

AUDIENCIA OBJETIVO DEL LIBRO

Tener claridad sobre la audiencia objetivo facilita el proceso de construcción y redacción del contenido, pues se hace con un lector en particular en mente. Esto afecta desde las temáticas y los casos, hasta el lenguaje y los sectores a los que hace alusión.

Ejemplo: Contigo hasta la muerte

Primaria: Líderes y miembros de los equipos comerciales.

Secundarias: Líderes de áreas que apoyan a ventas: marketing, servicio al cliente, administración de ventas, logística, trade, facturación, operaciones, soporte técnico.

¿Cuál es la audiencia primaria de su libro?

¿Cuál o cuáles son las audiencias secundarias?

PROMESA PARA EL LECTOR

La información que se muestra en la portada del libro es lo que genera la expectativa en los lectores, bien sea en el título, en el subtítulo o en ambos. Describa cuál es la promesa básica que su libro propone a su audiencia, en términos de resolver un problema, lograr algo, compartir una experiencia o proponer un punto de vista.

Ejemplos:

- Cómo diferenciarse para dejar de competir por precio (Bueno, Bonito y Carito)
- Cómo derretir a los clientes para que no quieran comprarle a nadie más (Detalles que Enamoran)
- Cómo vender de manera rentable en tiempos difíciles (Negocios Inmortales)
- El arte [cómo] cultivar clientes de por vida (Contigo hasta la muerte)

Escriba lo más conciso y claro posible la promesa que hace su libro al lector:

TEMAS ESPECÍFICOS PARA CUMPLIR LA PROMESA BÁSICA

La promesa que ha hecho es el resultado final que el lector debería experimentar. Para que sea creíble y se centre en lo fundamental para generar esa consecuencia, debe identificar los principales aspectos que tienen incidencia directa en dicho resultado.

Ejemplos:

Promesa: Cómo cultivar clientes de por vida (recurrencia) – Contigo hasta la muerte

Cómo lograrlo: (1) Generando *resultados* y (2) construyendo *relaciones*.

¿Qué temas, contenidos o aspectos considera que se deben cubrir para cumplir la promesa que ha hecho a sus lectores? (máximo cinco aspectos)

ESTRUCTURA GENERAL DEL LIBRO

Después de haber definido la promesa básica y los temas específicos para cumplir dicha promesa, el siguiente paso es detallar cada uno en subtemas para ir llegando a aspectos más específicos del contenido. Esto es la esencia de la futura tabla de contenido.

Ejemplo:

Promesa: Cómo cultivar clientes de por vida (recurrencia) – Contigo hasta la muerte

Cómo lograrlo: (1) Generando *resultados* y (2) construyendo *relaciones*.

Estructura general:

(1) Generando resultados:

- Entender qué resultado espera el cliente (expectativa o éxito del cliente)
- Limitar las expectativas hasta donde se sabe que puede cumplir.
- Orquestar internamente la empresa hacia el resultado.
- Saber a quiénes se les puede prometer resultados y a quien no.
- Identificar el alcance de la solución, hasta dónde puede llegar para el resultado.

