

Marketing Viral

¡COMO ATRAER TRÁFICO A TU
SITIO WEB VIRALMENTE!
por Renzo Medina

www.marketingilimitado.com



¡Felicitaciones!

¡Acabas de ganar los derechos de reventa y redistribución de este E-book!

Siéntete libre de revenderlo al precio que desees (el precio sugerido es de \$ 37) y quedarte con el 100% de las ganancias. También puedes usarlo como un bono extra de algún producto que vendas en Internet, o como un regalo para que se inscriban a tu boletín o para que recomienden tu Sitio Web.

Las únicas dos restricciones son que no modifiques el contenido en ninguna forma y no lo regales sin razón, sino usándolo como se menciona arriba.

Este E-book contiene técnicas probadas para expandir la popularidad de un Sitio Web como la pólvora. Espero que lo disfrutes.

Por tu éxito.

Renzo Medina.
Marketing Ilimitado
MarketingIlimitado.com

Contenidos

Prefacio

1. Introducción
2. ¿Qué es el Marketing Viral?
3. Cómo ganar credibilidad y tráfico con Reportes Virales.
4. Cómo garantizar flujos de tráfico segmentado de inmediato a tu Sitio Web difundiendo artículos virales.
5. Cómo construir al instante un sistema de referencias piramidal de consecuencias asombrosamente masivas para tu Sitio Web.
6. Un Regalo Viral Para Ti.

Capítulo 1: Introducción

Hola.

Soy Renzo Medina y voy a hacer una confesión:

La verdad es que al principio, era bastante escéptico sobre las técnicas que voy a describir en este Ebook.

Pero una vez que comencé a ponerlas en práctica... KABOOM!! Las estadísticas de algunos de mis Sitios Web comenzaron a elevarse dramáticamente y las suscripciones a mis boletines se dispararon.

He recolectado algunas de esas técnicas y en este Ebook intento detallarlas.

Y estoy seguro que si tomas acción en base a ellas te beneficiarán tanto como a mí.

¿De qué se trata este Ebook?

Este Ebook presenta tips poderosos para ganar popularidad en Internet aplicando marketing viral. Se hace un recorrido por estrategias probadas capaces de generar oleadas de tráfico sin ningún costo.

¿A quiénes está orientado?

- A propietarios de Sitios Web.
- A Webmasters.
- En general, a emprendedores que se encuentren o quieran incursionar en negocios basados en Internet y deseen aprender nuevas técnicas de generación de tráfico.

Capítulo 2: ¿Qué es el Marketing Viral?

El marketing viral es una forma poderosa de publicidad basada en la construcción de relaciones y contactos.

La manera como ganamos publicidad aplicando marketing viral es a través de personas que nos contactan o nos recomiendan con otras.

El marketing viral también es conocido como “efecto bola de nieve” o “publicidad boca-a-boca”.

Por ejemplo, cuando comemos en un buen restaurante o vemos una buena película que terminamos recomendando a un amigo, se está produciendo un efecto viral.

Y así, este amigo puede recomendarle la película a otro amigo. Y este último a otro, y así sucesivamente...

Hasta que las referencias van creciendo como una “bola de nieve” cuesta abajo.

Estudios han demostrado que el usuario promedio de Internet conversa con sus contactos acerca de sus experiencias online.

Esto significa que por cada persona a la que logres llegar, también estarás llegando a su grupo de amigos. Y que estos amigos le dirán a otros amigos, etc.

Y así tendrás un tipo de crecimiento similar al que tienen las compañías de multinivel.

Veamos otro ejemplo:

¿Alguna vez has recibido una postal en tu correo de Latincards?

Son bastante populares.

Al final de cada postal que recibes, hay una opción que te permite reenviar la postal a los amigos que desees. ¡Eso es marketing viral en acción!

Las personas que reciben la postal ahora saben que Latincards es una compañía fiable. Después de todo, sus amigos usan su servicio. Y así, utilizando estas referencias se establece la credibilidad y confianza.

¡De manera que el obstáculo número uno para cerrar ventas es superado utilizando este método!

¿Otro ejemplo? Bien...

