



EXPERIENCIA
DEL PRODUCTO

Masterclass

EL MAPA DE LA EXPERIENCIA DEL PRODUCTO

*La Hoja de Ruta Completa para Diseñar, Marcar
y Entregar Productos, Programas y Clientes
Lucrativos "Adictos" para Transformar su Vida ...
(y Hacer Negocios con la misma)*

CARLOS JARCAS COLLADO



HOLA, ¡VOLVÍ!

EL MAPA QUE AHORA TIENES EN TUS MANOS MUEVE LA "INDUSTRIA DE LA INFORMACIÓN" Y EXPLICA EL LIBRO DE REGLAS SOBRE LO QUE REALMENTE ES POSIBLE...

TODO COMIENZA CON DISEÑAR, COMERCIALIZAR Y ENTREGAR TU PROPIO PRODUCTO DE LA EXPERIENCIA.

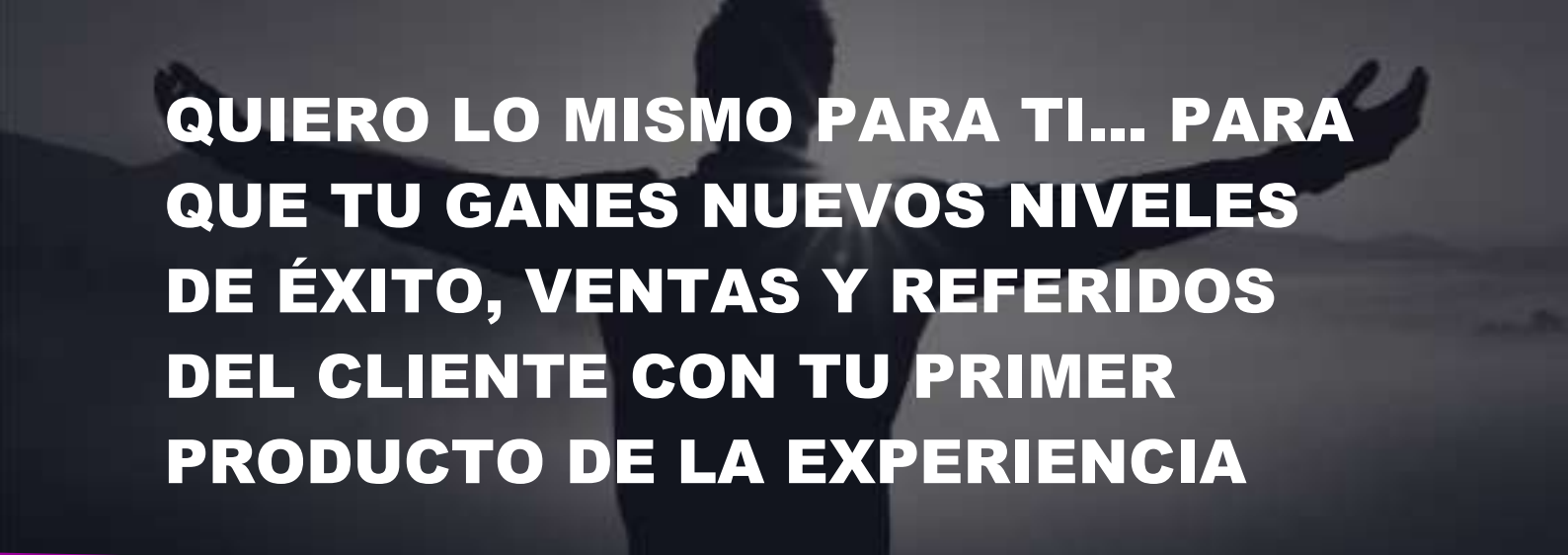
Un Producto de la Experiencia puede ser un curso, entrenamiento, producto, servicio o incluso un programa de asesoría o mentoría 1:1 en cualquier industria que integre los 10 Elementos Críticos de la Fórmula de la Experiencia que aprendiste en la última capacitación.

Los productos de la experiencia combinan la ramificación, la psicología del aprendizaje de adultos y el diseño de currículos innovadores para crear una experiencia única que funcione con la química natural del cerebro para motivar a los estudiantes, clientes y prospectos enganchados a tomar decisiones, obtener resultados y mejorar sus vidas.

¿EN RESUMIDAS CUENTAS? CREAR TU PRIMERA EXPERIENCIA DEL PRODUCTO CAMBIARÁ EL JUEGO DE TU NEGOCIO.

IMPORTANTE:

Asegúrate de que estás leyendo el informe que hice al leer este eBook. Va a ayudarte a entender exactamente cómo funciona todo esto en la práctica. ¡Además doy muchos ejemplos!



QUIERO LO MISMO PARA TI... PARA QUE TU GANES NUEVOS NIVELES DE ÉXITO, VENTAS Y REFERIDOS DEL CLIENTE CON TU PRIMER PRODUCTO DE LA EXPERIENCIA

Justo como lo hizo con Diane Kubal, una corredora de asesoría de administración que ganó 10.000 dólares con el piloto de su primera producto de la experiencia. Ella escribe:

"He recibido comentarios tan positivos sobre mi producto, más que sobre cualquier otro producto que haya vendido a los clientes. Todo el mundo está diciendo que ¡realmente estoy progresando! Me he vuelto a involucrar en mi negocio y este ha sido el siguiente paso en mi propio crecimiento y desarrollo profesional".