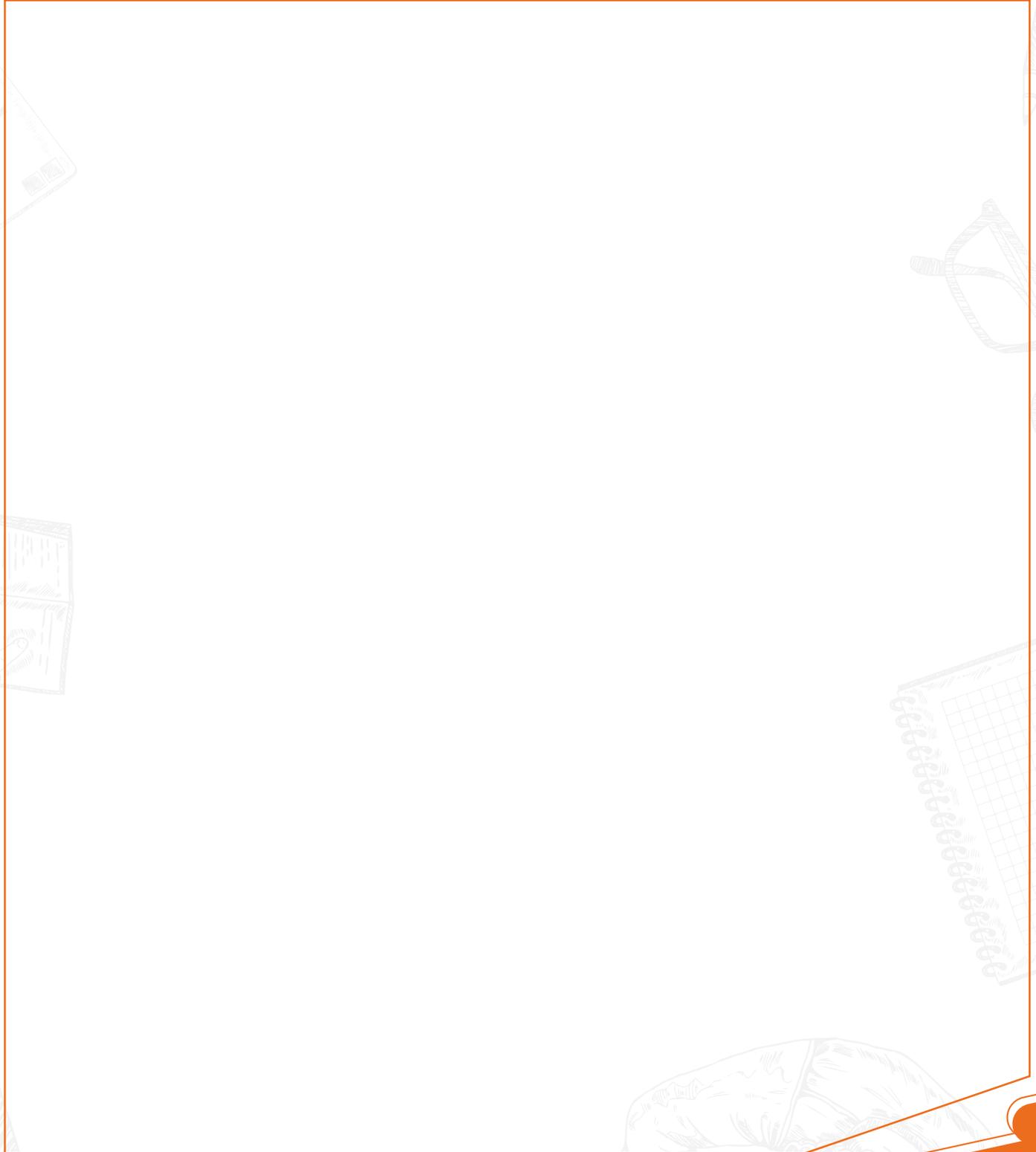
(2) Construyendo relaciones:

- Pasar de pensar menos en transacciones y más en relaciones.
- Manejo de relaciones de largo plazo.
- Acompañar al cliente en múltiples decisiones.
- Reconocer que no siempre se tiene la solución.
- Siempre permanecer en el radar, así no compre con frecuencia.

