palabras exactas: son las que después vas a usar para venderlo.

1.5 La página de lista de espera

Una sola pantalla: tu frase como titular, tres líneas sin adjetivos (qué es, para quién y cuándo estará), un campo para el correo o el WhatsApp, dos preguntas («¿por qué te interesa?» y «¿cómo llegaste aquí?») y una casilla: «Acepto que me escribas por aquí». La forma gratis más simple es un formulario de Google Forms: la frase arriba, el campo debajo y su enlace para compartir. Ábrelo desde tu teléfono antes de compartirlo, para ver lo que verá la gente. Si tu producto ya existe, la lista es la misma: quien deja su número para que le avises del próximo lote o la próxima fecha.

1.6 **Difunde en orden**

Primero a las personas que entrevistaste, con un mensaje personal; después en tus redes personales, una sola vez; después en los grupos donde encontraste a los entrevistados, respetando sus reglas.

1.7 Cuenta los que se apuntan

Cuando doce personas que no te conocen se hayan apuntado a tu lista, pasa a la Etapa 2. Un «me interesa» suelto en un chat no cuenta; sí cuenta dejar el correo o el número, pedir el precio o pagar. Cuentan los que entrevistaste (no te conocían antes de la conversación) y los que llegan por los grupos; no cuentan amigos ni familia, y la pregunta «¿cómo llegaste aquí?» te dice quién es quién. Si alguien te pide el precio antes de que lo tengas, dile que en una semana se lo mandas: ya cuenta. Si no llegas a doce, vuelve a la frase con otra forma de decir el problema y repite desde las conversaciones.

02

De la idea probada a la primera venta

Tener algo real que puedas cobrar, sin gastar de más antes de saber que la gente paga.

ESTÁS AQUÍ SI

Ya sabes que el problema existe y a quién le duele, pero todavía no has cobrado, o solo a gente que te conoce. Tienes menos de cinco ventas de desconocidos.

EN EL LIBRO Capítulos 5, 7, 8, 9 y 10

EL PRIMER PASO, HOY · 2.1

Elige tu tipo de producto mínimo

Decide, según lo que vendes, cuál es la versión más pequeña que se puede cobrar de verdad. **Si es un producto físico**: cobras antes y fabricas después. **Si es un servicio** (también clases o asesorías): lo haces tú, a mano, las primeras veces, cobrando la reserva antes de la fecha; si es en línea, por videollamada (Google Meet es gratis). **Si es digital**: una versión simple que ya resuelve el problema, aunque sea un documento, una plantilla o una sesión en vivo. Si vendes comida, cosméticos o suplementos, mira antes de la preventa qué registro sanitario pide tu país: casi todos piden uno, y las plataformas limitan cómo se anuncian.

Escribe la decisión en el mismo documento de la Etapa 1, debajo de la frase, en una línea: «Mi producto mínimo es… y lo cobro con…». Ese «lo cobro con» es lo que decide: un enlace de pago, una billetera o una transferencia con recibo. Y si vas a cerrar por WhatsApp, pásate ya a WhatsApp Business (gratis, con tu número de siempre) y activa el mensaje de bienvenida con cómo se paga; el catálogo llega en la Etapa 4. Si no se puede cobrar esta semana, no es mínimo todavía.

Media hora. Y evita el error más caro de esta etapa: fabricar cien unidades, o pasar dos meses programando, para descubrir que la gente que dijo «me interesa» no te paga.

Si no se puede cobrar esta semana, no es mínimo todavía.

LA PRUEBA DEL PRODUCTO MÍNIMO

SELLO DE CIERRE · ETAPA 02

Cinco ventas cobradas a personas que no te conocían, apuntadas con fecha, monto y origen.

CERRADA EL ___ / ___ / _____

× EL ERROR: FABRICAR ANTES DE COBRAR

Gastar en producción o en anuncios con dinero prestado antes de la primera venta. Los anuncios de la Etapa 4 se pagan con las ventas de esta etapa, no con un préstamo.

LO QUE VIENE DESPUÉS

2.2 Proveedores y muestras (físico)

Busca dos o tres proveedores y pide muestras pagadas antes de encargar nada. Si tu producto se puede imprimir o personalizar (ropa, tazas, láminas, libretas), una plataforma de impresión bajo demanda fabrica y envía cada pedido cuando el cliente paga, sin inventario.