Amazon.com utiliza magistralmente el marketing viral. Al venderte un producto, te preguntan si conoces a alguien que podría interesarle aquello que acabas de comprar. Si es así, ofrecen enviarle una nota diciendo que tú acabas de comprar este producto y sugieres que también podría interesarle a él.

Si tu amigo ordena el mismo producto dentro de una determinada cantidad de tiempo, recibe un descuento.

Y esta es una estrategia brillante porque le permite a Amazon llegar a más personas valiéndose de la credibilidad de terceros.

Con cada email que envían en tu nombre, tú estás endosando su Sitio Web y formando parte de su campaña de marketing viral. En otras palabras ¡te tienen haciendo publicidad para ellos!

Ahora bien... hagámonos la pregunta del millón...

¿Por qué alguien se tomaría la molestia de difundir información sobre tu producto o servicio?

La respuesta es evidente...

¡Beneficios!

Mientras más grande sea el beneficio o recompensa que ofrezcas, o mientras más procures elevar el valor percibido de ese beneficio, entonces más motivados se sentirán las personas en difundir tu publicidad.

Veamos algunos ejemplos concretos en los siguientes capítulos sobre como llevar esto a la práctica.

Capítulo 3: Cómo ganar credibilidad y tráfico con Reportes Virales.

Este es un artículo que escribí hace algún tiempo:

Cómo ganar clientes distribuyendo información gratuita.

Es un hecho que una de las alternativas más poderosas para generar tráfico, consiste en la distribución de información gratuita.

Veamos como hacerlo y por qué funciona tan bien:

Imaginemos que eres el dueño de una tienda dedicada a la venta de cámaras digitales, y planeas tener un Sitio Web, cuyo dominio será www.TiendaCamarasDigitales.com

¿Cuál es la información que tus potenciales clientes necesitarían, y como puedes usar esa información para atraerlos?

Puedes escribir un reporte titulado “Cómo tomar la mejor elección al comprar una cámara digital”, o... “No compres una cámara digital a menos que hayas leído esto”.

Procura que el titulo del reporte sea atractivo a los ojos de tu audiencia.

Tu reporte debe tener información útil para tus lectores. Siguiendo con el ejemplo, podrías abordar los siguientes temas:

- Las características básicas de las cámaras digitales.
- Guía de precios.
- Tips para un buen uso de cámaras digitales.
- Accesorios de utilidad.
- Problemas potenciales.
- Desarrollos futuros.

Coloca este artículo en tu Sitio Web, o tenlo disponible para enviarlo por e-mail.

O sino, colócalo en tu [autoresponder](#) en caso de que esperes la respuesta de una audiencia amplia.

¿Qué es lo que has ganado y qué ventajas has conseguido?

Mientras tus competidores distribuyen publicidad a través de correo electrónico no solicitado (spam), o hacen publicidad del tipo “cómprame, cómprame, cómprame mis cámaras digitales baratas”, ahora tu puedes distribuir publicidad que diga...

Nuestra guía gratuita “Cómo tomar la mejor elección al comprar una cámara digital” explica las características claves, precios y tips sobre la compra y uso de cámaras. Visita www.TiendaCamarasDigitales.com

En la firma de tus emails, o en cada contribución que hagas en algún grupo en Internet, puedes colocar:

“Cómo tomar la mejor elección al comprar una
cámara digital”
Guía GRATIS
www.TiendaCamarasDigitales.com

Tus clientes quedarán impresionados por la calidad de la información útil que les ofreces. Y por otro lado, podrán recordar tu Sitio Web con facilidad debido a que elegiste un nombre de dominio de fácil recordación.

Así te estableces como una autoridad en el tema para ellos, pudiendo más fácilmente influenciarlos para que compren tus productos.

Procura motivar a tus lectores que envíen tu reporte a algún conocido que pueda serle de utilidad.

Puedes incluir un enlace con la siguiente frase:

“¿Conoces a alguien que pueda interesarle este reporte? Recomiéndalo por e-mail haciendo clic aquí”

Y a continuación los envías hacia una sección en tu Sitio Web desde la cual pueden hacer dicha recomendación (para eso puedes usar el obsequio que incluyo al final de este Ebook).

