

MARKETING OFFLINE

CONTENIDO

DISEÑO DE PUBLICIDAD.....	3
Cartel / Flyer.....	3
Ejemplos.....	4
Medidas.....	5
Herramientas.....	5
Donde imprimir.....	5
Estructura de los textos.....	6
Ejemplos.....	6
Ejercicios.....	8
Ejercicios.....	9
Alta de una charla.....	9
Artículo del blog.....	9
Diseña un cartel.....	10
Bancos de imágenes.....	10
CANAL DE PROMOCIÓN.....	11
¿Cuál es el mejor canal para mí?.....	11
Opciones Offline.....	14
Ferias.....	14
Congresos.....	14
Networking.....	15
Marketing directo.....	15
Charlas.....	15
Telemarketing.....	16
Publicaciones del sector.....	16
PLANIFICAR UN CURSO / TERAPIA.....	17
GESTIÓN INTERNA.....	19
Gestión de archivos.....	19
Copias de seguridad.....	19
Sincronización entre dispositivos.....	20

DISEÑO DE PUBLICIDAD

Cartel / Flyer

Lo principal en el momento de diseñar un cartel o flyer es el primer impacto. ¿Cómo se consigue? Con una buena imagen y un buen título.

Los 3 primeros puntos que detallo a continuación nos sirven tanto para un cartel como para la portada de un flyer.

Título (1): Debe definirse apuntando a necesidad o a segmento de cliente, y debe ser GRANDE.

- a. Apuntando a necesidad: “Cómo dejar de discutir” o “Cómo aliviar la migraña” o “cómo superar la depresión postparto”, etc.
- b. Apuntando a segmento: “Peluquería consciente” o “Clases de Hatha yoga en Barcelona” o “clases de yoga para embarazadas”.
En este caso debemos tener en cuenta que nuestro segmento ya sabe de qué va nuestra terapia, es decir, que comprende lo que nuestro “COMO” les aporta (las necesidades que cubre). Por ejemplo en “peluquería consciente” el propio COMO (peluquería consciente) ya segmenta pues excluye como potenciales clientes a todos aquellos que no entienden lo que es “consciente” e incluye a todo aquel que sabe lo que significa y lo que una peluquería “consciente” le podría aportar. La gente que no entiende el cartel, ya ni lo mira. Lo mismo nos sucede con “marketing para terapeutas”. Todos aquellos que no son terapeutas, lo ignoran.
- c. Podéis poner un subtítulo (una frase corta en forma de slogan) para que le acabe de dar forma al título. Por ejemplo, en el caso de Gestión y Marketing para Terapeutas, podría ser: “Para poner en marcha mi proyecto” o “Para la plantación de terapeutas”, etc.

Imagen (2): directamente relacionada con lo que aportas. Debe ser una imagen que transmita lo que aportas a la vez que esté acorde con tu tipo de cliente. Si puede ser metafórica, mejor.

Deben ser imágenes de calidad. De stock o de fotógrafo profesional.

Texto (3): explica brevemente lo que es y lo que aporta. A poder ser pon el *elevator pitch*. Recuerda, poco texto.

Invitación a la acción (4): invita a la acción (ofertas, charlas, etc.). Que se apunten, que llamen, que entren en tu web, que se conecten a tus redes, etc. En función de lo que estés buscando. Puede ser que estés haciendo un banner para Facebook para conseguir “me gusta” en tu perfil profesional. Debes poner un texto que invite a ello. O quizás estás haciendo un cartel para una charla, invítalos a la acción.

Limita el tiempo (5): juega con una fecha de fin. Si no pones un límite, la acción propuesta se pospone indefinidamente por parte del usuario. Si pones un descuento, pon fecha de caducidad, si propones un evento, indica fecha y hora.

Recuerda los datos de contacto (6): No te olvides, sobretodo en carteles, de poner los datos de contacto. Web, redes, e-mail, teléfono, ...