2.3 Entrega a mano y cobra con un enlace (servicio o digital)

Entrega las primeras veces de forma manual y cobra con un enlace de pago del servicio que funcione en tu país (PayPal, Mercado Pago o la billetera que más se use allí, como Nequi, Yape o Bizum, donde mandas tu número y pides la captura) o por transferencia. Lo que importa es que el dinero cambie de manos y quede registrado.

2.4 El precio sale de lo que ya gastan

No preguntes «¿cuánto pagarías?»: la gente suele decir más de lo que luego paga. Usa lo que te dijeron en las conversaciones: cuánto gastan hoy en resolverlo, en dinero, en tiempo o en intentos fallidos. Si hoy lo resuelven gratis, tu referencia es lo que ya se paga por lo más parecido (una clase presencial, un técnico). Antes de ofrecerlo, haz la cuenta de la servilleta: al precio réstale lo que te cuesta cada venta (el producto o tu tiempo, el envío, el empaque y la comisión del cobro); tiene que quedar dinero antes de anuncios, aunque sea poco. Si no queda, sube el precio o quita costo. Después deja que la preventa lo pruebe: si las cinco ventas llegan casi el mismo día y nadie duda por el precio, estaba

bajo, y lo subes para los siguientes. La cuenta completa está en el Capítulo 9.

2.5 La oferta en cinco líneas

Qué es, uno o dos extras que respondan una duda real, una garantía solo de lo que tú controlas (que llegue, que sea lo descrito), además de lo que la ley de tu país ya le da a quien compra por internet (casi siempre, unos días para echarse atrás), cuándo se entrega y el precio. Y dila en una sola frase.

2.6 La preventa: cobrar antes de entregar

Escribe a los apuntados de tu lista, uno por uno, con la oferta y el enlace de pago. Si tu lista era una página con botón, cambia el botón para que lleve al pago; si era un formulario, basta con el mensaje. No toques el diseño todavía.

2.7 Las primeras cinco ventas

Manda la oferta a tu lista, publícala donde están tus entrevistados y consigue cinco ventas o reservas pagadas de personas que no te conocían. Anota nombre, fecha, monto y cómo llegó cada una, y en WhatsApp Business ponles ya la etiqueta «Ya compró». Con eso cobrado, y si la cuenta de la servilleta te dejó dinero, pasas a la Etapa 3.

03

Del producto a las redes

Publicar para que te escriban a preguntar el precio, en una sola red y sin pagar.

ESTÁS AQUÍ SI

Vendes algo, poco, y las ventas llegan por conocidos o por rachas. No tienes una red donde la gente que vive tu problema te encuentre y vuelva.

EN EL LIBRO Capítulos 16 a 22

EL PRIMER PASO, HOY · 3.1 Y 3.2

Una sola red

Elige la red donde ya está tu cliente, no la que te gusta a ti: Facebook, Instagram o TikTok si vendes a personas, LinkedIn si vendes a empresas; la pista te la dan tus entrevistas: dónde dijeron que buscan y comentan. Una, no cinco. Si das un servicio en tu zona, ten además tu ficha gratis de Google Maps (el Perfil de Empresa de Google): no es una red más, es donde te buscan cuando ya necesitan algo, y se mide aparte, con llamadas, clics a WhatsApp y peticiones de ruta. Y escribe en tu documento las tres razones por las que no abrirás las demás este trimestre. Escribirlas es lo que te frena el día que un vídeo ajeno te haga dudar.

Si en tu cuenta personal ya te siguen posibles clientes, úsala; si es solo de familia y amigos, abre una nueva para el negocio. Después, en esa red, pasa a perfil profesional. En Instagram: tu perfil → las tres rayas (**Configuración y actividad**) → en «Para profesionales», **Tipo de cuenta y herramientas → Cambiar a cuenta profesional**. Eso desbloquea las estadísticas y los anuncios; si tu cuenta era privada, pasa a ser pública. En TikTok no cambies nada: la cuenta general ya trae las estadísticas (en TikTok Studio, desde tu primera publicación pública) y la opción de Promocionar, y pasar a la de empresa ahora se hace verificando tu negocio con documentos. En Facebook, lo que necesitas es una página para tu negocio: si no la tienes, créala. Si el menú ha cambiado, busca «cuenta profesional»

dentro de la aplicación: el camino cambia, la función sigue ahí. Y en la biografía, un solo enlace: el de tu WhatsApp, con una línea que diga qué escribir («pregúntame el precio por aquí»).

