

La redicha.

Creatividad y copywriting

Cómo convertir una historia aburrida de tu día a día en una historia interesante **que multiplique tus ventas.**

La vida está llena de momentos.

Podrás pensar que la mayoría son parte de tu rutina y son tela de aburridos, pero te aseguro que empezar a entrenar la mirada y ver pildoritas de oro en cada esquina, no solo es increíblemente divertido, sino que será una fuente INAGOTABLE de contenido para tu negocio.

Sí, sí, como lees.

Y sin tener que contar intimidades de ningún tipo.

Situaciones del día a día, normales.

Como ir a comprar el pan y encontrarte cinco céntimos en el suelo, o cruzarte otro día más con tu vecino-zombie que casi ni te habla y reírte en el ascensor porque hoy llevaba una camiseta del comecocos.

Miles de detalles que se te pasan cada minuto y que pueden transformarse en historias apasionantes que te sirvan **para enganchar a tu comunidad de potenciales clientes**, si sabes cómo enfocarlas bien.

Con esta pequeña guía pretendo ayudarte a hacerlo.

Te he aterrizado cómo funciona mi cerebro en varios pasos para crear mis propios emails.

Y verás que son cosas sencillas que puedes entrenar cada día, sin excepción.

La redicha.

Creatividad y copywriting

Cuanto más lo hagas, más rápido funcionará tu mente para captar esos momentos y **llenarás tu bloc de notas del móvil con miles de historias** para hacer post en tus redes sociales, emails o mensajes para nutrir tu comunidad de WhatsApp.

Pues bien, ¡vamos al lío!

1.

S I L E N C I O .
ESCUCHA

Esto que nadie hace ahora.

ESCUCHAR.

Vas por la calle como pollo sin cabeza, pensando en lo que tienes que hacer, con los cascos puestos y oyendo música, pódcast, audiolibros...

No paras nunca jamás.

Olvidas observar lo que está pasando a tu alrededor.

Si no paras, te callas y observas, no tendrás historias REALES que contar.

Y no me refiero a que un Reel de Instagram o lo que dice un experto de un pódcast no sea verdad, pero no es parte de TU realidad física.

Todo **lo que te permitas SENTIR será siempre mucho más potente** que algo que has visto a través de una pantalla.

¿O acaso ver el mar en un vídeo es lo mismo que el olor de la brisa marina, pisar la arena y sentir el agua fría en tus pies?

Pues eso.
Permítete abrir los ojos de tu percepción del mundo REAL.

2.

TU MIRADA ES ÚNICA, ENTRÉNALA

Cualquier historia (y CRÉEME QUE CUALQUIERA) puede ser una pepita de oro.

La venta es como la vida misma.

Eres una persona (espero) relacionándote con otras personas y te aseguro que lo que te ha pasado a ti, le ha pasado a otras tantas de miles.

Tus experiencias no son exclusivas, pero tu forma de miraras e interpretarlas sí.

Así que **aprovecha esa forma tuya única de percibir la realidad** y sacar conclusiones para inspirar a otros.

- Ese momento en el que el chico o la chica que te gusta te da el primer beso y se te erizan hasta los pelos de la nuca...

Todos hemos vivido un momento así, pero seguro que como tú, nadie lo cuenta.

Y además, hazlo de verdad.

Quiero decir, cuéntalo como si le estuvieras hablando a tu mejor amigo tomando una cerveza.

Con naturalidad, con intriga al principio y con desenlace al final, sea el que sea.

(Y si tiene drama, humor o ironía, mejor)

3.

DE PERCEPCIÓN > EMOCIÓN > REACCIÓN > A CONCEPTO

¿Has visto la peli 'Inside Out'?

(Si no la has visto, intentaré no hacerte mucho spoiler)

En esa peli se personifican, en distintos muñecotes, las emociones que tiene una niña desde que nace hasta que se va haciendo mayor.

Cada acción "exterior", implica un movimiento "interior" de emociones.

Ahí quería yo llegar.

Al hecho de que, si te observas detenidamente, verás que todo lo que te pasa, por mínimo que parezca, **te despierta una emoción.**

Y, a continuación, **una reacción** a esa emoción.

Pues bien, aterriza esos dos pasos en algo que la persona viva en su vida personal o profesional.

Un concepto.

- Ese momento en el que el entrenador del equipo de fútbol casi se da de hostias con el padre del jugador que había dejado tirado en el suelo a tu hijo tras una patada en la rodilla.

Emoción: Enfado. Frustración. Ganas de arrancarle la cabeza a alguien.

Reacción: Mantener la compostura. Están jugando a un deporte de contacto y los otros juegan sucio, pero son niños.

Concepto: Puedes hablar de la gestión del estrés cuando pasa algo inesperado.

4.

MORALEJA / INTENCIÓN

El siguiente paso es pensar en la intención que podrías enlazar con esa historia.

El “por qué”.

¿Por qué estás contando esto?, ¿qué sensación quieres que se lleve?, ¿qué quieres que aprenda?

Es lo que en los cuentos de toda la vida era la moraleja.

Después de contarnos toda la historia, llega el narrador y lo resume en una frase, una sensación, un “ajá moment” que ayude a la vida de esa persona.

Y claro, es crucial que esa moraleja **abra la puerta a una acción** que tenga que ver con lo que quieres vender u ofrecer.

