



COMUNICACIÓN  
CONSCIENTE

# ¡Si no captas la atención estás muerto!

Jorge Porcayo

**Hace ya varios años que hemos escuchado en todos los videos de Internet, que la moneda de intercambio es la atención.**

Aunque esto suene novedoso y algo supuestamente descubierto por el contenido corto, en realidad siempre ha sido así.

Como antropólogo, me gusta tomar en cuenta algunas conductas que los seres humanos han hecho históricamente.

Siendo bastante reduccionista y viendo la historia de la humanidad con un gran par de binoculares de por medio, los seres humanos hemos estado en activa búsqueda de la atención.

A los naturalistas de Internet les encanta decir que los hombres solían cazar. Bueno, cuando ese grupo de machos se alistaba para alimentar a sus hembras, buscaban tácticas para aislar a las presas más fáciles de atrapar.

Algo que sucede con la caza es que es muy difícil atacar a un grupo, ya que como buenos compañeros, las manadas o como quiera que se le llame al grupo de animales en cuestión, suelen defenderse.

Por eso es que en la historia del ser humano, los grandes machos cazadores buscaban llamar la atención de las presas más dóciles de alguna manera, aislándolas de su grupo.

Algunas otras especies escapaban despavoridas, y me dirás que en este caso, los seres humanos lo que menos querían era llamar la atención para que las presas no corrieran a toda velocidad.

Quizás puedas tener razón, pero la atención seguía teniendo un papel muy importante.

Esta vez la atención de los grandes cazadores no estaba puesta en aislar a la presa, la atención estaba en hacer el movimiento más ligero posible, para evitar que las presas potenciales se dieran cuenta de que estaban en un grave peligro.

**Nuevamente, la atención tiene una gran importancia en toda esta ecuación.**

Ahora avanzaremos unos tantos miles de años más, cuando esos grandes machos cazadores se convirtieron en poderosos machos guerreros.

Las tácticas de guerra son muy parecidas a las tácticas de caza. Algunas se basaban en demostrar el poderío del ejército haciendo evidente su tamaño, la calidad y letalidad de las armas, tentando el ego de los reyes.

Esta táctica de guerra tenía la intención de ser tan evidente, que los enemigos solamente terminaban por rendirse, incluso antes de que la batalla detonara.

Y conforme se fue tecnificando la guerra y se idearon estrategias, llamar la atención dejó de ser relevante. Pero nuevamente, la atención no desapareció, solamente se focalizó en otras áreas.

Así que históricamente, muchas de las labores que hemos hecho como raza humana, dependían de aprender cómo captar la atención.

Desde el cortejo, la elección de un buen lugar para vivir, la socialización, los encuentros entre grupos humanos distintos, y recientemente, los negocios y los intercambios económicos, todo ello ha tenido como un papel muy importante a la atención.

**Y esta es la razón de esta guía, donde te explicaré la importancia de que captes la atención de tu cliente ideal.**

En este caso, nos focalizaremos en cómo lograrlo a través de tus correos electrónicos, sin embargo, podrás aplicar estos conocimientos en todo lo que hagas.

Ya sea si eres creador de contenido, diseñas anuncios para vender, tienes una idea o proyecto para el que te gustaría obtener algún tipo de apoyo económico, o incluso si quieres obtener un empleo tradicional, todos estos consejos te servirán igual.

Y más allá de eso, si lo que quieres es ligar con una chica, ser el más popular de tu clase, convencer a alguien en esa discusión tan complicada en la que nadie quiere ceder, o simplemente para tu vida diaria.

**Captar la atención de los demás, será lo más importante.**

## **Parte 1: La atención**

Captar la atención de alguien no es fácil, requiere de un gran gasto energético, y por supuesto de que utilices más de una neurona.

Para captar la atención debes entender algo muy importante, y esto es **la empatía**.