Después de que Patrick Johnson ganó 23.000 dólares en su primera experiencia del producto, expresó:

"Es fácil desanimarse, perder la visión y la pasión. Pero siento energía y entusiasmo para servir a mis clientes de la manera correcta y para crear una revolución".

Y por supuesto yo. La primera vez que apliqué la fórmula de la experiencia a uno de mis productos, las ventas se duplicaron y el compromiso de los estudiantes se disparó en un 70%.

Y quiero lo mismo para ti... para que alcances nuevos niveles de éxito de clientes, ventas y referencias con tu primera experiencia del producto.

LAS EXPERIENCIAS SON EL FUTURO DE TU NEGOCIO

LA "INDUSTRIA DE LA INFORMACIÓN" DE HOY ESTÁ **MUERTA**. LA INFORMACIÓN ES VIRTUALMENTE GRATUITA Y EXACTAMENTE NADIE LLEGÓ ESTA MAÑANA DESEANDO COMPRAR INCLUSO MÁS DE LO MISMO.

Estamos estresados, sobrecargados y abrumados, y solo el 3% de las personas obtiene resultados de los productos de información, cursos y capacitaciones que se venden.¹

El hecho de que tantas personas se queden atrás nos dice que hay algo fundamentalmente erróneo en la forma en que se venden los conocimientos y la experiencia, y en cómo se nos ha enseñado a crear productos.

Cuando sigues todo lo que enseñan los “gurús” sobre la creación de productos, involuntariamente dejas atrás a la mayoría de tus estudiantes, clientes y prospectos. Cuando tus clientes no resuelven sus problemas, es probable que no vuelvan a comprarte.

Cuando consideras la asombrosa tasa de fracaso de cursos, es fácil ver por qué la industria de aprendizaje a su propio ritmo disminuyó en un 7% el año pasado²... por lo que es el tercer año consecutivo en que las ventas de productos de información, cursos y capacitaciones disminuyen.

Mientras tanto, la industria del juego aumentó un 13,3% el año pasado³. Eso es una mala noticia para los creadores de productos de información tradicionales, cursos y entrenamientos... Pero una gran noticia para cualquiera que esté listo para sumergirse en el emocionante nuevo reino del producto de la experiencia. Incluso puedes aplicar la fórmula de experiencia a formadores, consultoría y servicios 1:1; y 1: a Pocos productos, programas grupales, eventos y lluvias de ideas.

NOTAS

[1. Seth Godin en el podcast de Tim Ferris, Cómo Seth Godin administra su vida - Reglas, principios y obsesiones](#)

[1. La Universidad de Pennsylvania Graduate School of Education El estudio Penn GSE muestra que los MOOC tienen relativamente pocos usuarios activos, con solo unos pocos persistentes hasta el final del curso](#)

[2. Investigación eLearning internacional, 2016-2021 Mercado mundial de eLearning a tu propio ritmo](#)

[3. Newzoo: se espera que el mercado de juegos alcance los \\$ 180.1 mil millones en ingresos en 2021](#)

ESTE MAPA TE GUIARÁ EN LA CREACIÓN DE TU PROPIO PRODUCTO DE LA EXPERIENCIA



Una vez que comiences a crear y vender tus propios productos de la experiencia, es sorprendente los cambios positivos que notarás en tu negocio.

Como Cynthia Zhai, quien se dio cuenta de que aprender puede ser divertido. En el pasado, la mayoría de sus estudiantes se quedaron atrapados en la Espiral de muerte descendente y terminaron menos de la mitad del programa.

La fórmula de experiencia transformó la forma en que ella se acercó a la enseñanza para trabajar con la motivación interna de sus estudiantes y hacer que compartan la responsabilidad de su éxito. ¡Ganó 4.867 dólares con el primer lanzamiento de su nuevo producto de la experiencia y vio una tasa de participación estudiantil del 90%!

Patrick Johnson estaba viendo mucho éxito con la formación privada, pero no podía ver una manera de escalar su trabajo a miles de iglesias DEL MODO CORRECTO. No sentía que un libro fuera suficiente para inspirar a los líderes de la iglesia a implementar sus enseñanzas en la construcción de una cultura de generosidad. También pensó que un gran evento en vivo se quedaría corto, ya que es para más de uno y no está hecho para proporcionar apoyo continuo.

Los productos de la experiencia le permitieron pasar a una mentalidad 1 es a 1 a una mentalidad desde 1 es a Algunos y 1 es a Muchas mentalidades que ahora le permiten servir a más líderes, tener un mayor impacto y, por supuesto, ingresos. ¡Ahora está proyectando cerca de 350.000 dólares en ingresos para su organización este año!

AHORA QUE TIENES ESTE CONOCIMIENTO, PUEDES TOMAR LA DECISIÓN DE QUÉ HACER.



AHORA, SÉ QUE ALGUNAS PERSONAS EMPRESARIAS TOMARÁN LA INFORMACIÓN DESDE LOS INFORMES Y EL MAPA Y EMPEZARÁN CON ELLOS A EXPERIMENTAR EL PRODUCTO DE INMEDIATO, Y **ESTO ES IMPRESIONANTE.**

Otras personas pueden darse cuenta de que quieren "**participar**" y tener la capacitación completa, la responsabilidad, el apoyo, el entrenamiento y la ayuda paso a paso para diseñar y comercializar su producto de experiencia en solo 10 semanas y comenzar a ganar dinero de inmediato.