¿Ves por dónde voy?

Se trata de entrenar a los ojos y a la mente para enlazar la historia “aburrida” con la esencia de lo que ha pasado y convertirlo en moraleja con intención de venta.

Parece complicado, pero es cuestión de entrenamiento.

Por ejemplo, siguiendo con el ejemplo de la patada de tu hijo y el entrenador que intenta darse de hostias...

- El hablar de gestión del estrés ante una situación inesperada lo puedes enlazar con tus servicios de coaching o terapia.

O incluso con un taller específico que vayas a realizar para tratar (qué causalidad) el estrés de tu día a día.

Y por supuesto, estos servicios enlazarán con algún sitio donde el lector pueda hacer clic para saber más (lo que se llama CTA = Call to action)

5.

¿CÓMO ENLAZAR EL PASO 2 Y EL PASO 3?

Quizá para ti sea la parte más compleja de hacer (y para mí de explicar).

Te ayudará ser consciente de que, de todas las partes de la historia, debes elegir aquellas que tengan sentido para la intención o moraleja que quieres.

Así te será más fácil enlazarlo luego con tu servicio a partir del concepto que quieras destacar (que es común entre la historia y lo tuyo).

En cualquier caso, si te encuentras que no se te ocurre una manera digna y natural de enlazarlo, te animo a que recurras a decir un simple:

“¿Y por qué te cuento esta historia?

Porque voy a organizar un taller (o lo que sea que quieras ofrecer) y quiero invitarte”

Punto pelota.

No te compliques ni te agobies, mejor hecho que perfecto.

De todas formas, te voy a dejar varios ejemplos “abre mentes” donde te enlazo conceptos que espero te sirvan de inspiración.

He usado las situaciones que te he ido nombrando por el camino, y sobre cada una te he puesto ideas para varios tipos de negocios.

Verás que esto se puede aplicar para TODO.

¡Vamos allá!

Encontrarte 5 céntimos en el suelo lo puedes enlazar con:

- La importancia de tener agilidad para poder agacharte a cogerlos, **si te dedicas al entrenamiento y la salud física.**
- Lo que puede limitarte una mala relación con el dinero, **si te dedicas al coaching o terapia emocional.**
- La ley de la atracción y el hecho de atraer lo que quieres, **si te dedicas a un tema más espiritual.**
- La idea del uso que le vas a dar a ese céntimo, gastarlo o invertirlo para crear una recurrencia económica, **si te dedicas a algo relacionado con trading o inversiones financieras.**

Ir a comprar el pan lo puedes enlazar con:

- El hecho de hacer las cosas de manera recurrente y lo deprimente que puede ser si no le pones algo de “sazón”, **si te dedicas a tema terapias.**
- La manera correcta de comer hidratos en tu vida, **si te dedicas a tema salud o entrenamiento.**
- Lo que ha subido el precio de una barra de pan y que con eso antes te daba para rebañar dos platos de lentejas y ahora solo uno, tú tienes la solución para elevar la conciencia y generar riqueza **si te dedicas a temas financieros.**
- Y **si te dedicas a un tema espiritual...** puedes relacionarlo con que el pan es algo que usaba desde tiempos inmemoriales y se relaciona con gente “iluminada” como Jesucristo (y explayarte en explicar alguna cita suya que evoque a tu servicio).

Ver a tu vecino-zombie con una camiseta del comecocos es un “más difícil todavía en toda regla”, pero espera... ¡sujétame el cubata!

Lo puedes enlazar con:

- Puedes creer que los zombis no existen, igual que puedes creer que no eres capaz de vender desde tu esencia, pero igual que yo los he visto, tú solo tienes que dejar el miedo a un lado y ponerte a hacerlo. Esto, **si te dedicas a vender comunicación emocional** ([vale, me has pillado, este lo usé yo en un reel, jeje](#))
- La idea de lo que enganchan ciertas situaciones en tu vida y te crean dependencia, como el comecocos, **si te dedicas a tema terapia.**
- Una pregunta: ¿los zombis comen humanos? y responder desde un consejo alimenticio relacionado con las proteínas de la carne, **si te dedicas a tema salud o alimentación.**
- Este vecino-zombie se pasa todo el día en el banco del barrio sentado, dos opciones, o su madre trabaja mucho o ha descubierto que (y das un consejo actual de inversión), **si te dedicas a temas de inversión financiera.**

Y de la patada de tu hijo y el entrenador, [te dejo el enlace a este email que yo misma escribí](#) porque, exacto, es una historia muy real, como la vida misma.

Ahora te toca...

¿No creerás que te vas a ir de rositas?

Esto va de aplicar lo aprendido, así que hazte ese favor y piensa ahora mismo en una situación que te haya pasado hoy.

Puede ser leer este documento y destacar algo que te ha hecho reír, llorar o indignar.

Cualquier cosa vale si lo relacionas con algo que quieras ofrecer a tu comunidad.

Lo escribes.

Y si me lo mandas a hola@laredicha.es tienes mi promesa de responderte y darte mi opinión sincera.

Verás tú, que al final entrenas tu mirada y potencias tu negocio...

¿Hay trato?

Te espero en mi bandeja de entrada.

LAREDICHA.ES/IMPERIO