La empatía es una palabra que se ha popularizado en el marketing después de que el doctor Robert Cialdini la propusiera como uno de los 7 principios básicos de persuasión. A partir de ello, cada cierto tiempo un magnate o un gurú, vuelve a hablar de empatía.

Pero la empatía es algo que se ha trivializado bastante, definiéndolo solamente como escuchar atentamente a una persona, en este caso a tu prospecto.

Claro, un buen diálogo es una excelente forma para demostrar, alcanzar y explotar la empatía, sin embargo, no basta con escuchar.

**Lo más importante para convertirte en una persona empática, es ser auténtico.**

Por muchas razones, los seres humanos tendemos a alejarnos cada vez más de las personas que no nos ofrecen su verdadera cara.

Es como si la tecnología nos estuviera entrenando durante años para distinguir entre alguien que habla bajo un escrito totalmente enmascarado, de alguien que realmente muestra su verdadero yo.

**La base de la empatía es ser 100% transparente, ya que entre más transparente seas con la otra persona, el otro sentirá lo mismo contigo.**

Quiero que recuerdes tu primer día de clases. Tal vez fue hace muchos años, pero quizás regularmente sueñas con ese primer momento y lo difícil que te fue acercarte por primera vez a un compañero para que fuera tu amigo.

Al principio lo que sea nos valía, lo único que queríamos era no ser el más extraño del salón, el que no hablaba con prácticamente nadie.

A algunos les funcionó este primer acercamiento y fueron amigos de esa persona durante toda la escuela. Pero en la mayoría de los casos no fue así.

¿Por qué?

**Porque el acercamiento fue artificial.**

Para acercarte a la otra persona inventaste un pretexto, hablaste de una trivialidad o quizás simplemente rompiste el hielo de alguna u otra forma. Conforme avanzaba la interacción, trataste de forzar algo en común entre ambos, lo suficiente como para crear afinidad.

Pero esto es algo que el tiempo acaba por tirar al suelo.

Lo mismo sucede cuando entras en una relación.

Durante el cortejo todo es miel sobre hojuelas, porque le decimos a esa hermosa chica justo lo que quiere escuchar. Si a ella le gustan las novelas románticas, tú eres fanático de Shakespeare Apasionado; si a ella le encanta la comida oriental, tú eres el más grande chef del Sushi; y si a ella le fascina el baile, tú eres el mejor alumno de la academia de danza.

Pero toda esa fachada que construimos termina por desplomarse unos pocos meses después, cuando esa hermosa chica se convirtió en nuestra pareja y se va dando cuenta que aquel hombre de ensueño que conoció la primera noche, era una fantasía.

Sí, captamos la atención, pero como dice Gamora: ¿A qué costo?

Esto es lo que quiero que te lleves en esta primera lección.

Podemos captar la atención de los demás utilizando cualquier estrategia, aplicando ganchos virales, uniéndonos a la última tendencia de redes sociales, rompiéndonos un huevo en la cabeza, lo que se te ocurra.

**Pero si esa primera interacción no es genuina, la relación con tu prospecto se romperá y nunca lograrás que te compre.**

Lo peor, parecerás otro charlatán más, de esos que abundan en Instagram y en TikTok.

Sí, en el email la primera impresión cuenta, pero como se trata de una estrategia de conversión a mediano y largo plazo, hacerlo de la manera más auténtica es lo mejor.

## **Parte 2: ¿Y después de la atención qué?**

Cuando eres auténtico, captar la atención no será un problema.

A los seres humanos del Siglo XXI nos encanta la **autenticidad**.

Por eso, los Reality Shows del principio de los 2000 fueron un auténtico hito. Si bien, este tipo de programas de televisión siguen existiendo, fueron sustituidos de a poco por algo más auténtico todavía.

Me refiero a las redes sociales.

Claro, en el apartado anterior las critiqué debido a que solamente eran una fachada que utilizaban los gurús para vender sus más recientes productos.

Sin embargo, las redes sociales nos mostraron un nuevo tipo de personas con las que podíamos congeniar de manera instantánea, aquellas personas que se volvían virales de la noche a la mañana.