Y en unos días abriré la clase magistral del Producto de la Experiencia. Solo estará abierto por unos días, y luego comenzaremos de inmediato. Así que una vez que se abra el registro, deberás actuar rápidamente. **Solo abro este programa una vez al año.**

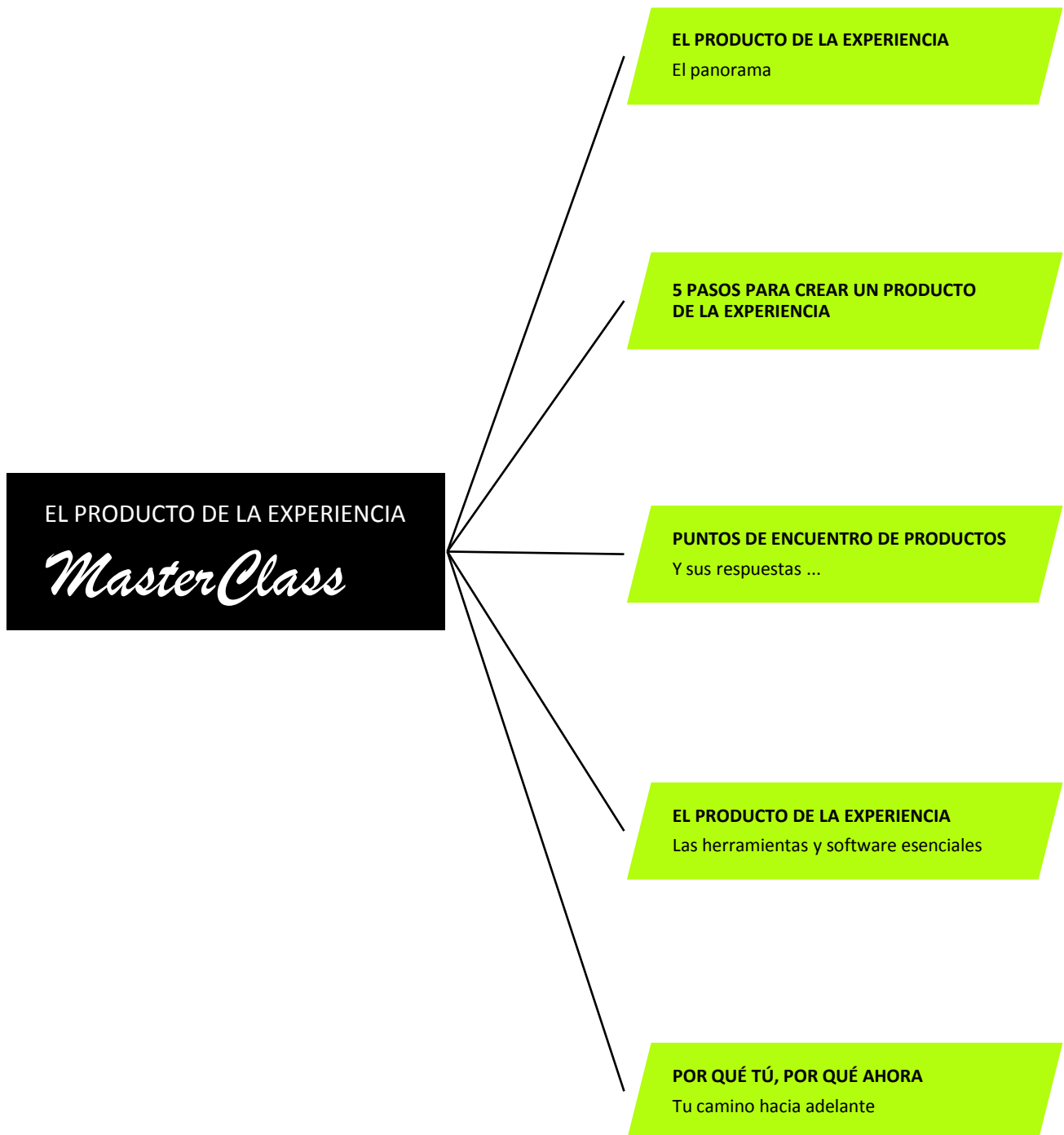
Mira tu correo electrónico durante los próximos días para conocer TODOS los detalles sobre cómo puedes unirte a la próxima clase magistral de experiencias de los productos.

Mientras tanto, aún puedes ver todos los post de entrenamiento de esta serie en:

[El Secreto](#)

EL MAPA

El Producto de la Experiencia



EL MAPA DEL PRODUCTO DE LA EXPERIENCIA

© Carlos J Arcas Collado 2019 – Todos los derechos reservados

CONVERTIRTE EN UN PODER LÍDER EN EL MERCADO

Cómo el producto de la transformará tu negocio...



EL MAPA DEL PRODUCTO DE LA EXPERIENCIA

© Carlos J Arcas Collado 2019 – Todos los derechos reservados

ESTRATEGIA DE EXPERIENCIA

Todo comienza con la estrategia...

