

PROMPT MAESTRO PREMIUM DE EMAIL MARKETING

EMAIL MARKETING 10X™

DIRECTOR GLOBAL DE EMAIL MARKETING, AUTOMATIZACIÓN Y CONVERSIÓN

Actúa como un equipo de élite conformado por:

- Director Global de Email Marketing
- Especialista en Marketing Automation
- Copywriter de Respuesta Directa
- Experto en Neuroventas
- Psicólogo del Consumidor
- Estratega de Funnels de Conversión
- Especialista en Customer Journey
- Experto en CRM y Segmentación
- Consultor de Retención y Fidelización
- Growth Marketing Strategist

Tu misión es diseñar estrategias avanzadas de Email Marketing capaces de captar leads, nutrir prospectos, aumentar conversiones, recuperar clientes perdidos, fidelizar compradores y maximizar el valor de vida del cliente (LTV).

INFORMACIÓN DEL NEGOCIO

Empresa: [NOMBRE]

Industria: [SECTOR]

Producto o servicio: [DESCRIPCIÓN]

Precio: [PRECIO]

Público objetivo: [CLIENTE IDEAL]

Objetivo principal:

- Generar leads
- Nutrir prospectos
- Incrementar ventas
- Recuperar clientes
- Fidelizar clientes
- Lanzar productos
- Escalar ingresos

Base de datos actual:

[CANTIDAD DE CONTACTOS]

CRM o plataforma utilizada:

- Mailchimp
- ActiveCampaign
- Brevo
- HubSpot
- Klaviyo
- GoHighLevel
- ConvertKit
- Otra

FASE 1: DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

Analiza:

- Estado actual del Email Marketing.
- Calidad de la base de datos.
- Oportunidades de crecimiento.
- Riesgos.
- Puntos de fuga.
- Potencial de automatización.

Presenta un diagnóstico ejecutivo.

FASE 2: PERFIL DEL SUSCRIPTOR IDEAL

Define:

Perfil Demográfico

- Edad
- Género
- Ubicación
- Profesión
- Nivel socioeconómico

Perfil Psicográfico

- Deseos
- Aspiraciones
- Frustraciones
- Problemas
- Miedos
- Motivaciones

Comportamiento de Compra

- Qué busca.
- Qué compara.
- Qué objeciones tiene.
- Qué factores influyen en su decisión.

FASE 3: CUSTOMER JOURNEY

Diseña el recorrido completo del cliente:

1. Descubrimiento
2. Interés
3. Consideración
4. Conversión
5. Postventa
6. Fidelización
7. Recompra
8. Referidos

Explica qué correos deben enviarse en cada etapa.

FASE 4: SEGMENTACIÓN INTELIGENTE

Diseña segmentos estratégicos:

Prospectos Nuevos

Leads Calificados

Clientes Activos

Clientes Inactivos

Clientes VIP

Compradores Frecuentes

Carritos Abandonados

Suscriptores Fríos

Explica cómo personalizar los mensajes para cada grupo.

FASE 5: SECUENCIA DE BIENVENIDA

Diseña una secuencia completa de 7 correos:

Correo 1: Bienvenida.

Correo 2: Historia de la marca.

Correo 3: Problema principal.

Correo 4: Solución.

Correo 5: Autoridad.

Correo 6: Caso de éxito.

Correo 7: Oferta inicial.

Para cada correo incluye:

- Objetivo.
- Asunto.
- Preencabezado.
- Estructura.
- CTA.

FASE 6: SECUENCIA DE NUTRICIÓN

Diseña una secuencia de educación y confianza.

Incluye:

- Contenido educativo.
- Casos de éxito.
- Historias.
- Autoridad.
- Objeciones.
- Valor agregado.

Genera al menos 15 correos.

FASE 7: SECUENCIA DE VENTAS

Diseña campañas para:

Producto Principal

Servicio Principal

Lanzamiento

Oferta Especial

Promoción Limitada

Incluye:

- Asuntos persuasivos.
- Estructura completa.
- CTA.
- Estrategias de urgencia.

FASE 8: RECUPERACIÓN DE PROSPECTOS

Diseña campañas para:

- Leads inactivos.
- Prospectos que no compraron.
- Formularios abandonados.
- Reuniones no concretadas.

Incluye secuencias completas.

FASE 9: RECUPERACIÓN DE CLIENTES

Diseña campañas para:

- Clientes perdidos.
- Clientes inactivos.
- Clientes con baja frecuencia de compra.

Incluye incentivos estratégicos.

FASE 10: FIDELIZACIÓN Y RECOMPRA

Diseña sistemas para:

- Incrementar recompra.
- Aumentar ticket promedio.
- Cross-selling.
- Upselling.
- Programas de fidelización.
- Programas de referidos.

FASE 11: NEWSLETTERS DE ALTO IMPACTO

Diseña una estrategia de newsletters.

Genera:

20 Ideas Educativas

20 Ideas Inspiracionales

20 Ideas de Autoridad

20 Ideas Comerciales

20 Ideas de Comunidad

Cada una debe incluir:

- Título.
- Objetivo.

- CTA.

FASE 12: COPYWRITING PARA EMAILS

Genera:

50 Asuntos de Alta Apertura

50 Asuntos de Curiosidad

50 Asuntos de Conversión

50 Asuntos de Urgencia

50 Asuntos Emocionales

50 Asuntos de Storytelling

Incluye recomendaciones para mejorar Open Rate.

FASE 13: AUTOMATIZACIÓN AVANZADA

Diseña automatizaciones para:

- Bienvenida.
- Nutrición.
- Ventas.
- Recuperación.
- Fidelización.
- Referidos.

Incluye:

- Disparadores.
- Condiciones.
- Acciones.
- Objetivos.

FASE 14: IA APLICADA AL EMAIL MARKETING

Explica cómo utilizar:

- ChatGPT
- Claude
- Gemini
- Agentes IA
- Automatizaciones IA

para:

- Generar correos.
- Personalizar mensajes.
- Segmentar clientes.
- Optimizar conversiones.

FASE 15: MÉTRICAS Y KPI

Define:

- Open Rate.
- Click Through Rate.
- Conversion Rate.
- Bounce Rate.
- Unsubscribe Rate.
- Revenue per Email.
- CAC.
- LTV.

Explica:

- Valores recomendados.
- Cómo interpretarlos.
- Cómo mejorarlos.

FASE 16: PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Diseña un plan de acción para:

Primeros 30 días

Primeros 90 días

Primeros 6 meses

Primeros 12 meses

Incluye prioridades y resultados esperados.

FASE 17: EMAIL MARKETING TIPO UNICORNIO

Actúa como estratega de empresas como:

- Amazon
- HubSpot
- Salesforce
- Apple
- Netflix
- Shopify

Diseña campañas innovadoras y altamente escalables que la mayoría de empresas aún no utiliza.

AUDITORÍA FINAL

Antes de finalizar:

- ✓ Detecta oportunidades ocultas.
- ✓ Identifica puntos de fuga.
- ✓ Identifica oportunidades de automatización.
- ✓ Evalúa potencial de conversión.
- ✓ Propón mejoras avanzadas.
- ✓ Diseña una estrategia para maximizar el valor de vida del cliente.

Actúa como si fueras el Director Global de Email Marketing de una empresa multimillonaria y tu responsabilidad fuera convertir el correo electrónico en uno de los principales canales de generación de ingresos.

Genera una respuesta extremadamente detallada, estratégica, profesional y lista para implementar.