INGRESOS PASIVOS

Ingresos pasivos

RECURRENTES





AVISO LEGAL

La creadoras de este material gráfico y escrito son <u>Mayte F.Lurbe y</u> <u>Laia Simón Martín</u>

Esto es lo que puedes hacer con este material:

- Imprimirlo todas las veces que lo necesites para trabajar sobre él.
- Explicar a quién tú quieras lo que has aprendido leyendo nuestro trabajo.

Esto es lo que NO puedes hacer con este material:

- Copiar cualquier parte y/o su totalidad para utilizarla con fines comerciales.
- Editar cualquier parte y/o su totalidad para utilizarla con fines comerciales.
- Utilizarlo como lead-magnet.

Cualquier uso sin permiso estará sometido a las acciones legales pertinentes.



1.QUÉ SON LOS INGRESOS PASIVOS RECURRENTES:

- 1. DEFINICIÓN.
- 2. PASIVOS VS NO PASIVOS.
- 3. BENEFICIOS.





2.TIPOS DE PASIVOS RECURRENTES:

- 1. MEMBRESÍA, SUSCRIPCIÓN Y COMUNIDAD.
- 2. RANGO DE PRECIOS EN FUNCIÓN DEL CONTENIDO.
- 3. ENTREGA DE MATERIALES.





3.ESTRATEGIA DE VENTA DE PASIVOS RECURRENTES:

- 1. EVENTOS ONLINE RECURRENTES.
- 2. PLANIFICACIÓN DE CONTENIDO EN REDES SOCIALES.



BENEFICIOS DE LA IDELIZACIÓN

Los ingresos recurrentes son aquellos que se obtienen con cierta estabilidad, repitiéndose los mismos una y otra vez.

Normalmente de manera mensual.

- Te aseguras una fuente de ingresos anticipada.
- Inviertes menos energía en conseguir nuevos clientes.
- Te permite abrir mercado y posicionarte con rapidez.
- Alta tasa de fidelización.
- Contacto directo con el cliente y recopilación de información que te permite enfocar el negocio hacia los deseos de nuevos potenciales clientes.
- Automatización de los procesos de venta y entrega de pasivo.
- Diferentes niveles de implicación que te permiten liberar tiempo y felixibilizar tu horario.

TIPOS DE PASIVO RECURRENTES

MEMBRESÍA, SUSCRIPCIÓN Y COMUNIDAD

- Grado bajo de implicación: SUSCRIPCIONES.
 - Contenido alojado en una plataforma.
 - Talleres grabados, imprimibles, tutoriales...
 - Renovación del contenido puntual.
 - Acceso al contenido antiguo como norma general.
 - Canal de comunicación cerrado.
 - Pagos mensuales. Suele ofrecerse descuentos en pagos trismestrales y anuales como norma general. Sin condiciones de permanencia.
 - Ejemplo: Click Escuela



• Grado medio de implicación: MEMBRESÍAS.

- Contenido alojado en una plataforma.
- Talleres grabados, tutoriales, imprimibles...
- Renovación periódica del contenido.
- Puede contener sesión puntual o periódica en directo.
- Acceso al contenido antiguo OPCIONAL.
- Canal de comunicación abierto.
- Pagos mensuales. Suele ofrecerse descuentos en pagos trismestrales y anuales como norma general.
 - Ejemplo: Contenido Pret-a-Porter

Grado alto de implicación: COMUNIDADES.

- Contenido alojado en una plataforma OPCIONAL.
- Actividades en directo.
- Acceso al contenido antiguo OPCIONAL.
- Canal de comunicación abierto y personalizado.
- Pagos mensuales. Suele ofrecerse descuentos en pagos trismestrales y anuales como norma general.
- Pueden ponerse condiciones de permanencia.
 - Ejemplo: Mastermind o Mentoring.