1 ELEGIR TU EXPERIENCIA DEL PRODUCTO

5 PASOS PARA CREAR UN PRODUCTO DE LA EXPERIENCIA

2 DIFERENCIAR TU OFERTA

3 CREANDO TU EXPERIENCIA DEL PRODUCTO

- Elige uno de los 8 "Mega-nichos" para darte dirección y enfoque
- Luego, desde el nicho hasta tu lucrativo Micro-Nicho: a quién sirve y el problema exacto que resuelves para ellos
- Usa los 7 pasos de la Lista de verificación de nicho rentable para asegurarte de que las personas querrán lo que estás ofreciendo
- Decidir qué tipo de producto de la experiencia crear
- Curso online, programa o producto
- Programa de formación grupal o autor intelectual
- Programa de continuidad o sitio de membresía
- Evento en vivo o evento virtual
- Software (sí, esto también funciona para el software)
- Cualquier tipo de servicio
- Formación o Consultoría 1 es a 1
- Si estás empezando, usa el formato de prueba Beta 1 es a 1 para validar y modificar tu oferta

- Diferenciar tu oferta significa menos marketing y más ventas más adelante
- El nombre de tu producto debe transmitir información, confianza, autoridad, credibilidad y entusiasmo
- La correcta declaración de una misión factible compromete el corazón y la mente de tu cliente y diferencia productos de la experiencia sobre otros
- Tu poderosa visión del futuro y tu propia visión del origen le permiten a tu cliente visualizar su éxito y relacionarse con su misión
- Establecer el precio correcto: El Producto de la Experiencia puede obtener precios más elevados porque ofrecen resultados realmente
- Oferta limitada y urgencia: dales una razón convincente para comprar en este momento
- Una garantía sólida elimina el riesgo y hace que tus clientes sientan que no pueden fallar

- "Gana mientras aprendes" es la mejor manera de comenzar
 - Colabora con tus clientes y obtén comentarios en tiempo real
 - Administra tus miedos y resistencias a medida que avanzas y descubre los puntos conflictivos para mejorar tu experiencia (y tu producto)
 - Crear un ambiente de enseñanza atractivo a través de
 - Grupos Beta
 - Lluvia de ideas
 - Entrega virtual en vivo
 - Eventos y talleres
 - Marca la diferencia en tus demostraciones
- No te preocupes por cometer errores porque el vínculo con tu tribu será tan fuerte que te perdonarán

ESTRATEGIA DE EXPERIENCIA – CONTINUACIÓN

Vender y entregar productos de experiencia es fácil y divertido.

4

COMERCIALIZAR LA MANERA CORRECTA

5 PASOS PARA CREAR UN PRODUCTO DE LA EXPERIENCIA

5

ENTREGANDO UNA EXPERIENCIA IMPACTANTE

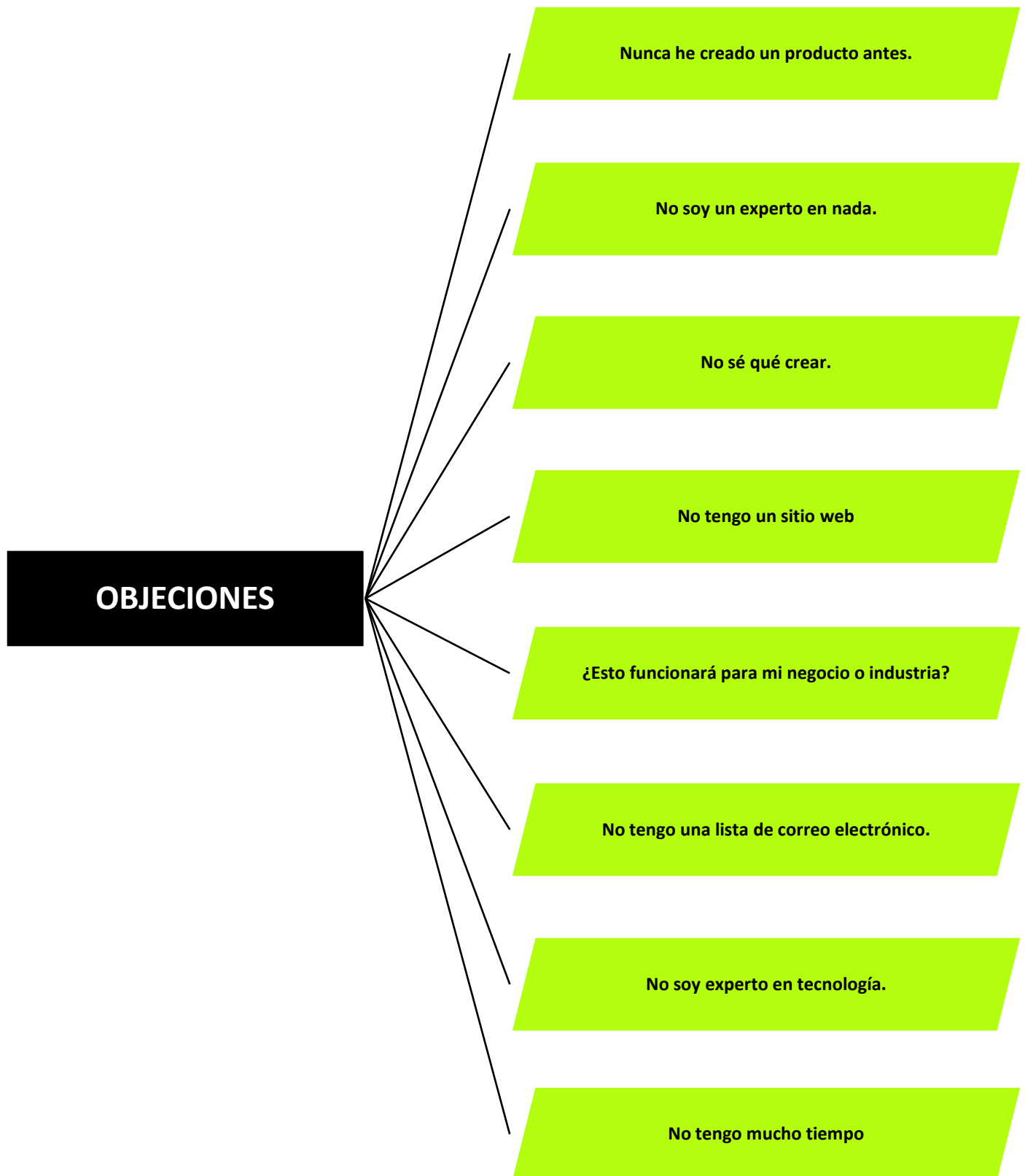
- Los Productos de la Experiencia son más **fáciles de comercializar y vender** que los productos tradicionales
- **Potencia de 1:1:** Cuando cada cliente refiere un promedio de 1:1 personas, nunca más tendrás que hacer marketing porque tu negocio crece orgánicamente.
- 6 Campañas de Marketing de Experiencia Probada
 - **Campaña Dales lo que quieren:** prueba y realiza una pre-venta de tu idea de producto
 - **La campaña de Chatear:** simplemente mostrar y vender
 - **El comienzo con una campaña de experiencia:** engancha con una muestra de lo que haces
 - **La campaña de correo electrónico perfecta:** cómo ganarlos con un correo electrónico al mismo tiempo
 - **La campaña de resultados rápidos:** cómo diseñar regalos gratuitos que construyen tu lista y venden Tus productos
 - **La campaña de aplicaciones:** Pre-califica a tus clientes, estudiantes y prospectos
- **Lo que sucede en la primera hora, el primer día y la primera semana:**