Se les llamó influencers debido a la gran capacidad que tenían de conectar con las personas y hacerlas que se movieran a un ritmo determinado.

Estos influencers eran mucho más auténticos, no necesitaban de mucha producción, escenas guionizadas, excesos de maquillaje u otras tácticas que se utilizaron en la televisión durante décadas para engañar al espectador.

**Los influencers nos mostraron que alguien común y corriente, de la noche a la mañana se podía convertir en una auténtica estrella.**

Sí, mucho de lo que ves en Internet es totalmente manipulado, pero seguimos percibiendo cierta aura de autenticidad en la gente que vemos en las redes sociales.

Por eso, los influencers de redes sociales de vez en cuando tratan de mostrarse vulnerables, hacer algo común y corriente (por supuesto grabándolo) e incluso algo humanitario, como dar dinero a personas de la calle.

Ya no quiero hablar más de los Influencerzzz, pero quiero que entiendas el por qué algunos de ellos se volvieron las personas más poderosas en el mundo en cuanto a números. Estas personas supieron exactamente qué hacer con la atención.

La supieron retener para crear una base de seguidores, y hoy en día son imanes de campañas publicitarias.

**Todo gracias a la autenticidad.**

¿Qué tienes que hacer una vez lograda la atención?

Ser lo más auténtico que puedas.

Y no me refiero a que escribas trivialidades en tus correos electrónicos, que cuentes lo que desayunaste en la mañana o que le digas a las personas que te sientes triste porque te abandonó tu perro.

Quiero que seas auténtico escribiendo tal y como hablas. Que tu correo electrónico sea una conversación entre tu y esa persona a la que captaste su atención, que aprendas a llevarlo de la mano, a través de tus historias, y que pases de la atención a la autenticidad, y de la autenticidad al interés.

**El interés es clave, porque más allá de ese primer contacto que tuviste en la escuela, debe de haber algo que te conecte con ese nuevo mejor amigo.**

Al principio, el interés era simplemente no ser el raro de la clase y tener alguien con quien hablar y tomar el almuerzo. Pero después, el interés pudo haber sido diferente, como el que te ayudase con las tareas, que te presentara a la chica guapa del salón, o mejor aún, que estuvieras interesado de manera genuina en su compañía.

Porque eso quieres generar en los lectores de tus correos electrónicos, que la otra persona se interese genuinamente en ti, porque si este interés es genuino, genuinamente estará interesado en comprarte.

### **Parte 3: Veámoslo por partes**

Si una persona que se interesó genuinamente en ti, muy seguramente tendrá una conexión directa con alguna de tus experiencias contadas. Quizás pasó por algo similar, le pareció interesante lo que contaste, o incluso gracioso.

Lo que sea, si una persona se **interesa** genuinamente, sentirá la afinidad necesaria como para verse reflejado en ti, y claro, como nuestra intención en los correos electrónicos es que una persona compre nuestro producto, deberás ser transparente con tus problemas y con cómo lo solucionaste.

**Ahora, el interés estará en saber cómo lograste transitar ese rito de pasaje. Cómo lograste llegar del punto A al punto B,**

**porque una persona con interés en ti, conectada genuinamente gracias a tu autenticidad y con quien has logrado mantener la atención, querrá ser como tú.**

Y no es que seas un superhéroe de las películas de Marvel, solamente eres una persona común y corriente, pero que es tan transparente que otros pueden verse reflejados en su experiencia.

Básicamente, el orden de un correo es éste:

1. **Atención** (Asunto).
2. **Autenticidad** (Introducción).
3. **Interés** (Cuerpo del Correo).
4. **Venta** (Llamada a la acción).

Y si lo ves de manera fría, estos son los componentes que debe tener tu correo electrónico o cualquier tipo de contenido que diseñes para sacar adelante tu emprendimiento.