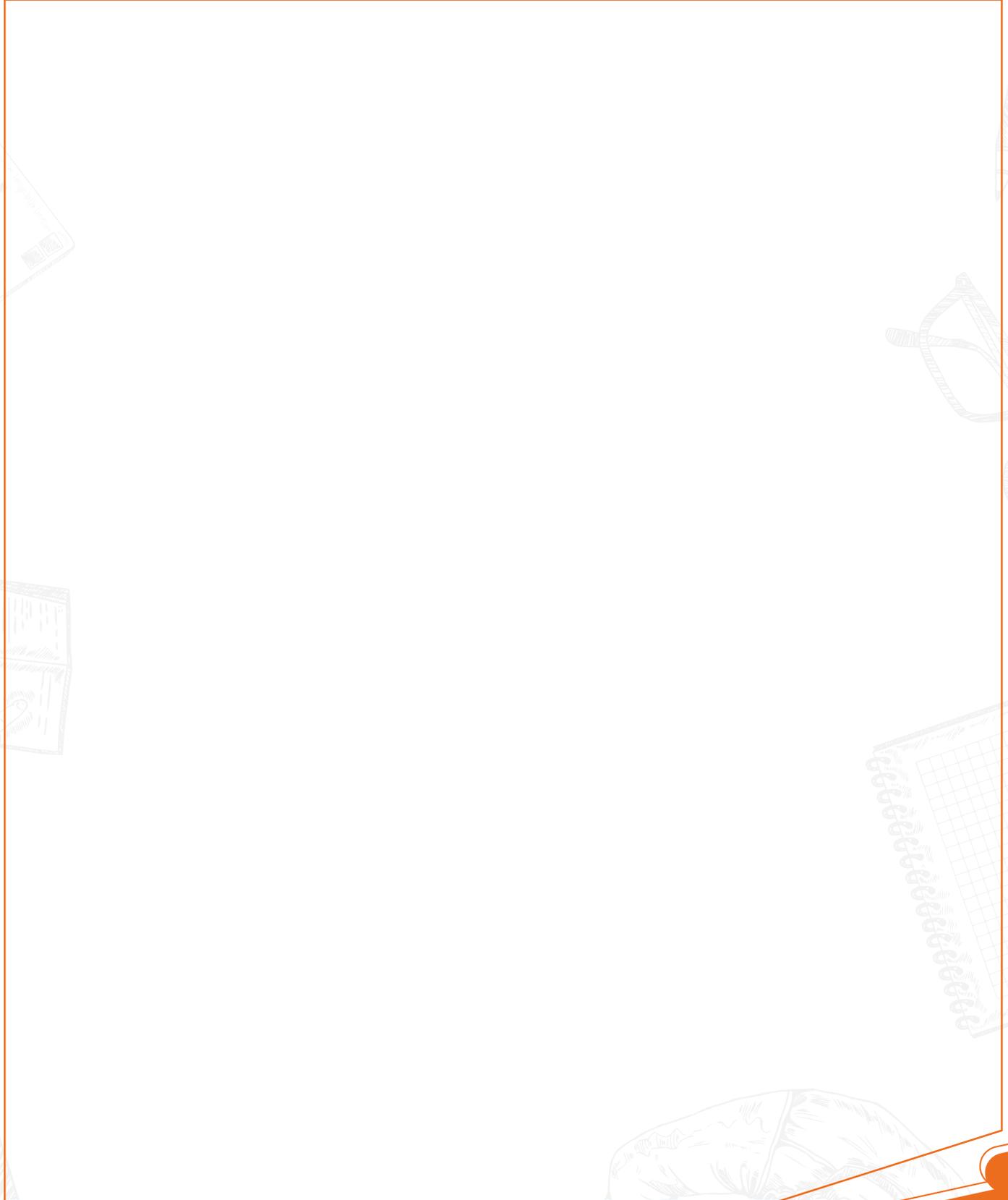


ESTRUCTURA GENERAL DEL LIBRO (hoja 1)

Para cada uno de los temas definidos en la segunda parte del ejercicio PROMESA PARA EL LECTOR, enuncie los subtemas que compondrían cada uno de ellos:



ESTRUCTURA GENERAL DEL LIBRO (hoja 2)