Diez minutos. El resto de la etapa depende de haber hecho esto primero: sin estadísticas no hay revisión semanal, y sin revisión semanal publicar es adivinar.

Una red, tres números y una decisión por semana.

LA ETAPA EN UNA LÍNEA

SELLO DE CIERRE · ETAPA 03

Una red, perfil profesional, publicaciones producidas con dos semanas de adelanto (programadas hasta donde tu red lo permita), al menos cuatro revisiones semanales con sus decisiones anotadas, y al menos cinco desconocidos que llegaron por esa red y te escribieron a preguntar o compraron.

CERRADA EL ___ / ___ / _____

× EL ERROR: CUATRO REDES Y NINGÚN DATO

Abrir cuatro redes a la vez y publicar lo que se te ocurre cada tarde. En un mes tienes cuarenta publicaciones, ningún dato comparable y la sensación de que «las redes no funcionan». Funcionan; lo que no funciona es medir cuarenta cosas distintas.

LO QUE VIENE DESPUÉS

3.3 Conecta y programa desde un solo sitio

Con la herramienta gratuita de la propia plataforma (en Meta, Business Suite) conecta tu página y tu cuenta, y programa las publicaciones en lote un solo día, hasta donde la red lo permita.

3.4 Tres a cinco temas fijos

Cada tema responde a una parte de la frase de la Etapa 1: el problema, la forma de resolverlo, la prueba, la objeción, la vida después. No publiques nada que no sea de uno de ellos.

3.5 Calendario de dos semanas

Una tabla con cuatro columnas: fecha, tema, formato (vídeo corto, carrusel, texto) y la primera frase que engancha. Produce en un bloque de dos horas y programa. Cuando se acabe, haz el siguiente con lo que te dijeron las revisiones.

3.6 Revisión semanal de quince minutos

Cada semana anota, por tema y por formato, tres números por cada mil personas que lo vieron (divide entre el alcance y multiplica por mil; si todavía te ven pocos, compáralos tal cual): cuántas veces lo enviaron, cuántas lo guardaron y cuántos mensajes te preguntaron el precio. Instagram dice que lo que más pesa es el tiempo que te miran, los me gusta y los envíos, y que los envíos pesan un poco más para llegar a quien no te sigue; los guardados y las preguntas por el precio te dicen si alguien quiere comprar. La publicación que más dé de esos tres, aunque sea por poco, se repite; la que menos, se cambia. Una decisión por semana, no diez.

3.7 Testimonios con permiso

Cuando tus primeros compradores hayan usado el producto el tiempo necesario, pídeles su historia y su autorización por escrito. Es el contenido más creíble que tendrás, y en la Etapa 4 puede convertirse en anuncio.

04

De las redes a las ventas

Que el cobro no dependa de que tú contestes, y encender el primer anuncio sin quemar el dinero de la Etapa 2.

ESTÁS AQUÍ SI

Tienes audiencia y ventas, y quieres que el proceso deje de depender de tu teléfono: un catálogo que responde solo y anuncios que traen gente nueva. Y tienes, cobrado, el dinero de la Etapa 2 para pagarlos.

EN EL LIBRO Capítulos 30, 32, 33, 35, 37, 38, 40, 45 y 46

EL PRIMER PASO, HOY · 4.1 Y 4.2

El catálogo, sin adornos

Si no lo hiciste en la Etapa 2, pasa tu número a WhatsApp Business, que es gratis. En **Herramientas para la empresa → Catálogo** (si el menú cambió, búscalo dentro de la app), carga tus productos con las fotos que ya usas en redes, el precio y una línea con la frase de la Etapa 1. Nada más: ni fotos de relleno, ni productos que casi no vendes.

Revisa el **mensaje de bienvenida**: que diga cómo se paga (transferencia, efectivo al entregar, lo que use tu cliente) y cuándo entregas, y el **mensaje de ausencia** fuera de tu horario. Un catálogo que no dice cómo pagar está cerrado aunque parezca abierto.

