

CÓMO CONSTRUIR TU DISCURSO DE MARCA PARA ATRAER LA ATENCIÓN DE MANERA PODEROSA





EL ARTE DE POLARIZAR



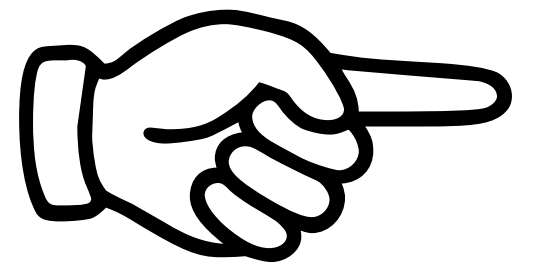
¿Qué tienen en común los grandes líderes que mueven masas?





CÓMO ESTRUCTURAN SU MENSAJE

Todos siguen esta misma
estructura que tú vas a ver ahora



Busca un enemigo
común contra el
que luchar.

1 no 25

Detecta cual es la **vieja oportunidad.**

**Presentate como
la nueva
oportunidad.**

**Cómo funciona tu
sistema de la
nueva oportunidad.**

**Rompe con las
falsas creencias u
objeciones del
mercado.**

Decide el nivel de
conciencia al que
vas a atacar.

CUADRO OPORTUNIDAD

¿Qué quieren realmente las personas?	
¿Cuál es el enemigo que tenéis en común tus clientes y tú como marca? ¿Cuál es la vieja oportunidad	
¿Cuál es la nueva oportunidad que presentas tú?	
¿Cómo funciona esta nueva oportunidad?	
¿Qué objeciones pueden presentar tus clientes?	
¿Cómo vas a mostrarles autoridad?	

Ejemplo reales

de nuestras

#cocobranders



EJEMPLOS CUADROS NUEVA OPORTUNIDAD

¿Qué quieren realmente las personas?	Libertad y control sobre su vida y su futuro financiero. Sentirse valiosas e importantes
¿Cuál es el enemigo que tenéis en común tus clientes y tú como marca? ¿Cuál es la <u>vieja oportunidad</u>	El enemigo común sería LA FALTA DE CONOCIMIENTO, Y QUE PROVOCA EL MIEDO a invertir. <u>VIEJA OPORTUNIDAD</u> : No se puede acompañar a una persona con miedo a invertir en formaciones masivas y despersonalizadas, En ese entorno las personas se sienten solas y eso alimenta su frustración, lo cual agrava el problema
¿Cuál es la nueva oportunidad que presentas tú?	<u>NUEVA OPORTUNIDAD</u> : Va a poder recorrer el camino <u>acompañada</u> en todo momento y en un entorno exclusivo, seguro y cómodo para ella, para que pueda sentir que no <u>esta</u> sola
¿Cómo funciona esta nueva oportunidad?	Mi programa <u>INVierte</u> tu vida, basado en el método FAUNA de inversión inmobiliaria, le dará el paso a paso exacto y necesario para que no pueda perderse en el camino, además del acompañamiento total 1-1 en cada etapa.
¿Qué objeciones pueden presentar tus clientes?	- No tengo suficiente dinero - No tienes casos de éxito en formación - Esto no es para <u>mi</u> - Tengo miedo a perder mi dinero - No tengo conocimientos - No cuento con el apoyo de mi entorno
¿Cómo vas a mostrarles autoridad?	A través de mi experiencia en el mercado inmobiliario, siendo honesta y sincera sobre la promesa, (sin <u>sobreprometer</u>), con un mensaje claro que no muestre necesidad, si vulnerabilidad, pero no necesidad, cobrando lo justo por un gran servicio, sin complejos, <u>obsesionandome</u> con el valor que apporto, y teniendo claro que es muy superior a su precio.. Gracias al diseño de un método propio de inversión.

EJEMPLOS CUADROS NUEVA OPORTUNIDAD

¿Qué quieren realmente las personas?	Buscan un lugar en el que poder dar a su perro la libertad de poder correr y jugar con otros perros. Un lugar en el que puedan estar tranquilos. Quieren sentirse acompañados de otras personas en una situación parecida a la suya. Y quieren tener la tranquilidad de poder preguntar a alguien con autoridad cuando tengan cualquier pregunta.
¿Cuál es el enemigo que tenéis en común tus clientes y tú como marca? ¿Cuál es la vieja oportunidad	El enemigo es las pocas opciones seguras existentes para poder soltar a nuestros perros. La vieja oportunidad es el pipican. Los pipicanes suelen ser escasos y sucios, además no están supervisados con lo que presentan un alto índice de peleas entre perros.
¿Cuál es la nueva oportunidad que presentas tú?	Caniparc es el lugar donde las familias pueden estar tranquilas y disfrutar de la compañía de su perro y de otras familias. Es un lugar de encuentro para las personas y un refugio que permite a los perros ser perros.
¿Cómo funciona esta nueva oportunidad?	Caniparc está rodeado de naturaleza. Supervisado por educadores y etólogos. Además, prestamos una gran cantidad de servicios complementarios: guardería de día con recogida a domicilio, baño y secado de perros autoservicio, piscina para perros, tienda, corner de cafes y refrescos, cursos de temáticas relacionadas y biblioteca de libros.
¿Qué objeciones pueden presentar tus clientes?	- Prefiere llevar al perro a un adiestrador. - Tiene montaña y playa cerca de casa, ¿para qué pagar por soltar al perro? - Para cansarlo, juega con él a la pelota. - Está lejos y se necesita coche para llegar.
¿Cómo vas a mostrarles autoridad?	Demostrando resultados. Entendiendo la situación por la que están pasando y aconsejándole lo mejor.