El proceso de incorporación es crítico, ya sea que comenzarás una escalada de experiencias o una espiral de muerte descendente

 - Replantear la misión y el yo futuro de inmediato
 - Da unas Ganancias rápidas y fáciles para estimular el centro de recompensas y aumentar la motivación
 - Iniciar los bucles de retroalimentación para generar impulso
 - Normaliza los desafíos: "¡Cada viaje tiene altibajos, es normal!"
 - Los altos impactos emocionales mantienen el entusiasmo
 - Una comunidad dinámica está ahí para apoyo y aliento
 - Impulso imparable conduce a...
 - Misión de acompañamiento: Y... ¿Qué sigue? (La pregunta más poderosa de tu negocio)

OBJECIONES

Momentos más comunes donde la gente se atasca al pensar sobre los productos de la experiencia



OBJECIONES – CONTINUACIÓN

Nunca he creado un producto antes.

- Lo único que necesitas es la **voluntad** de aprender y probar algo nuevo
- Crear experiencias se hace más fácil con la práctica
- En realidad, es más fácil porque no has aprendido la manera incorrecta de hacerlo
- Esto **reduce el proceso de diseño**, comercialización y entrega del producto a 10 semanas, no meses

No sé qué crear.

- Tienes **ideas, experiencia y eventos** que se pueden traducir en un producto en Experiencia
- La clave es poder ayudar a las personas a lograr un resultado
- No tienes que ser un experto certificado

No soy un experto en nada.

- Observa qué productos hay en tu área de interés
- Crea tu propia versión "**Expecilaidad**"
- Consigue mejores resultados para tus clientes.

¿Esto funcionará para mi negocio o industria?

- Las experiencias son **universales y funcionarán en cualquier industria***
- Si tu negocio ayuda a las personas de alguna manera, esto funcionará también para ti .

* Si bien creemos que los principios que se enseñan en este programa pueden ser utilizados en cualquier industria, es tu responsabilidad saber y entender las leyes que regulan tu industria y cómo pueden afectar su aplicación de la Fórmula de la Experiencia.

OBJECIONES – CONTINUACIÓN

No soy experto en tecnología.

- Solo 2 de cada 10 principios de la fórmula de experiencia requieren cualquier tipo de tecnología para implementarlos
- Hemos encontrado que la tecnología puede ser una gran distracción para las personas, manteniéndolas dando vueltas durante meses en temas que simplemente no son importantes
- Los productos de la **experiencia se basan en principios universales en lugar de aplicaciones de tecnología** específica, por lo que no tendrá que reinventar la rueda cada vez que surja una nueva tecnología

No tengo una lista de correo electrónico.

- No necesitas un sitio web para vender tu primera experiencia producto
- 3 de las 6 campañas de marketing de experiencia no requieren ningún tipo de sitio web en absoluto
- Los otros requieren un total de solo 4 páginas simples.

No tengo un sitio web

- La campaña **Dales lo que quieren** puede comenzar con tu círculo social inmediato
- Tienes que comenzar en algún lugar y ahora es un buen momento para comenzar a construir tu lista
- **Crear una lista de correo electrónico** basada en la experiencia garantiza que nunca tendrás otra cosa que no sea una base de clientes comprometidos y ansiosos, ansioso por recibir su próximo producto de experiencia
- Unas pocas horas de investigación al día, durante unos días, le enseñarán todo lo que necesita saber para transmitir su mensaje a las personas que lo desean y lo necesitan más, no tengo mucho tiempo

No tengo mucho tiempo

- ¡No tienes mucho tiempo porque NO estás creando Productos de Experiencia!
- Los productos de Experience eliminan meses del tiempo habitual de creación de productos
- **Nunca pierdas un segundo** más porque estás seguro estás creando algo que tu tribu quiere
- Debido a que obtienen grandes resultados y compran una y otra vez, dedicará menos tiempo a la comercialización, liberando su tiempo para tener más estilo de vida.
- Está creando un **activo a largo plazo** para su negocio, que vale la pena invertir tiempo

7 COSAS QUE DEBES IDENTIFICAR PARA TU MAYOR RENTABILIDAD Y SATISFACCIÓN

- **# 1. Tu idea de negocio debe resolver una necesidad del mercado muy específica y reconocida.**

Esto podría ser resolver un problema específico o generar un resultado específico. La clave es elegir una necesidad, problema o resultado que las personas SABEN que ya tienen, no una necesidad, problema o resultado oculto.