Capítulo 4: Cómo garantizar flujos de tráfico segmentado de inmediato a tu Sitio Web difundiendo artículos virales

Si hay algo más efectivo que la distribución de Reportes o Ebooks virales, son los Artículos virales. Escribir artículos que puedan ser distribuidos en distintos Sitios Web, es sin duda una forma efectiva de atraer tráfico.

Existen directorios de temas relativos a tu empresa o al negocio que quieras emprender. Existen comunidades, foros, portales, boletines...

Y la mayoría de ellos están hambrientos por publicar información fresca y de utilidad.

Información que tú podrías darles y generar tráfico a tu Sitio Web.

Pero... ¿Cuál es el tipo de artículos más apropiado para generar tráfico?

Aquellos que proponen soluciones a problemas y aquellos que discuten novedades que afecten directamente a tu audiencia, ya sea positiva o negativamente.

Escribir estos artículos traerá dos consecuencias críticas para ti:

1. Te dará mayores probabilidades de ser anunciado en otros Sitios Web especializados, comunidades, boletines etc. Ya que generalmente sus propietarios buscan educar e informar a su audiencia.
2. Lograrás que otros te vean como un experto, ya que estás ofreciendo soluciones a sus problemas o estás explicando como un nuevo acontecimiento relativo a tu industria tiene un impacto sobre ellos.

Ahora bien, muchos de nosotros no solemos escribir artículos. O hemos encontrado algunas dificultades cuando intentamos hacerlo.

Sin embargo, hay "formulas" que nos permiten hacerlo de la manera más simple posible.

Y una de esas fórmulas será detallada a continuación:

Paso 1: Identifica el tema de tu artículo.

Si tienes problemas para hacerlo, fórmulate las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son los problemas que mi audiencia tiene, y cuyas soluciones podría explicar?
2. ¿Qué acontecimiento está ocurriendo actualmente en relación al negocio al que me dedico, que podría tener un impacto en mi audiencia, y cómo deberían reaccionar ellos?
3. Si alguien estuviese pensando en incursionar en el negocio al que me dedico... ¿Qué consejos podría darle?

Paso 2: Escribe tu artículo.

Evidentemente hay artículos que atraen más y ocasionan mayores resultados.

Y para esto hay que tener presente los componentes del artículo y como se muestran a lo largo del texto.

Lo que estás a punto de leer es una formula que utilizo cada vez que escribo artículos, la cual me ayuda no solo a hacerlo de manera más rápida, sino que, una vez que aprendí a ponerla en practica, los resultados positivos aumentaron dramáticamente.

- **Elige un titulo**

Si fallas aquí, tu artículo habrá fracasado en un 80%. Las personas en Internet mayormente buscan información que necesiten. Pero si tu título no es lo suficientemente poderoso como para llamar su atención, simplemente no lo leerán.

Ahora bien, ¿Cómo podemos capturar terriblemente la atención de quien asome la mirada por el título de tu artículo?

El único secreto es...

Escribir el título centrándonos en las necesidades principales del lector.

Esto puede sonar obvio para muchos... sin embargo, y sin temor a exagerar, diría que más del 90% artículos que hay en Internet y fuera de él, no ponen en práctica lo mencionado.

El mejor camino para escribir un título bajo el punto de vista de las necesidades del lector, o en este caso, de nuestros prospectos, es refiriéndonos a la solución del mayor problema del nicho al que pertenece. Así como también al mayor beneficio que busca obtener.

Otra cosa: no tienes que reinventar la rueda, o tantear títulos que supones que van a funcionar.

Se han hecho miles de pruebas al respecto y aquellos títulos que han traído mayores resultados han quedado registrados.

Y lo mejor de todo...

...he recolectado algunos títulos que han generado MILLONES en ventas.

Lo único que tienes que hacer para *obtener los tuyos*, es reemplazar las letras mayúsculas por puntos relacionados a tu negocio o industria.

Sinceramente, la información que estás a punto de leer es *impagable*.

Comencemos...

1. Solo para los HOMBRES que quieran DEJAR de trabajar algún día.
2. Aprenda a TOCAR GUITARRA en solo 7 días... ¡O le DEVOLVEMOS su DINERO!

