



# Check List

## para tus Correos de Venta

Ya tienes claro qué correos tienes que enviar con tu campaña mínima.

Una vez que los tienes escritos, toca revisar si son realmente correos de venta o una fábrica de objeciones.

Vamos con la check list (si alguna cosa te genera dudas, abajo te explico cuatro cosas):

- ¿Evitas la voz pasiva y en cambio usas la **voz activa**?
- ¿Evitas los **verbos estáticos**?
- ¿Usas palabras acabadas en “mente”? ¿Son necesarias?(**adverbios**).
- ¿Cumple el **objetivo persuasivo** ?
- ¿Le hablas al **público** correcto?
- ¿Tienes clara la **motivación de compra**?
- ¿El **mensaje** es relevante para tu lector?
- ¿El **mensaje** se entiende inequívocamente?
- ¿Hacia el final del correo **cierras el círculo** de la lectura?
- ¿Transmite **autoridad** intrínseca?

- ¿Transmite **autoridad** externa? (no todos los correos tienen que transmitir este tipo de autoridad -aunque sí de la otra-)
- ¿Transmite **confianza**?
- ¿Puedes decir lo mismo con menos palabras? ¿Cada **palabra es imprescindible**?
- ¿Tiene equilibrio entre **Entretenimiento/Información/Venta**?
- ¿Deja con ganas de más?
- ¿El correo vincula **“Todo a 1”**? (idea-imagen-acción).
- ¿Tiene un **CTA** que motive a clicar (o muestra necesidad con frases demasiado entusiastas)?
- ¿Transmite una imagen memorable (mental) que **ancla el mensaje**?
- ¿Despierta alguna **objeción** en la mente de tu lector? (no debería pasar jamás)
- ¿Está escrito en oraciones cortas alternando frases sueltas y párrafos cortos para que tenga **ritmo**?
- ¿Le das de comer a la **Mandíbula de Acero** dando los datos sensoriales en el orden correcto?
- ¿Te ocupas de dar la **“reason why”** de cada sentencia que haces en tu mensaje?
- ¿Está traducido del **“MÍ” al TÚ**?
- ¿Las **metáforas funcionan o se canibalizan**?
- ¿Das **Contraste** a tu idea para activar el pensamiento binario antes de la llamada a la acción?
- ¿Has podido aprovechar el **giro inesperado**?

- ¿El correo tiene entre **200 y 400** palabras?
- ¿Tiene un **enlace de venta**? ¿Funciona bien?
- ¿Tiene enlace de **desuscripción**?
- ¿Los párrafos están rotos en frases y oraciones separadas para que el ojo no detecte mucho texto junto? ¿Está **“espaciado”**?
- ¿La mayor parte de las **palabras** que utilizas son **cortas**?
- ¿Respetas el principio de la **pistola de Chéjov**?
- ¿El correo puede entenderlo una persona de **12 años**?
- ¿Las oraciones son simples: **SUSTANTIVO-VERBO- COMPLEMENTO**?
- ¿Las ideas son **inequívocas** o pueden entenderse de más de una manera?
- ¿Has **eliminado los adjetivos** que no son imprescindibles?
- ¿Has usado **verbos para crear metáforas**?
- ¿Dices las cosas por su nombre o das largas con eufemismos?
- Si te han salido frases refranes, ¿puedes darles un giro para que mantengan el interés del lector?
- ¿El **asunto** de tu correo destaca en la bandeja de entrada? ¿Es más fácil clicar en él que ignorarlo?
- ¿Pones al lector en **contexto** rápidamente?
- Si usas unah historia: ¿Los **personajes** que aparecen tienen las pinceladas de carácter?
- ¿Mantiene la **curiosidad** hasta el desenlace?

Ahora una cosita...

# ¿Has notado lo caótico de este check list?

Este check list es muy útil. Mucho.

Pero para que lo aproveches de principio a final hay algunos conceptos que te tendría que explicar con calma

(MENSAJE/OBJETIVO- MANDÍBULA DE ACERO- 3 TIPOS DE AUTORIDAD- VERBOS ESTÁTICOS- GIRO INESPERADO- ETC).

Además, como soy una maléfica y cruel copywriter, **te he dejado todos los puntos mezclados.**

En este check list hay algunos aspectos que son prioritarios que afectan directamente a la venta y otros que no.

Unos aspectos son tan importantes que si los descuidas, tienes que borrar todo y empezar otra vez.

Otros aspectos son anecdóticos.

¿Anecdóticos?

Es decir, hacen que la lectura fluya o se estanque, pero ignorarlos no te va a hacer perder una venta.

Aunque si repites demasiado ese tipo de errores menores, la marca pierde gancho...

¿Se entiende?

**Para salir de dudas estoy preparando una clase de Email Marketing en la que te cuento de qué van esas movidas.**

Primero, te ordeno el check list para que veas en qué orden hay que analizar un texto comercial.

Después te explico conceptos de Psicología de Ventas como la “Mandíbula de Acero”, autoridad externa o interna, la imagen, el objetivo o conceptos de Estilo como el uso de verbos, metáforas, etc.

Así que verás lo básico explicado con sus “porqué se hace así y no así” y lo no básico que es lo que al final dispara las ventas.

Ojo, como argentina de manual, en esta clase me meto de lleno a explicarte **psicología de ventas** y movidas que son para pensar, razonar y comprender el comportamiento humano.

Todo con ejemplos. Correos que despiertan objeciones y hay que borrar, correos que con un pequeño cambio se convierten en atrapa ventas, correos para enmarcar y usar una y otra vez.

Los detalles, esas cosas que hacen soltar babas de Pavlov porque nos muestran **cómo cuernos funcionan las ventas**.

¿Sabes cuando en vez de que te digan cuál es el mapa que otros usaron, tú prefieres tener una máquina con la que abrir caminos y atajos a voluntad?

Pues así es la clase:

## La Katana del Email Marketing.

Para los que NO quieren las plantillas, sino **comprender cómo funciona la venta y la persuasión**.

[La clase está en PREVENTA. Sale en Junio- 160€ precio especial para primeros compradores.](#)

Esto de arriba no es un enlace. Si te interesa aprovechar la preventa, me escribes a [ines@inesdiazcopywriter.com](mailto:ines@inesdiazcopywriter.com)

P.D: Cuando de verdad entiendes las ventas por escrito, no necesitas apoyarte en ningún truco: simplemente escribes y vendes.

Escribes, vendes.

Y así.

Nos vemos en tu bandeja de entrada.