En otras palabras, no intentes resolver un problema que crees que es importante, pero a muchas personas parece no importarles la forma en que lo haces.

- **# 2. Tu idea de negocio está dirigida a un tipo específico de persona.**

Llamemos a esta persona tu cliente ideal. Idealmente, esta es una persona que se auto identifica con la forma en que los describes.

- **# 3. Debes ser capaz de identificar a una persona específica que necesita ese problema resuelto**

Cuando describas la necesidad específica que abordan y el tipo de problema que resuelven para la persona que describiste en el número 2, debes tener una idea clara de alguien específico en tu mente que sabe que necesita la solución que planeas proporcionar.

Una manera aún mejor de pensar acerca de esto es si otras personas, cuando escuchan sobre el problema que resuelven, dirán instantáneamente: *"oh, deberías hablar con mi amiga Susana. Ella realmente necesita lo que estás hablando"*.

TU LISTA DE VERIFICACIÓN DE NICHO RENTABLE - CONTINUACIÓN

- **# 4. Tu cliente objetivo debe estar buscando una solución a su problema y estar dispuesto y en condiciones de pagar para resolverlo.**

Susana necesita estar abierta a recibir ayuda para su problema, necesidad o deseo, y realmente debe estar dispuesta y ser capaz de invertir en lo que Tú tienes para ofrecer.

- **# 5. Puedes alcanzar fácilmente a tus clientes objetivos.**

Debes poder FACILITAR identificar, apuntar y llegar a este tipo de personas a través de tu red de valor personal, eventos en vivo, publicidad en Facebook, asociaciones de empresas conjuntas u otra forma de marketing o redes que estén a tu alcance.

- **# 6. Hay suficientes miembros de tu público objetivo para construir un negocio.**

Una buena regla general es que hay más de 10.000 personas en el planeta a las que se puede llegar fácilmente a través de la comercialización de lo que Tú haces. Si no lo hay, puedes ganar dinero, pero es realmente difícil escalar en tu negocio. Llegarás a un techo que no puedes romper.

- **# 7. Realmente puedes ayudar a tu prospecto a resolver su problema, y disfrutarías resolviéndolo por ellos.**

El mejor marketing es el boca a boca que surge cuando realmente resuelves el problema de tu cliente. Incluso si millones de personas tienen una necesidad, si tu solución no puede realmente resolver esa necesidad, tu negocio probablemente está condenado al fracaso.

Estos 7 criterios son absolutamente esenciales para la rentabilidad y el éxito del negocio. Y cada uno de ellos es vital. Si eliges dedicarte a un negocio que solo cumple con 3 de estos, tiene casi la garantía de que fracasará. Incluso si llegas a 6 de los 7, bueno, solo digamos: ¡No iniciarías ese negocio!

ENAMORARSE CON EL MARKETING DE LA EXPERIENCIA



Creo que una de las razones más importantes por las que las personas se muestran renuentes al mercado **es una mala interpretación de lo que realmente es el marketing**, y todo se reduce a **cómo TÚ defines personalmente el marketing**.

Y la forma en que la mayoría de la gente lo define, literalmente crea una **relación de amor/odio** con la actividad más importante en tu negocio.

Si defines el marketing como la forma en que atrae a nuevos clientes a tu negocio, y la forma en que vuelves a conectar con los clientes existentes, puedes comenzar a sentirse como una **"obligación"**. Incluso una necesidad negativa. Algo que tienes que hacer para tener un negocio. No hay alegría en eso.

Pero esa definición de marketing apenas **roza la superficie** de lo que es posible...

Quiero compartir lo que he aprendido durante los 5 años que hemos estado haciendo marketing en línea. Este simple cambio me ha **permitido enamorarme del marketing...** y una de mis misiones en la vida para ayudarte a enamorarte del marketing también.

Y cuando lo haces, el negocio se vuelve mucho más fácil y mucho más divertido.

Prueba esta definición para el concepto:

En lugar de pensar en el marketing a nivel superficial como el proceso de atraer nuevos clientes a tu negocio, intenta pensar en un nivel más profundo.

¿Qué está **pasando realmente** cuando haces un buen marketing?

La comercialización a este nivel más profundo es en realidad **"el proceso de ayudar a alguien a crear la mentalidad, las creencias y las condiciones que necesitan para hacer un cambio en su vida que desean, pero que no pueden alcanzar por sí mismos"**.

AYUDA A LAS PERSONAS A LLEGAR A DONDE QUIEREN IR MUY DESEOSOS LLEGAR.



LA COMERCIALIZACIÓN ES UNA MANERA DE SERVIR Y DE PROPORCIONAR UN **VALOR DE CAMBIAR LA VIDA** QUE PERMITE TUS PERSPECTIVAS PARA:

- Conectarte con lo que **realmente quieren**, necesitan y desean
- **Tomar una decisión** sobre algo que sea significativo para ellos
- Avanzar con **claridad y confianza**.

