

BONUS EXTRA: **HAND RAISERS**

(Cómo poner una solución en los morros de tu cliente potencial para hacer que muevan el culo ahora mismo)

Aquí tienes un bonus extra del que nunca te he hablado y que te ayudará a sacarle todavía más provecho si cabe a tu estrategia en redes sociales.

Te voy a hablar de los hand-raisers.

Los *hand raisers* son fórmulas para impulsar a potenciales clientes hacia la siguiente fase, en este caso un primer contacto, una reunión o una venta.

Se llaman *hand-raisers* porque usando esto haces que ese potencial cliente dé el primer paso hacia esa futura compra. Es una fórmula sencilla que puedes usar para que esa persona deje de pensar y se sienta identificada con esta oferta.

Porque sí, los hand-raisers no dejan de ser ofertas al uso con una serie de condiciones:

1. Quién es la persona que se beneficia de esta oferta.
2. Qué requisitos debe cumplir.
3. Con qué objetivos.
4. Qué frustraciones sufre.
5. Cómo deben contactarte.

Este sería un formato que podrías usar:

"Estoy buscando un [Cliente ideal] con [Requisito] que desee [Objetivo] sin:

- ***[Frustración 1]***
- ***[Frustración 2]***
- ***[Frustración 3]***

Si crees que puede irte bien, envíame un MD con la palabra "[Palabra clave]" y lo hablamos."

Pero antes de publicarlos, es importante crear una base de datos como esta que voy a enseñarte con todas las opciones de hand raiser que puedes utilizar.

Imagina que vendes servicios sobre copywriting. Esta sería la base de datos (ejemplo):

¿Quién se **beneficia** más de lo que hago?

- CEOs
- Fundadores
- Coaches.
- Grandes marcas.
- ...

¿Qué **requisitos** debe cumplir?

- Tener una lista de emails con +10.000 suscriptores.
- Tener una oferta validada.
- ...

¿Qué **objetivos** tienen?

- Incrementar un 20% sus ventas.
- En 180 días.
- Escribiendo un email al día.
- ...

¿Cuáles son las **frustraciones** más frecuentes entre tu público?

- Sin depender de publicidad.
- Sin perder 2 horas escribiendo los correos.
- Y fuera de lanzamientos y eventos especiales.
- ...

Y este sería uno de las posibles formas de utilizarlo:

"Estoy buscando un [CEO] que tenga [una lista con +10.000 suscriptores] y que desee [incrementar un 20% sus ventas] sin:

- *[Depender de publicidad]*
- *[Pasarse horas escribiendo emails]*
- *[Necesitar lanzamientos y eventos especiales]*

Si crees que puede irte bien, envíame un MD con la palabra "[vamos]" y lo hablamos."

Cuál es la mejor forma de usarlo:

Esta fórmula puede utilizarse como un post en sí mismo y funcionar muy bien, pero no es la forma más óptima de hacerlo.

La mejor manera de utilizar los hand raisers es a modo de CTA en un post largo o hilo en el que muestres **un caso de estudio, una transformación de algún cliente, un antes y después...**

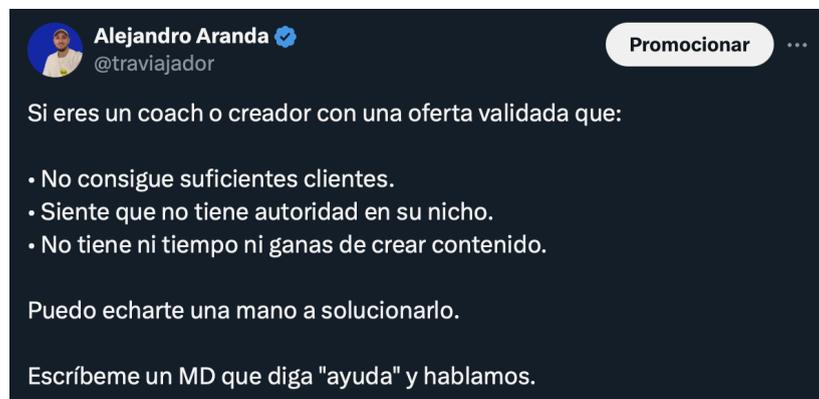
Lógicamente estos posts funcionan mucho mejor después de demostrar autoridad, así que usarlos en estos casos es muy recomendable.

Frecuencia:

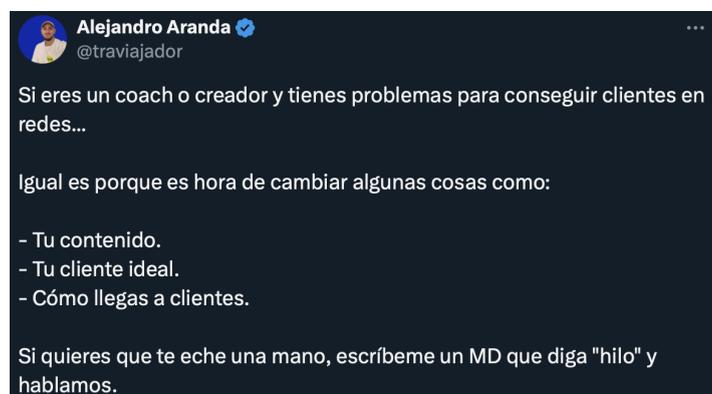
La frecuencia ideal no existe.

Puedes usarlo tantas veces como quieras y seguirá estando bien, personalmente me gusta usarlo un par de veces por semana alternándolos con CTAs en los que capto suscriptores para mi newsletter.

Te dejo un ejemplo de cómo lo utilizo dentro de mi estrategia en Twitter como post individual:



Este es un ejemplo de hand-raiser que utilicé como CTA en un hilo de Twitter siguiendo una estructura parecida:



Este, aunque con una estructura algo diferente, lo utilicé como CTA en un post que publiqué en LinkedIn:

Esta y muchas otras partes básicas de tu negocio es lo que trabajamos en mi programa de monetización de audiencias SocialMoney.

Si eres un coach, creador o formador y notas que es imposible captar clientes en rrss, lo que hay dentro igual te sorprende.

Para saber más, escíbeme un mensaje con la palabra "SOCIALMONEY" y te cuento mejor.