3. El secreto de CONVERTIR A LAS PERSONAS como TÚ.
4. Cómo los próximos NOVENTA días pueden cambiar tu VIDA.
5. Como dejar de PREOCUPARSE.
6. 10 formas para resolver el problema del ALTO COSTO DE VIDA.
7. CHICAS... ¿quieren CURVAS rápidas?
8. LIBRO gratuito muestra 12 secretos acerca del CUIDADO DEL CESPED.
9. Te reembolsamos el doble de tu dinero si esta no es LA MEJOR SOPA DE CEBOLLA que alguna vez hayas SABOREADO.
10. Propietarios de AUTOMOVILES, ahorren UN GALON DE GAS de cada DIEZ que usen.
11. SEGURO DE AUTOMOVILES a bajo precio –Solo si eres un CONDUCTOR PRECAVIDO.
12. ¿Puedes hablar acerca de LIBROS con el resto de ellos?
13. No compres ningún ESCRITORIO a menos que hayas VISTO LA PRESENTACIÓN DE ESTE NEGOCIO.
14. ¿Estás AVERGONZADO de LOS OLORES DE TU CASA?
15. Anunciando los nuevos AUTOMOVILES FORD para el año 2005.
16. Cómo un EXTRAÑO ACCIDENTE me salvó de la CALVICIE.
17. ¿Has cometido estos errores en INGLES?
18. Ellos se rieron cuando me SENTÉ DELANTE DEL PIANO... ¡Pero cuando COMENCÉ A TOCAR...!

Ahí están.

Adáptalos, modifícalos y haz que trabajen para ti.

- **Escribe el cuerpo del artículo.**

He podido comprobar que la mejor manera de generar resultados con las líneas escritas en un artículo, es usando el viejo método llamado...

... AIDA...

- 1) **ATENCIÓN:** Debes capturar la atención de tus lectores.
- 2) **INTERÉS:** Tienes que desarrollar el interés de tus lectores.
- 3) **DESEO:** Tienes que incrementar el deseo de tus lectores.
- 4) **ACCIÓN:** Y finalmente, debes hacer que tus lectores tomen acción.

Atención:

El primer párrafo de tu artículo es vital para capturar la atención del lector, de lo contrario, lo más probable es que deje de leerlo.

Ten en cuenta que es importante generar aquí *curiosidad*, de tal modo que haya un gancho que obligue a la continuación de la lectura.

La curiosidad es uno de los estados que nos coloca en una posición de incertidumbre, y para eliminar ese estado no nos queda otra más que seguir leyendo.

Interés:

Empieza a escribir sobre la idea o tema principal del artículo.

Y luego escribe 3 o 4 puntos que quieras resaltar sobre esta idea.

Esto te ayudará a expresarlo con mayor claridad.

Y para hacerlo simple, escribe de una a tres oraciones que sustenten cada punto que estás señalando.

Deseo:

En este nivel la tarea consiste en hacer que tu lector se sienta involucrado o identificado con aquello que escribes, aumentando el deseo de tomar una acción.

Para esto, es de utilidad escribir una breve historia o anécdota tuya o de otra persona que ilustre el tema en cuestión de la manera que tenga más sentido.

Las personas aman las historias, y aplicando esta técnica podrás sugestionar con mayor facilidad el deseo hacia el punto que quieres despertar en ellos.

Acción:

Finalmente, menciona cual es la conclusión de tu artículo y la *acción concreta* que se debería tomar como resultado de lo que has escrito.

Algunos tips de utilidad:

Presta mayor atención sobre *aquello que dices*, en lugar de *cómo* lo dices.

Procura ante todo dar información de valor que sea útil para las personas.

Exprésate de la misma manera como si tuvieras cara a cara con una persona, tomando una cerveza o una taza de café. No intentes ser “artificial”. Esto te ayudará a escribir con mayor naturalidad y fluidez.

Permite que tu lector llegue lógicamente a tus conclusiones. Imagina que estás tratando con alguien que sabe muy poco o nada sobre el tema y necesita que le des una explicación paso por paso.

Paso 3: Edita tu artículo

Estas son algunas sugerencias para editar tu artículo:

- Pásalo por un corrector. Esto puede sonar obvio, pero no está demás mencionarlo.