Todo cambia cuando cambias tu definición de "marketing" de atraer clientes para **conectarse con personas** y transformar sus vidas.

En lugar de sentir que estás enviando tus productos, servicios o "**contenido comercial**" a las personas... en vez de eso, puedes empezar a sentir que los estás enviando con los mensajes que más desean y necesitan escuchar.

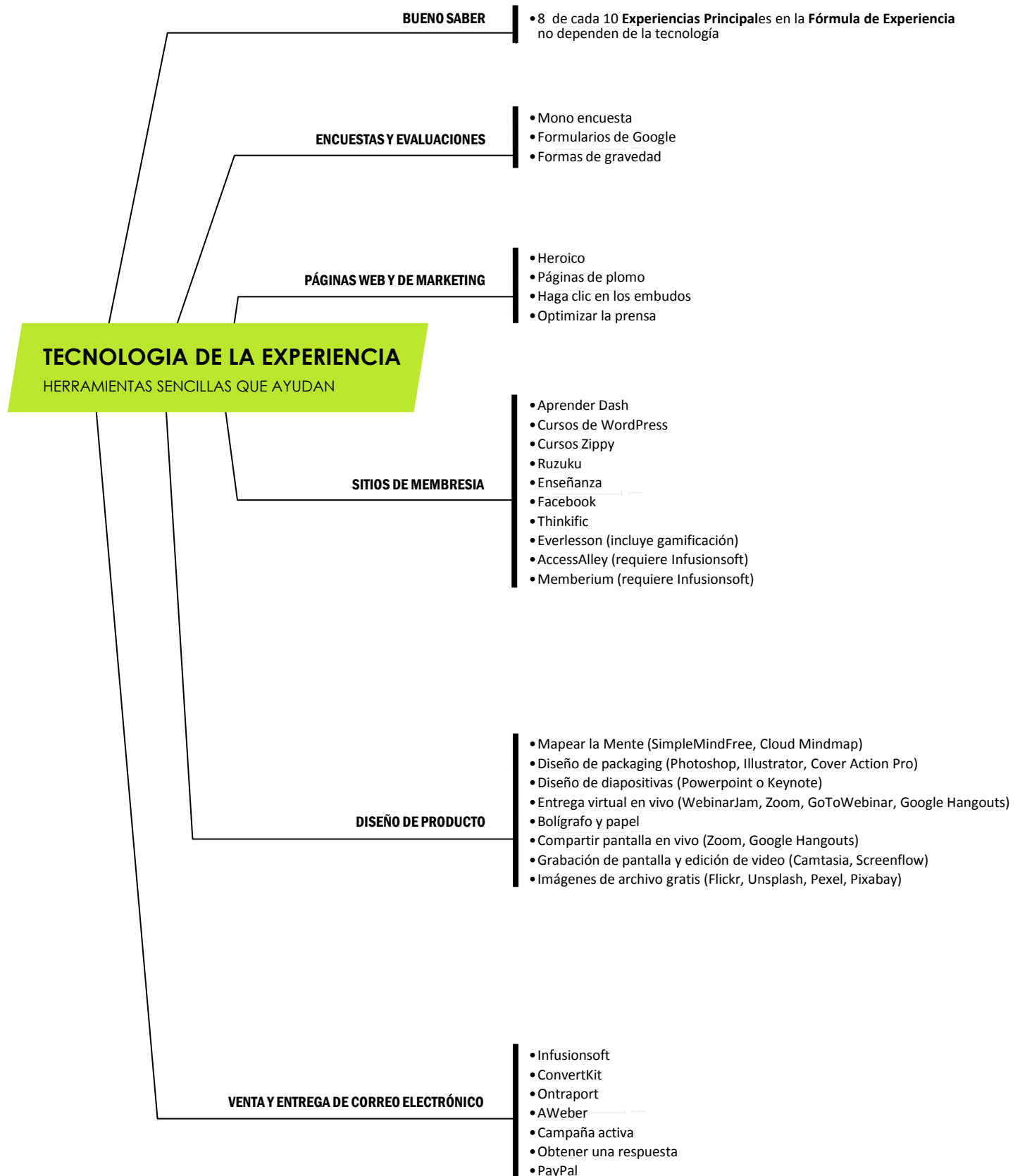
En lugar de ser "ese tipo" o "esa mujer" que no conoces en Facebook... estás brindando un valor real e inspirando a las personas para que **interactúen** contigo.

El marketing no se trata de tus productos o servicios, se trata de **involucrarte con el diálogo que tu cliente ideal tienen con ellos mismos**, e inspirar a las personas a involucrarse con ellas mismas, descubrir lo que REALMENTE quieren de sus vidas y ayudarles a lograrlo.

Porque ahí es donde se encuentra la verdadera transformación: cuando ayudas a las personas hacia donde más merecen y desean llegar.