Haz una compra de prueba tú mismo, desde otro teléfono, como si fueras un cliente que

no te conoce, hasta el final. Si en algún paso dudas, tu cliente se va. El primer anuncio no se enciende hasta que ese recorrido salga sin tropiezos.

Si llegas aquí sin haber vendido, no te falta presupuesto: te falta volver atrás.

DE DÓNDE SALE EL DINERO DE LOS ANUNCIOS

SELLO DE CIERRE · ETAPA 04

Dejaste correr un anuncio una semana entera sin tocarlo y comparaste lo que gastaste con lo que entró en el banco.

CERRADA EL ___ / ___ / _____

× EL ERROR: TOCAR EL ANUNCIO AL SEGUNDO DÍA

Editar la campaña al segundo día porque «no vende». Cada cambio grande lo hace empezar a aprender otra vez, y la campaña nunca llega a la fase en la que se puede juzgar. El segundo error, hermano del primero: pagar los anuncios con dinero que no salió de ventas.

LO QUE VIENE DESPUÉS

4.3 Saber de dónde viene cada venta

Que el anuncio lleve a tu WhatsApp, y en tu hoja de ventas añade una columna: «vino por el anuncio», sí o no. Sin esa columna no hay forma de saber si el anuncio trajo algo.

4.4 La cuenta de anuncios

Si usas el botón «Promocionar», este paso te lo hace solo. Si no, en la configuración de la empresa crea la cuenta publicitaria, añade el método de pago y vincula tu página y tu perfil. Si tu red es TikTok o LinkedIn, la idea es la misma con su herramienta de anuncios.

4.5 El primer anuncio

Que lleve a tu WhatsApp, hecho con la publicación que más mensajes te trajo (si es un testimonio con permiso, mejor). Presupuesto: uno que puedas sostener la semana entera sin tocarlo, pagado con el dinero de las ventas de la Etapa 2, y nunca más pedidos de los que puedes entregar. La forma más simple suele ser el botón «Promocionar» de esa publicación, eligiendo recibir mensajes por WhatsApp (antes tienes que tener tu WhatsApp conectado a tu cuenta).

4.6 No lo toques

Al encenderlo, Meta lo pone en «fase de aprendizaje»: busca a quién mostrarlo, y suele terminar cuando el anuncio consigue unos 50 resultados en la semana siguiente al último cambio importante. Cada cambio importante la vuelve a empezar. Con un presupuesto pequeño lo normal es que no llegue a 50 y Meta lo marque «Aprendizaje limitado»: con una prueba pequeña es lo esperable, y lo que decide es la cuenta del paso 4.7. Escribe en un papel la fecha, siete días después de encenderlo, y pégalo junto a la pantalla. Esa fecha es el mínimo para mirarlo, no el permiso para juzgarlo: si al llegar hubo muy pocas ventas, déjalo correr más.

4.7 La columna que decides mirar

Pasada la semana, un solo número: lo que gastaste en el anuncio contra lo que entró de verdad en el banco por las ventas que trajo. Una prueba nueva por semana, no tres. Antes de concluir nada, mira cuántas ventas hay debajo del número: el calendario no hace fiable una cifra, lo hacen las ventas. Con tres ventas en una semana no sabes si el anuncio sirve; sabes que pasó muy poca gente para saberlo, y la respuesta no es apagarlo, es dejarlo correr hasta que sumar una venta más no cambie la conclusión.

05

De la venta a la fidelización

Que quien compró una vez vuelva, sin pagar anuncios por la segunda venta.

ESTÁS AQUÍ SI

Vendes con regularidad, pero cada venta la pagas entera: casi nadie repite, y no sabes cuántos de los que compraron en un mes volvieron al siguiente.

EN EL LIBRO Capítulos 50, 51 y 52

EL PRIMER PASO, HOY · 5.1

Tu lista propia

En WhatsApp Business, ponle la etiqueta «Ya compró» a cada cliente, y anota en una hoja de cálculo gratuita su nombre, su número, qué compró y cuándo. A partir de hoy, cada persona que compra deja de ser un pedido y pasa a ser alguien a quien puedes escribir sin pagar a nadie por el permiso.

En las cuatro etapas anteriores dependías de una red o de un anuncio para que te vieran; aquí la lista es tuya. Si un día una red cambia sus reglas o una cuenta publicitaria se cae, la hoja sigue siendo tuya.