## **1.Asunto**

**La línea de asunto de tu correo electrónico es eso que te ayudará a captar la atención de tu cliente ideal.**

Debe ser lo suficientemente atractivo como para atraer las miradas, pero también dejar algo de curiosidad, para que el lector se anime a dar clic en él.

El asunto es una de las cosas más difíciles de idear, porque normalmente lo pensamos como un título común y corriente.

**Sí, el asunto debe reflejar lo que hablará tu correo electrónico, pero más que un título, debe ser una invitación al lector para que siga leyendo más.**

Los asuntos inconclusos son una muy buena manera de captar la atención de tus prospectos. Porque a través del asunto, llevarás a la siguiente sección.

## 2. Introducción del correo

**Al inicio del correo debes lograr convertir la atención en autenticidad.**

Quiero que pienses en las conversaciones que tienes con las personas que te rodean de manera natural.

Jamás te presentas como “Hola, soy Jorge Porcayo, copywriter especializado en el correo electrónico y el motivo de este mail es que...”

Vaya, ni en juntas con ejecutivos te presentas de esa forma.

Basta con que des un buen apretón de manos, y rompas el hielo con cualquier trivialidad.

Por supuesto que en nuestro correo electrónico no queremos recurrir a cualquier trivialidad, pero para saber cómo lo vas a iniciar, debes basarte en tu línea de asunto.

**Para convertir a tu línea de asunto en autenticidad, debes ser lo más fluido posible.**

¿Sabes que odia a la gente?

Que captes la atención y que la retengas durante minutos para responder esa duda que dejaste al aire.

Lo que te recomiendo en este caso, es responder ligeramente la pregunta.

**Dar una respuesta lo suficientemente satisfactoria como para que tu lector no se sienta defraudado, pero que al mismo tiempo, de pie a una posible solución.**

Por ejemplo, puedes responder la pregunta de manera clara, pero captando la atención diciendo: te contaré porqué...

Aquí estás aludiendo a una de las principales características del ser humano, que es la curiosidad.

¿Sabes por qué los programas de chismes tienen tanto éxito en la televisión?

Los programas de chismes son muy divertidos, porque si solamente se dedicaran a dar las notas, esos shows no tendrían ni un punto de rating.

Lo que hacen es cuchichear, como decimos los mexicanos, sobre la noticia. Hablan de ella, la ponen en contexto, o simplemente chismean.

Lo que hacen los conductores de los programas de chismes es tomar una nota, y hacerla auténtica.

Un día que tengas la oportunidad, observa a Paty Chapoy por ejemplo. Rara vez habla de la nota, siempre habla de cómo se ve la persona, sobre si es feliz, sobre lo que ha hecho en la vida, hasta sobre lo que trae puesto.

¿Por qué?

**Porque esta es una excelente forma de convertir la atención en autenticidad.**

### **3. Cuerpo del correo**

En el cuerpo del correo vamos a desarrollar aquella idea que presentamos con la línea de asunto, y tomaremos ese toque auténtico que hizo que el lector siguiera interesado en lo que estamos por decir.

Y aquí está el objetivo del cuerpo del correo.

**Mantener el interés.**

¿Recuerdas el ejemplo que te di de Paty Chapoy?

Lo que hace es intentar que la gente se interese por la nota. Tal vez es una completa trivialidad como un cambio de look, una mala declaración en redes sociales, o una nueva confrontación con un hater.

Lo que sea, Chapoy hace todo lo posible tratando de capturar la atención de la gente que la está viendo.

¿Cómo?

Primero. Siendo auténtica, mostrándose interesada de manera genuina con lo que se acaba de ver en pantalla.

## **Así es, lo genuino hace que la gente compagine.**

Si veo que alguien está interesado de forma genuina en algo que está sucediendo en el mundo, simplemente por ser seres humanos, nosotros también generaremos un tipo de interés.

Entonces lo que debes hacer aquí es...

