

STORYTELLING PARA TUS CASOS DE ÉXITO

Los testimonios de tus clientes deben contar historias. No se trata de hacer sólo una recomendación de tu producto. Las palabras de tus clientes deben mostrar el viaje por el que pasaron antes de conocerte, cuando te conocieron y cuando implementaron tus enseñanzas.

Ese viaje debe contener los elementos necesarios para que tu audiencia se sienta identificada y sueñe pasar por la transformación que tus clientes ya tuvieron.

Recuerda, no se trata de tu producto, tus clientes son los héroes de esta historia.

1. Cuéntame un resumen tuyo, tu nombre, de dónde eres, a qué te dedicas (Incluir información relevante para tu nicho)

2. ¿Cuál era tu problema antes de conocer el producto y cómo estás ahora?

3. ¿Qué te hizo dar un voto de confianza al producto/entrenamiento?

4. ¿Cuál era la mayor objeción antes de entrar y qué te llevó a tomar la decisión de participar?

5. ¿Cuales dificultades tuviste a la hora de implementar el producto/entrenamiento?
(Demuestra sinceridad).

6. ¿Qué resultado o transformación trajo el producto para tu vida?

7. Aparte de la promesa del producto ¿qué otros cambios has tenido en tu vida a raíz de tu participación en el entrenamiento/curso?

8. ¿Crees que este entrenamiento lo pueda tomar alguien que _____ (Poner la principal objeción de tu nicho)?

9. ¿Crees que el valor que pagaste va de acuerdo a los resultados que obtuviste?

10. ¿Qué le dirías a alguien que este pensando entrar pero no se haya decidido?