EJEMPLOS CUADROS NUEVA OPORTUNIDAD

¿Qué quieren realmente las personas?	Quieren volver a sentirse bien y con energía. Que alivien su sufrimiento.
¿Cuál es el enemigo que tenéis en común tus clientes y tú como marca? ¿Cuál es la vieja oportunidad	Enemigos: la industria farmacéutica y el sistema sanitario. El ritmo de vida agotador y un sistema que penaliza el descanso y lo relega a "cosa de vagos"/ Vieja oportunidad: depender de un sistema sanitario obsoleto, tomar pastillas para dormir y no solucionar el problema raíz, poner un parche farmacológico, con muchos efectos secundarios no deseables. La otra vieja oportunidad son los programas de mindfulness tipo MBSR, con su formato de clase semanal, prácticas de media hora o 40 minutos desde el primer día y que no están adaptados a personas con falta de sueño.
¿Cuál es la nueva oportunidad que presentas tú?	Propongo volver a ser soberano sobre su salud, dándole la información sobre cómo funcionan los mecanismos del sueño, qué interfiere con ellos y cuáles son las herramientas para que él mismo sea capaz de volver a tener un descanso reparador sin depender de fármacos. Un programa innovador que combina la práctica y la sabiduría del mindfulness, con la ciencia e higiene del sueño. Durante 8 semanas integrará la práctica de mindfulness progresivamente en su vida, aprenderá a cómo llevar unos buenos hábitos de vida y hará del descanso una prioridad en su vida. Todo esto sin largas sesiones y sin horarios, pudiéndose adaptar a su día a día de la forma que mejor le convenga. Además el contenido será totalmente en formato audio y con rellenables en papel, para intentar evitar el uso de pantallas lo máximo posible. Un formato tipo podcast con píldoras de conocimiento diarias, explicadas de forma entretenida y dinámica, que hacen que se mantenga la motivación y la adherencia al programa.
¿Cómo funciona esta nueva oportunidad?	Un programa de 8 semanas basado en mindfulness y autocompasión combinado con ciencia y hábitos de sueño. Es en formato podcast y con material de soporte en papel. El programa es en diferido y comenzará los lunes, cada día de la semana tendrá una nueva píldora de conocimiento de unos 10 o 15 minutos, alternando teoría relacionada con mindfulness y autocompasión con ciencia del sueño, todo esta teoría tendrá un material de soporte que les llegará en formato de papel al principio del programa, además de la teoría, cada dos días tendrán una práctica nueva de meditación formal y otra de práctica informal. Tendrán dos diarios que les llegará también en formato de papel; el diario de sueño, que es un cuadro para rellenar las casillas cada día y un diario de meditación, que será un cuaderno con unas preguntas para llevar un registro de las prácticas y para hacer la indagación sobre la práctica. Tendrán una plataforma de academia online donde tendrán todo el contenido ordenado que se irá desbloqueando a medida que avancen, al final de cada semana tendrán un pequeño cuestionario que les servirá a ellos para ir integrando la información y a mí para ir viendo su progreso. Además de la plataforma les llegará cada día a su email los enlaces al contenido de ese día, el resumen con las "tareas" y algunas palabritas de motivación. Además de todo esto habrán algunos audios "cápsulas de integración", con historias zen, audios inspiradores, o algunas palabras de ánimo y calma, que ayudan a la integración del contenido y a la motivación. En todo momento tendrán soporte vía email y todavía no sé si crear un foro, depende de la plataforma que use para la academia.
¿Qué objeciones pueden presentar tus clientes?	• No sé si podré seguir el ritmo con lo cansado que me encuentro • A mí la cabeza me va a mil, yo no sirvo para meditar • No tengo mucho tiempo para dedicarle • Por qué debo fiarme de ti si el médico me manda pastillas • Este rollo new age de la meditación no va conmigo, eso es para hierbas
¿Cómo vas a mostrarles autoridad?	Mostrando toda la evidencia científica detrás de la eficacia de los programas de mindfulness para combatir el insomnio. Además lo he experimentado en primera persona

Gracias amiguís ;)



LALOLA ESTUDIO DE BRANDING

Rúa Cega 8 - 2º Izq - 36940 CANGAS | Pontevedra | Tel.: 886 142 484 · 635 028 951 · lalola@mundolalola.com