- Lee tu artículo en voz alta y lentamente.
- Haz los respectivos ajustes para que al leerlo suene de manera natural y fluida.
- Añade tu firma y un comentario sobre tu Sitio Web o sobre ti al final del artículo (más de esto en el paso 4)
- Envía tu artículo a 3 amigos y diles que lo lean. Luego pídeles cualquier comentario al respecto.
- Si uno de tus amigos dice que puedes mejorar alguna parte de tu artículo, puedes tomar en cuenta o no el comentario. Pero si los tres coinciden en que podrías mejorar esa parte, deberías tomarlo muy en cuenta.

Paso 4: Añade una “firma publicitaria” al final del artículo.

Esta es la parte en la que motivas a las personas a que visiten tu Sitio Web y realicen alguna acción.

Por lo general, suele escribirse hasta 5 o 6 líneas de información acerca de uno mismo y de algo que se quiera promocionar, como un sitio web, un boletín, etc.

Esta firma será lo que las personas verán para encontrar más información sobre el autor cuando terminen de leer el artículo.

Así que necesitas una lo suficientemente persuasiva que los motive a hacer clic en el enlace para ir a tu sitio web.

Usualmente deberás utilizar algún tipo de símbolo para separar el final de tu artículo y el inicio de tu firma.

Puedes usar estos:

+++++

=====

.....

Algunos ejemplos de firmas publicitarias:

=====
Renzo Medina es el creador y editor de Marketing Ilimitado:
Sitio Web dedicado a la difusión de información gratuita
sobre estrategias de [marketing en Internet](http://marketingeninternet.com) y herramientas
de marketing. Visítalo y suscríbete al boletín haciendo
clic en el siguiente enlace: <http://marketingilimitado.com>
=====

+++++
Renzo Medina distribuye información gratuita sobre Marketing
en Internet en www.Marketingilimitado.com. Visítalo y descarga
sin costo alguno el Ebook “Marketing Viral: ¡Cómo atraer tráfico
a tu Sitio Web viralmente!”.
+++++

Capitulo 5: Cómo construir al instante un sistema de referencias piramidal de consecuencias asombrosamente masivas para tu Sitio Web.

Este es un método fácil de marketing viral para webmasters o propietarios de sitios web. Simplemente se instala un script en menos de 10 minutos, para que los visitantes envíen un email a sus amigos, mostrando la gran información de calidad que han encontrado.

Este script suele ser sencillamente un código que se corta y se pega en tu sitio web.

La característica básica del script “Recomendar a un amigo”, consiste en que el visitante introduce su nombre, su dirección de email y también los de sus amigos.

Cuando los amigos reciben el email, no lo consideran como spam ya que proviene de un conocido o amigo suyo en el cual confían. Y prácticamente con ninguna probabilidad de que bloqueen la dirección de un amigo, esto termina siendo un método bastante efectivo.

Por lo general, tus visitantes tendrán dos motivos por los cuales recomendarán tu sitio web:

- 1) Han encontrado información original, útil y de calidad, que merece ser compartida con sus amigos.
- 2) Existe una recompensa, como por ejemplo un regalo, que es percibido como valioso.

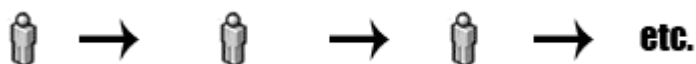
Utilizar ambos es el mejor camino.

Es una situación donde todos salen ganando: los amigos que son invitados a recibir información de calidad; quien hace la invitación, al ganar un regalo de valor y el agradecimiento de sus amigos por el favor que les hizo, y desde luego, el propietario del sitio web, al recibir más visitas.

Tipos de Scripts “Recomendar a un amigo”

Básicamente existen dos: los “lineales” y los “piramidales”.