En el caso del flyer, el resto de páginas que incorporas funciona exactamente como la web. La idea es explicar las necesidades concretas que cubres y con qué herramientas lo haces. Aquí es donde entra el reiki, los registros akáshicos, la bioneuroemoción, la psicología transpersonal, rebirthing, ... lo que pasa que esto para los que no son terapeutas es chino básico ;-)

CHARLA GRATUITA 4

GESTIÓN Y MARKETING PARA TERAPEUTAS 1

2

Me he dado cuenta durante los años que a muchos de los proyectos que queremos poner en marcha les falta "Tierra". ¿Qué significa eso? Tenemos muy buenas ideas, mucha ilusión y mucha energía, pero la malgastamos porque no sabemos para donde vamos. A los proyectos les falta **foco, dirección y precisión**.

A través de la charla veremos algunas **herramientas de gestión y marketing** e iremos tomando conciencia de nuestras **"alergias"**, aquellos miedos, creencias o patrones que me impiden avanzar autossaboteando la creación de mis proyectos, como por ejemplo:

"El marketing es una manipulación", "Cobrar mucho es indecente", "el universo proveyerá", "ahora no toca..."

La finalidad es: **1- SABER QUÉ APORTO** al mundo y **2- SABER CÓMO ENTREGARLO**

Una vez sabes esto... ¡el resto VIENE SOLO! :-)

Más información en WWW.gestionymarketingparaterapeutas.com o en WWW.alexnovell.com 6

LUNES 10/10 a las 11:00
CAMELLIA CAFE - Carrer Neptú, 36 - Barcelona (Gràcia)

MIÉRCOLES 12/10 a las 11:00
CAMELLIA CAFE - Carrer Neptú, 36 - Barcelona (Gràcia) 5

MIÉRCOLES 12/10 a las 19:00
CAFE SANTA LUCIA - Mallorca 270 - Barcelona (Eixam)

IMPRESCINDIBLE confirmar asistencia en info@alexnovell.com
plazas limitadas al aforo - consumo obligatorio

Ejemplos

Peluquería Consciente

Relajación y Disfrute.
Conectar con tu interior, **Re-encontrarte**
Sentir tu Belleza desde dentro,
Sanar y Liberar lo viejo.

Más que un corte de cabello,
una **relación humana**;
Escucha y Atención.

15% en tu primera visita
hasta el 15 de noviembre

Tratamientos Naturales
con plantas y Cortes de Cabello
en Gràcia

www.bellezacosmeticonatural.es
Audrey - 6535749196

CHARLA-TALLER GRATUITA

LIBERA TU CREATIVIDAD

Para Artistas y tod@s aquell@s que quieran
desarrollar su pleno potencial creativo

El camino del Artista es un camino de fuego y descubrimiento
que nos permite expandir los límites de nuestro ser y del mundo que
habitamos. Sin embargo, el recorrido está lleno de obstáculos
que nos impiden desplegar nuestra plena creatividad.
Bloqueos, miedos, inseguridades, sueños no realizados, egoísmo desmedido...

En la charla encontraras recursos que te permitan estar más conectado
con tu creatividad y miedos para superar tus dificultades.

Martes 17 enero de 10 a 12h
Egal Marabó
Cibolla 7-9 bajos
Metro Poble-sec

Miércoles 18 enero de 19 a 21h
La Casa de los Cuantos
C/ Ramon y Cajal 35 bajos
Metro Joana

Martes 24 enero de 10 a 12h
Egal Marabó
Cibolla 7-9 bajos
Metro Poble-sec

Miércoles 25 enero de 19 a 21h
La Casa de los Cuantos
C/ Ramon y Cajal 35 bajos
Metro Joana

Imprescindible confirmar asistencia: info@liberarlacreatividad.com
www.liberarlacreatividad.com

TU PUEDES MEJORAR TU RENDIMIENTO...

...DE UNA FORMA SORPRENDENTEMENTE AGRADABLE

La mejor cosa que puedes hacer para tu cuerpo
antes o después del esfuerzo deportivo.
Masaje Deportivo y Yoga

Para tratar o evitar lesiones, deshacer contracturas,
aumentar la flexibilidad y mucho más.