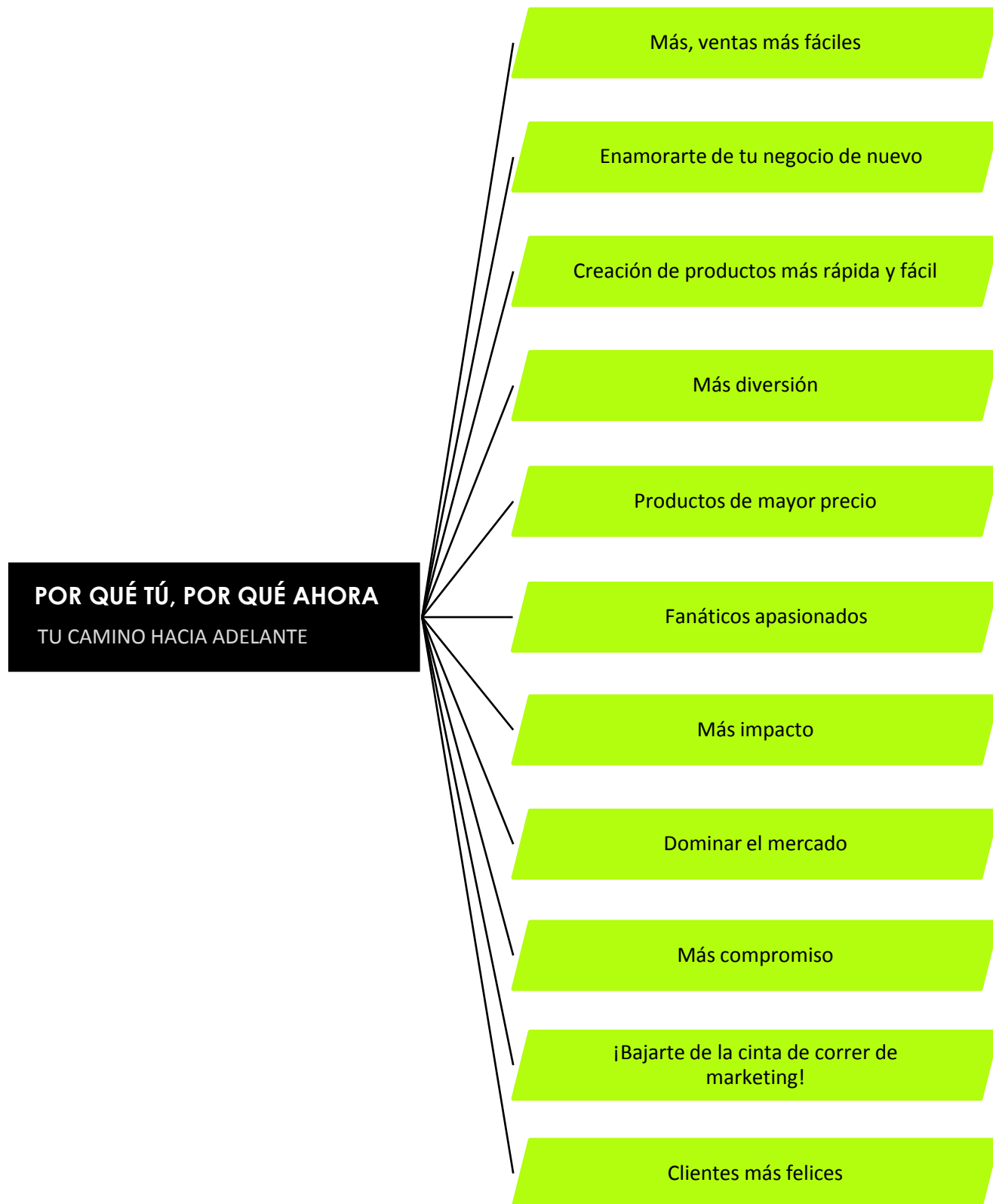
TECNOLOGÍA DE LA EXPERIENCIA

Nuestras recomendaciones para las mejores herramientas gratuitas y de pago a utilizar.



POR QUÉ TÚ, POR QUÉ AHORA

¿Por qué los productos de la experiencia son el futuro?



BIENVENIDO AL FUTURO DE TU NEGOCIO

Así que si te estás preguntando... *¿qué sigue?*

Es una gran pregunta, por eso voy a hacer un cursillo en gratuito:

Cómo aprovechar los secretos de las aplicaciones y juegos más vendidos para crear productos "súper pegajosos" que se venden como locos, "enganchan" a tus clientes para obtener resultados y comprarte una y otra vez.

En él, revelaré secretos que no he compartido en estos videos y mostraré ejemplos específicos que puedes comenzar a implementar de inmediato para comenzar beneficios de la experiencia del producto en tu propio negocio.

Aquí tienes una breve muestra de lo que aprenderás en el cursillo:

- Lo **único** que tiene cada aplicación, juego y producto de la experiencia diseñado para impulsar a los clientes a completarlo, y cómo la implementación **revolucionará** literalmente tu próximo producto, curso o programa, permitiéndote ahorrar cientos de horas de trabajo, mientras que das a tus clientes exactamente el resultado que quieren.
- Cómo **eliminar virtualmente las solicitudes de reembolso** para tu próximo producto, curso o programa para que UNA cosa literalmente no cueste a los creadores de productos de información MILLONES de dólares al año.
- También **profundizaremos** en la Fórmula de la Experiencia a medida que enseño más práctica. Ejemplos de cómo aplicar esto a ofertas de mentoría, cursos en línea e incluso servicios tu provees.
- La parte más importante de cada curso que casi puedo garantizarte. No he visto antes. ¡Solo agregando **una sola cosa** podrías sumar decenas de miles de dólares en resumidas cuentas en los próximos 6-12 meses!

ÚNETE A NOSOTROS PARA. . .

Cómo aprovechar los secretos de las aplicaciones y juegos más vendidos para hacer que tu línea

Producto, programa o curso para que sus clientes se enganchen de manera "adictiva"
Acción, obteniendo resultados y comprando de ti una y otra vez

[Clase Maestra](#)