Media hora, sin escribir aún ningún mensaje. Para escribirles a todos a la vez está la lista de difusión, que solo le llega a quien guardó

tu número: cuando le entregues, pídele que lo guarde y pregúntale si quiere recibir tus mensajes. A quien diga que no, no se le escribe. Y en algunos países WhatsApp ya pone un límite de difusiones al mes.

A quien ya te compró no tienes que encontrarlo otra vez.

DÓNDE ESTÁ EL NEGOCIO DE VERDAD

SELLO DE CIERRE · ETAPA 05

Tu hoja de clientes muestra, mes a mes, qué parte de los clientes vuelve a los 30, 60 y 90 días (o, si lo tuyo se compra una vez, qué parte llegó recomendada), y esa parte no es cero.

CERRADA EL ___ / ___ / _____

× EL ERROR: EL DESCUENTO PARA TODOS

Mandar un descuento a todo el mundo el mismo día. Enseña a tus clientes a esperar la rebaja, y el que iba a volver a precio completo deja de hacerlo. El descuento es el último recurso de la reactivación, no el primero.

LO QUE VIENE DESPUÉS

5.2 Tres mensajes guardados

En «Respuestas rápidas» de WhatsApp Business, deja escritos tres: el agradecimiento después de la compra, cómo sacarle más a lo que compró, y un recordatorio amable para quien preguntó y no compró, sin descuento.

5.3 La reseña, siete días después

Programa la petición de reseña con al menos siete días de retraso desde la entrega, o el tiempo que tarde tu producto en notarse. Nunca el día de la entrega.

5.4 El recordatorio de recompra

Si tu producto se acaba o tu servicio se repite (un mantenimiento, una próxima cita), calcula cada cuánto toca y escríbele unos días antes, con el enlace para reponer o agendar.

5.5 Puntos y referidos

Cuando tengas clientes que repiten, un programa de puntos con un solo beneficio por nivel, que te cueste menos que lo que ganas con la compra repetida. Y para los referidos, en el mensaje de gracias (5.2) pide un nombre: «¿a quién conoces que le pase lo mismo?». A quien te traiga un cliente, un regalo o un extra que no dependa de que vuelva a comprar.

5.6 Mide la recompra de verdad

Cada mes, agrupa a los clientes por el mes en que compraron por primera vez y cuenta cuántos volvieron a los 30, 60 y 90 días (o, si lo tuyo se compra una sola vez, cuántos llegaron recomendados). Ese cuadro es la mejor prueba de que tienes un negocio y no una racha.

5.7 Reactivación escalonada

A quien lleva sin comprar más del doble de lo que dura tu producto (o de lo que suele tardar un cliente en volver): primero una pregunta honesta sin descuento, después envío gratis o un extra, y solo al final un porcentaje. Quien vuelve sin descuento te deja la ganancia entera.

LA HOJA

Los treinta y cinco pasos, uno por línea

Hazle captura a cada etapa y, cuando completes un paso, apúntalo con la fecha en tu hoja o en el chat contigo mismo de WhatsApp. No saltes ninguno. Cuando el último paso de la Etapa 2 tenga fecha, ya sabes si te queda dinero para un anuncio pequeño.

01 De la idea a la validación

SELLO __/__

1.1	Escribir la frase «Cuando..., quiero..., para poder...»	__/__
1.2	Lista de veinte personas reales (al menos quince que no sean amigos ni familia)	__/__
1.3	Doce conversaciones cortas: «¿cómo lo resuelves hoy y cuánto te cuesta?»	__/__
1.4	La pregunta del final: «¿Te serviría? ¿Por qué?», con sus palabras anotadas	__/__
1.5	Página de lista de espera de una sola pantalla	__/__
1.6	Difundir en orden: entrevistados, redes personales, grupos	__/__
1.7	Doce desconocidos que se apuntan, piden precio o pagan	__/__

02 De la idea probada a la primera venta

SELLO __/__

2.1	Elegir el tipo de producto mínimo y cómo se cobra	__/__
2.2	Físico: proveedores y muestras pagadas (si no es físico, sáltalo)	__/__
2.3	Servicio o digital: entregar a mano y cobrar con enlace o transferencia	__/__
2.4	Precio puesto con lo que ya gastan, probado en la preventa	__/__
2.5	La oferta en cinco líneas y en una frase	__/__
2.6	Preventa: la oferta y el enlace de pago a tu lista	__/__
2.7	Cinco ventas reales de personas que no te conocían, anotadas	__/__