Visita la página web para encontrar la oferta especial

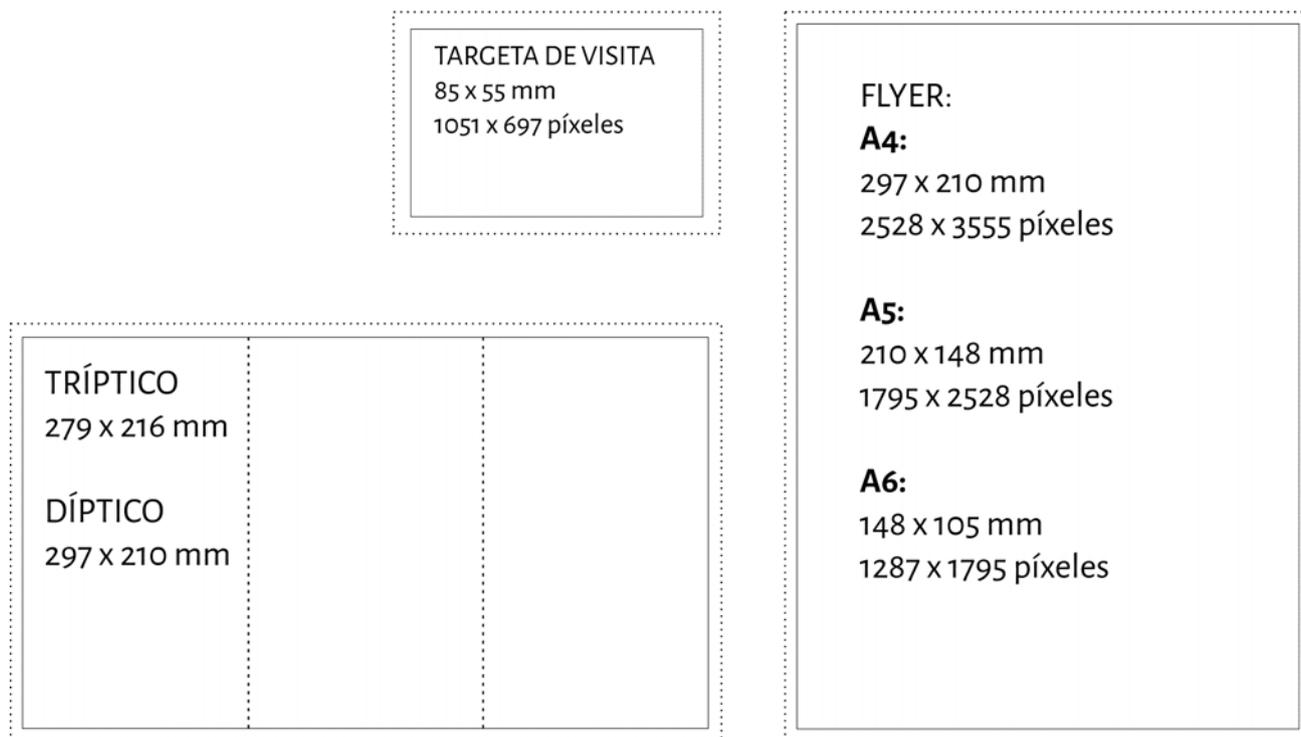
masajedeportivoayurveda.com

O contacta por teléfono o Whatsapp: Miriam Herweyer 675579628

Medidas

Antes de empezar cualquier cartel, folleto, etc., si es para imprenta, es importante tener en cuenta lo siguiente:

- Siempre a 300dpi para tener el máximo de calidad en la imprenta
- Añadir 5mm de margen por lado para el corte
- Hay imprentas que solicitan la imagen en color CMYK



Herramientas

www.canva.com: Es online. Ideal para aquellas personas que no saben de diseño. Es un editor con miles de plantillas para todo aquello que puedas necesitar diseñar.

www.gimp.org.es: Es un programa de escritorio para cualquier sistema operativo y es gratuito. Es para personas que se aventuren a diseñar desde o con un programa tipo "Photoshop".

Donde imprimir

www.36oimprimir.es: Muy económico pero más básico. Tiene las plantillas básicas de cartel, tarjeta, etc... Si decidís imprimir en 360, en el momento de daros de alta, os paso un código que me da descuentos para cada usuario que se apunta de mi parte ;-). (Gracias!)

<https://www.36oimprimir.es/invite/7531246E94F6>

www.vistaprint.es: Ideal para temas más complejos. Es menos económico que el anterior.