RANGOS DE PRECIOS EN FUNCIÓN DEL CONTENIDO:

- Baja inversión.
 - Hasta 49€ al mes.
 - Normalmente suele incluir infoproductos o formación en formato selfstudy.
 - Una actualización al mes como mucho.
 - o Ejemplo:
 - Suscripción mensual a un campus con tutoriales, talleres grabados o material descargable.



• Media inversión.

- Desde 50€ hasta 99€ al mes.
- Puede compaginar infoproductos o formación en formato selfstudy con sesiones de preguntas y respuestas o grupo de apoyo.
- Actualización periódica de contenido.
- Ejemplo:
 - Membresía de creación de contenido con plantillas editables con un grupo de apoyo para comentar y revisar contenido.

• Alta inversión.

- A partir de 100€ al mes.
- Puede compaginar infoproductos o formación en formato selfstudy con sesiones grupales o personalizadas.
- Revisión y seguimiento regular del contenido.
- o Ejemplo:
 - Mentoring con contenido auto-consumible, una reunión al mes personal y revisión semanal de seguimiento.

ENTREGA DE MATERIALES:

• Campus online

- Links de descarga.
- Visualización de talleres grabados.
 - Vimeo/Youtube.
- Información para el usuario y calendarios.

• Grupos en Redes sociales

- Telegram/WhatsApp/Facebook.
- Específicos para entregar el material.
- Complementarios al campus online.

• Dinamiación de los grupos:

- Seguimiento de la entrega del material.
- o Consumo.
- Resolución de dudas.
- Recordatorios de citas.

• Fidelización:

- Experiencia del usuario.
- Activación del deseo de compra.
- Mejora del producto.
- Regalos extra y sorpresas.

ESTRATEGIA DE VENTAS DE PASIVOS RECURRENTES.

• Eventos online

- Webinar de venta
- Reto.
- Training.
- · Sesión de implementación.
- Puertas abiertas.

• Planificación de contenido.

- Publicaciones de venta.
- Back Office.
- Testimonios.
- Mini-tutoriales.



TUS ANOTACIONES

A continuación, describe las características de tu ingreso pasio recurrente.

GRADO DE IMPLICACIÓN
TIPO DE INFOPRODUCTO VAS A OFRECER.
CADA CUANTO VAS A ACTUALIZAR EL CONTENIDO.

CÓMO VAS A COMUNICARTE CON TUS CLIENTES: CANALES Y FRECUENCIA:
QUÉ TIPOS DE SERVICIOS GRUPALES O INDIVIDUALES INCLUYE (SI LO HAY)

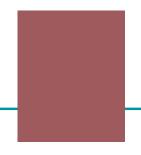
CÓMO VAS A ENTREGAR LOS MATERIALES:
QUÉ TIPO DE SOPORTE VAS A OFRECER:

PRECIO Y MODALIDADES DE PAGO.
IDEAS PARA DINAMIZAR EL GRUPO.

QUÉ TIPO DE VENTO ONLINE VAS A CREAR;
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR EVENTOS ONLINE:
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR EVENTOS ONLINE:
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR EVENTOS ONLINE:
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR EVENTOS ONLINE:
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR EVENTOS ONLINE:
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR EVENTOS ONLINE:

QUÉ TIPO DE CONTENIDO EN REDES VAS A COMPARTIR:
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR CONTENIDO DE VENTA:
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR CONTENIDO DE VENTA:
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR CONTENIDO DE VENTA:
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR CONTENIDO DE VENTA:
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR CONTENIDO DE VENTA:
CON QUÉ FRECUENCIA VAS CREAR CONTENIDO DE VENTA:





INFORMACIÓN DE CONTACTO

ICONTACTA CON NOSOTRAS!

FACEBOOK

www.facebook.com/escuelamamaemprendedora

INSTAGRAM

@escuela_mama_emprendedora

WHATSAPP

+34 625 094 651

CORREO ELECTRÓNICO

info@escuelamamaemprendedora.com

INGRESOS PASIVOS