03 Del producto a las redes

SELLO __/__

3.1	Una sola red, con las tres razones para no abrir las demás	__/__
3.2	Perfil profesional, y el enlace a tu WhatsApp en la biografía	__/__
3.3	Conectar y programar desde la herramienta de la plataforma	__/__
3.4	Tres a cinco temas fijos escritos	__/__
3.5	Calendario de dos semanas producido en un bloque	__/__
3.6	Revisión semanal: envíos, guardados y preguntas por el precio, por cada mil	__/__
3.7	Testimonios con permiso por escrito	__/__

04 De las redes a las ventas

SELLO __/__

4.1	WhatsApp Business con catálogo cargado y compra de prueba completa	__/__
4.2	Mensajes de bienvenida (cómo pagar) y de ausencia activos	__/__
4.3	Columna «vino por el anuncio» en tu hoja de ventas	__/__
4.4	Cuenta de anuncios lista (o el botón «Promocionar», que la crea solo)	__/__
4.5	Primer anuncio a tu WhatsApp, pagado con ventas de la Etapa 2	__/__
4.6	No tocar el anuncio en siete días (fecha escrita en un papel)	__/__
4.7	Un solo número: gasto del anuncio contra lo que entró por él	__/__

05 De la venta a la fidelización

SELLO __/__

5.1	Etiqueta «Ya compró» y hoja de clientes con número, compra y fecha	__/__
5.2	Tres mensajes guardados: gracias, cómo usarlo, recordatorio sin descuento	__/__
5.3	Petición de reseña programada al menos siete días después de la entrega	__/__
5.4	Recordatorio de recompra antes de que el producto se acabe	__/__
5.5	Referidos pedidos en el mensaje de gracias; puntos, cuando haya clientes que repiten	__/__
5.6	Hoja de clientes: cuántos vuelven (o cuántos llegan recomendados)	__/__
5.7	Reactivación escalonada: pregunta, envío gratis, y solo al final un porcentaje	__/__

EL CICLO SE REPITE

Y vuelta a empezar

Cuando la Etapa 5 funciona, es decir, cuando una parte de tus clientes vuelve sola y tu hoja de clientes lo demuestra, vuelve a la Etapa 1 con otro producto para las mismas personas, o con el mismo producto para otro tipo de cliente.

No empieces el segundo ciclo por la Etapa 4 aunque ahora tengas dinero para anuncios. La disciplina de preguntar antes de construir es lo que te trajo hasta aquí, y es lo único de esta ruta que no se compra.

TUS NOTAS

Mándate al chat contigo mismo en WhatsApp tu frase de la Etapa 1, tu precio y lo que ya gastaban, la red que elegiste y la fecha en que podrás mirar el anuncio. Lo que no se escribe se olvida en una semana.

MI FRASE

MI PRECIO Y LA REFERENCIA

LA RED QUE ELEGÍ

FECHA PARA MIRAR EL ANUNCIO

COMPÁRTELO

Este PDF es gratis y se puede reenviar tal cual

Si conoces a alguien que publica todos los días y no vende, pásaselo. No hace falta pedir permiso ni cambiar nada. Y si a ti te lo reenviaron, aquí recibes los siguientes recursos el día que salgan:



Los siguientes recursos

Dejas tu correo, o me escribes por WhatsApp, y recibes cada recurso nuevo el día que sale. Te das de baja con un clic.

josesilverio.com/empieza

La versión más nueva está en josesilverio.com/pdf. El libro y la app vienen en camino; aviso en el canal de WhatsApp: josesilverio.com/canal.

LO ÚNICO QUE TE PIDO

Ya sabes en qué etapa estás. Mándamela.

Una línea por WhatsApp: tu etapa y qué vendes. Te contesto yo con el paso que te toca esta semana, y en esa conversación no te ofrezco nada.

Dime en qué etapa estás

Toca el código o entra en josesilverio.com/wa. El mensaje ya viene empezado: solo pones tu etapa y lo que vendes.

josesilverio.com/wa

Jose Silverio escribe desde la República Dominicana y llegó a la venta y a la publicidad digital sin equipo y sin presupuesto grande.