Estructura de los textos

Vamos a preparar 3 formatos:

Los 3 basan su cuerpo principal en LA LISTA MADRE. Todo lo que está en negrita son síntomas / problemas / necesidades de mis listas madre.

Descripción ultra corta.

Vamos a usar **las top 3** de la lista madre. A poder ser en formato pregunta para que se respondan a ellos mismos. Invitamos a la reflexión.

Estas top 3 ya deben ser capaces, junto con el título de conectar con unas personas con unas necesidades concretas. Aproximadamente 130-150 caracteres. Unas 20-25 palabras.

Descripción corta.

Vamos a usar **las top 5** de la lista madre. Podemos usar de nuevo las preguntas poderosas o escribir directamente los puntos que se van a trabajar

Al tener más espacio, puedes desarrollar más el segmento y sus necesidades.

Aproximadamente 250-300 caracteres. Unas 30-50 palabras.

Descripción larga.

Para la descripción larga usaremos **las top 10** de la lista madre y debemos tener en cuenta:

1. Es más cercana y cordial que las otras
2. Frase introductoria con el beneficio principal
3. Podemos usar de nuevo las preguntas poderosas o escribir directamente los puntos que se van a trabajar
4. Bloque explicativo de los puntos clave. Explicamos que hay solución a su problema, pero no contamos el "como" lo solucionamos. Si quieren saber más, que vengan a la charla.
5. Condiciones

Ejemplos

Descripción ultra corta.

Recibe una estructura para saber **cómo hacerlo bien**.
¿Cómo mando el mensaje? ¿Cómo estructuro el contenido? ¿Cómo evito sabotearme?

Descripción corta.

Eres terapeuta, fisioterapeuta, coach, psicólogo,? Descubre las claves para hacer **charlas exitosas**. La **preparación**, la **promoción**, el **contenido**, el **cierre** y el **seguimiento** para **llenar los talleres y la consulta**.

"Si tiene sentido aquí puedes poner fechas de los eventos que promocionas"



The image shows a Facebook advertisement for 'Gestión y Marketing para Terapeutas'. The ad features a profile picture of a person, the page name, and a 'Me gusta esta página' button. The main text of the ad reads: 'Eres terapeuta, fisio, coach, psicólogo...? Descubre las claves para hacer charlas exitosas. La preparación, la promoción, el contenido, el cierre y el seguimiento para llenar los talleres y la consulta. Charlas presenciales en BARCELONA: LUNES 19/06 a las 10:30'. Below the text is a photograph of a group of people sitting around a table in a room with stone walls, listening to a speaker. At the bottom of the ad, there is a 'Charla gratuita: Como preparar una charla exitosa' section with the same questions as in the text above, and a 'Registrarte' button. The website 'GESTIONMARKETINGPARATERAPEUTAS.COM' is also visible.

Descripción larga.

Os propongo una charla nueva. Una charla enfocada a aprender aquello necesario para poder **dar una charla con éxito.**

Verás que dar una charla no es solo el momento de la charla, hay muchas cosas indispensables a tener en cuenta: **enfocar el contenido, estructurarlo, sacarle el mayor provecho posible a la charla**, decidir el contenido que incluyo, en qué orden, **cual es el contenido indispensable, donde doy la charla, como hablo con los asistentes, cuál debe ser mi foco, como evito los pensamientos subterráneos** que me sabotean durante la charla, **como sostengo el interés todo el tiempo, como la cierro** y genero continuidad de los potenciales clientes, **cómo abro la charla para que genere confianza, que material entrego y como lo preparo, como hago el seguimiento posterior, como la planifico, en que fechas se lanza, en que medios**,... y algunas pistas (puesto que no hay tiempo para más) de cómo se puede hacer esta misma charla online.

Esta charla es una cafetería donde tenemos un espacio reservado para nosotros, pero los que vengáis presencialmente, es imprescindible consumir y confirmar asistencia, puesto que las plazas son limitadas.

También existe la posibilidad de acceder online:

<https://gestionmarketingparaterapeutas.com/inscribet-e-a-las-charlas-marketing-para-terapeutas-marketing-espiritual-marketing-consciente/>

Si te apuntas y al final no puedes venir por favor avisa con tiempo y así puedo dejar libre tu plaza para otra persona ;-).