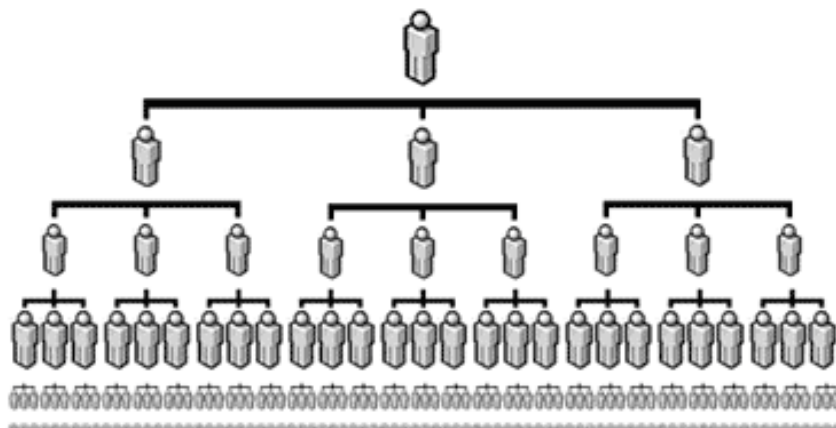
El lineal es aquel en el cual solo puedes recomendar a un amigo. Gráficamente podemos representarlo del siguiente modo:



Naturalmente, uno puede recomendar a más de un amigo con el script lineal siempre y cuando lo use más de una vez.

En cambio, el script piramidal nos permite recomendar a más de un amigo a la vez, generando una mayor cantidad de tráfico a nuestro sitio web.

Este diagrama representa lo que podemos lograr con un script “Recomendar a un amigo” piramidal que permita al visitante recomendar hasta tres personas:



... y así sucesivamente.

Impresionante ¿Cierto?

Uno de estos scripts correctamente usado puede atraer tráfico abundante a un sitio web (más adelante te daré el enlace para que lo descargues gratuitamente).

Ahora veamos algunos tips que te ayudarán a usar efectivamente el script “Recomendar a un amigo”.

- 1) Añade una frase al final de cada artículo o boletín de tu sitio web que motive a tus visitantes a recomendarlo. Algo como esto:

“Si disfrutaste de este artículo, nos encantaría si pudieras recomendárselo a un amigo o colega. Simplemente llena el siguiente formulario para hacerlo:”

- 2) ¿Tienes un boletín? Entonces puedes colocar el formulario para recomendar a un amigo justo en la página de “thank you”. Es decir, justo en aquella pagina a la que el suscriptor va dirigido inmediatamente después de suscribirse.

Si por ejemplo, ofreces un ebook o un minicurso, pregúntale al visitante si conoce a alguien que pueda interesarles también, y a continuación colocas el formulario de “Recomendar a un amigo”.

- 3) Escribe un artículo de alto interés de tu audiencia y al final de tu artículo, ofréceles un regalo que se relacione con el tema tratado en el artículo si es que recomiendan la página con sus amigos.

Capítulo 6: Un Regalo Viral para TI.

Estimado lector, llegó el momento más esperado de este Ebook...

...LA ENTREGA DE TU REGALO.

Se trata de un obsequio, cuyo **valor real es de \$67**, con el cuál podrás poner en práctica en menos de 10 minutos, casi todo lo que se ha abordado hasta ahora en este Ebook, y podrás comenzar a viralizar tu sitio web de manera inmediata.

Y lo mejor de todo...

...sin pagar ni un centavo.

El regalo se llama “Website Viral Instantaneo”; es un script “Recomendar a un amigo” piramidal que te ayudará a atraer más tráfico, y por lo tanto, más suscriptores (en el caso de que tengas un boletín) y más ventas.

En este momento tal vez te estés preguntando...

“Ok Renzo... ¿Por qué me vas a dar GRATIS, un script viral piramidal de \$67, con el que voy a atraer más y más visitas a mi sitio web y ganar más dinero? ¿Donde está el “Truco”? ¿No hay gato encerrado?”

La verdad es que... si lo hay ☺

Y para averiguarlo, solamente haz clic en el siguiente enlace:

<http://marketingilimitado.com/regaloviral.html>

Recuerda: Puedes usar este Ebook para usarlo como bono a cambio de que recomienden tu sitio web, o para que se suscriban a tu boletín o como bono de algún producto que vendas en Internet.

Espero que hayas disfrutado leyendo este Ebook tanto como yo al escribirlo ☺