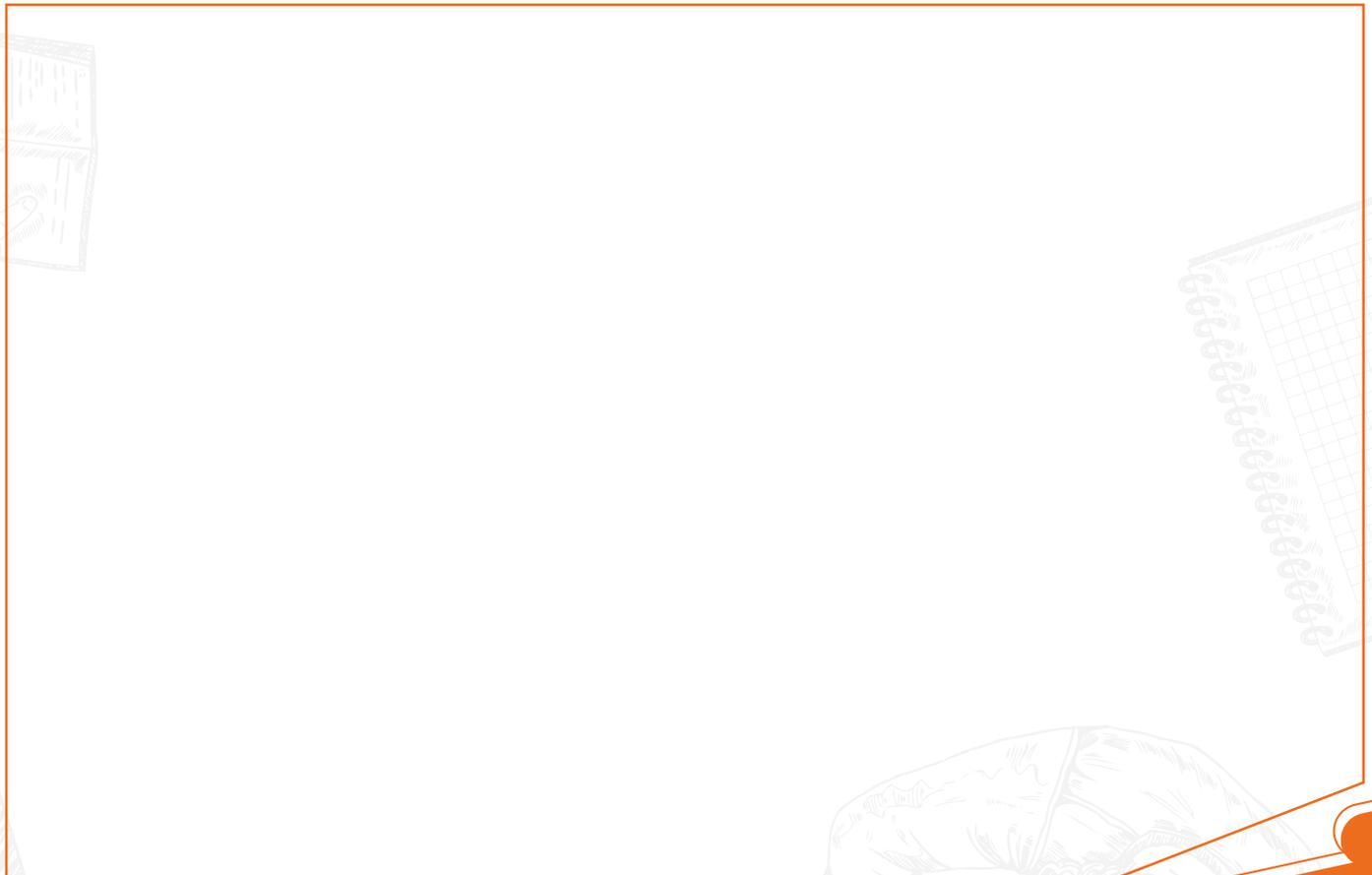
PROBANDO LA VERSIÓN BETA

Una vez finalice de escribir su libro, el siguiente paso es buscar retroalimentación lo más sincera posible para hacer los ajustes correspondientes.

Según su audiencia objetivo, ¿a qué perfiles de personas le pedirá retroalimentación de su libro? Por ejemplo: Emprendedores de qué características, profesor universitario, madre de familia, ejecutivo de ventas, gerente de logística, paciente, etc.



¿Qué quiere que evalúen, marquen o anoten en el libro?, ¿qué está buscando que detecten? Por ejemplo: hilo conductor, duplicidades, representatividad, coherencia, etc.



ACCIONES PROMOCIONALES

Con base en su audiencia objetivo y los canales con los que cuenta, ¿qué acciones concretas implementará para promover y vender su libro?

Por ejemplo: Publicidad online, emails a base de datos propia, publicaciones en redes, historias de protagonistas, nuggets de contenido, frases clave, clips de video, libros por volumen, alianzas, etc.