¡¡Nos vemos pronto!!

Alex



JUN 19 Charla gratuita: Cómo preparar una charla exitosa
Público · Organizado por Gestión y Marketing para Terapeutas

✓ Asistiré

Lunes, 19 de junio entre 10:30 y 12:00
hace 3 días

Sandwich Paseig de Sant Joan, 34 Barcelona

Información Conversación

Escribir publicación Añadir foto o video Crear encuesta

Escribe algo...

4 han asistido · 7 personas interesadas Ver todos

Alejandro, Joan y Lorena han asistido

Información

Os propongo una charla nueva. Una charla enfocada a aprender aquello necesario para poder dar una charla con éxito.

Verás que dar una charla no es solo el momento de la charla, hay muchas cosas indispensables a tener en cuenta: **enfocar el contenido, estructurarlo, sacarle el mayor provecho posible a la charla**, decidir el contenido que incluyo, en qué orden, **cual es el contenido indispensable, donde doy la charla, como hablo con los asistentes, cuál debe ser mi foco, como evito los pensamientos subterráneos** que me sabotean durante la charla, **como sostengo el interés todo el tiempo, como la cierro** y genero continuidad de los potenciales clientes, **cómo abro la charla para que genere confianza, que material entrego y como lo preparo, como hago el seguimiento posterior, como la planifico, en que fechas se lanza, en que medios**,... y algunas pistas (puesto que no hay tiempo para más) de como se puede hacer esta misma charla online.

¿Te parece interesante?
Esta charla es una cafetería donde tenemos un espacio reservado para nosotros, pero los que vengáis presencialmente, es imprescindible consumir y confirmar asistencia, puesto que las plazas son limitadas.

También existe la posibilidad de acceder online:
<https://gestionmarketingparaterapeutas.com/inscribet-e-a-las-charlas-marketing-para-terapeutas-marketing-espiritual-marketing-consciente/>

Si te apuntas y al final no puedes venir por favor avisa con tiempo y así puedo dejar libre tu plaza para otra persona ;-).

¡¡Nos vemos pronto!!
Alex

Entrada gratis

Ejercicios

Descripción ultra corta

Descripción corta

Descripción larga

Ejercicios

Vamos a practicar, con unos ejemplos simulados, cómo y dónde aplicar todo lo que hemos obtenido del elevator pitch y de las palabras clave.

Alta de una charla

Escribe el título y la descripción de la charla **apuntando a necesidad** y segmento. Escoge una imagen representativa.

Título
Descripción

Artículo del blog

Escribe el título y la descripción para tu artículo. Recuerda... **¡sostén qué necesidad cubres de la gente que lo lee!**
Escoge una imagen representativa.

Título
Artículo

Diseña un cartel

Diseña un cartel. No hace falta que esté perfecto. La idea es sobretodo poner atención a cómo escribimos el título, subtítulos y la descripción. Y como organizamos los elementos, tamaños, orden, colores, imágenes, etc... Si puedes hacerlo con ordenador mejor.

Título
Descripción

Bancos de imágenes

En estas páginas web podéis encontrar imágenes libres de derechos o imágenes de pago. Es importante NO PERDERSE buscando imágenes. Sobre todo, es interesante dedicar tiempo estructurando el contenido y preparando el mensaje, enfocándolo a necesidad.

Imágenes gratuitas libres de derechos o con derechos de autor:

<https://unsplash.com/>
<http://gratisography.com>
<http://es.freeimages.com/>
<http://makerbook.net/>
<https://morguefile.com/>
<http://www.gratisography.com/>
<http://www.freejpg.com.ar/>

<http://www.stockvault.net/>
<http://thestocks.im/>
<https://pixabay.com/es>
<https://www.pexels.com/>
<http://www.freepik.es/>
<http://www.publicdomainfiles.com/>
<http://foter.com/>
<https://www.flickr.com>
<https://500px.com>
<http://www.1001freedownloads.com>

Imágenes de pago:

www.shutterstock.com
www.fotolia.es
www.dreamstime.com
<http://es.123rf.com/>
<http://www.istockphoto.com/es>