**Una vez que te mostraste auténtico, debes hablar de forma espontánea dentro del cuerpo del correo, para que el lector se interese en lo que te sucede, y se convierta en un cliente potencial.**

Aquí es donde el consejo es aplicar toda esa empatía y transparencia de la que hablamos en el apartado 1.

Por más que creas que tú eres el único sujeto en el mundo al que le pasan esas cosas, en realidad lo que te pasa le ha sucedido a miles de personas más.

**Aprovecha esa afinidad, aprovecha lo común que eres y utilízalo para captar el interés de quien te está leyendo.**

Porque a nadie le importa que seas el puto amo, la gente se interesa en ti cuando se da cuenta que has pasado por las mismas cosas que ellos.

Por más vergonzosas, asquerosas, tristes, felices, desagradables o lo que sea que sean.

**Entre más auténtica sea tu historia, más vas a conectar con tu cliente potencial.**

En el cuerpo del correo debes saber llevar la historia para que cualquier persona se interese en ella.

Recuerda que un buen correo electrónico es como una conversación común y corriente. La próxima vez que socialices, pon atención en qué es lo que hace la gente para evitar esos silencios incómodos.

Sea cual sea la afinidad que tienen las personas, llega el momento en el que los que dialogan se quedan sin algo que decir.

Entre más afinidad exista, más natural será la transición, incluso el silencio no será molesto.

Pero si se trata de una interacción sin afinidad, confianza o tiempo de conocerse; el silencio puede ser lo peor que podría pasar.

Conviértete en un observador, aprende lo que hacen las personas para retomar la conversación, y utilízalo en tus correos electrónicos.

**Tus mails deben ser espontáneos, fluidos e interesantes, y recuerda: el interés lo generas a partir de historias que conectan con tus lectores.**

## **4.Llamada a la acción**

Y sí, después del interés, llegamos a lo que más nos interesa.

Y me refiero a la **venta**.

Cuando empecé a escribir correos electrónicos a mi lista de contactos, lo que más me costaba era transitar de manera fluida del asunto al inicio del correo, al desarrollo del mismo, y finalmente a la venta.

**Debes aprender a ver el correo como un todo.**

Sé que parece básico, pero uno de los errores de novato más grandes que he visto en mis alumnos y otros copywriters, es no saber llevar bien esta transición

Todo parece un Frankenstein. Utilizan un asunto al estilo Clickbait para causar que la gente abra el correo, inician con un saludo de esos de corporativos, continúan con una redacción de correo electrónico aburrida, y terminan diciendo: Cómprame.

Si bien, se cumplen con los 4 pasos del correo electrónico perfecto que te mencioné anteriormente, hay algo que falla.

**Y es la naturalidad.**

Una conversación natural se siente fluida, e incluso cuando dos personas dialogan, saben que todo el transitar de la conversación los llevará a una sola cosa.

Ahora quiero que recuerdes una de esas primeras citas que tuviste en la escuela.

Era muy gracioso, porque ninguna de las dos personas sabía qué hacer. En mis primeras citas tuve la fortuna de salir con chicas más experimentadas. Yo estaba temeroso y temblando, recuerdo que hasta me dolían las entrañas por la incertidumbre.

Había repasado decenas de veces mis películas favoritas, pero por supuesto que no tenía ni idea de lo que debía hacer en una cita.

Las chicas eran las que me guiaban, algunas de ellas me tomaban de la mano, otras me paraban de la silla para bailar, y aquellas más experimentadas me besaban directamente.

No te voy a contar lo que sucedía en citas cuando ya era mayor, pero sí quiero que recuerdes esa sensación que se percibe cuando todo fluye.

Cuando ambas personas se gustan, la interacción se da con naturalidad y normalidad, y si se ha creado cierta afinidad, incluso desde la primera cita, ambas personas ya saben cómo terminará la noche.

Ese es uno de los sentimientos más satisfactorios que he podido sentir como hombre, el que una chica se sienta cómoda conmigo, y que no tenga que forzar absolutamente nada.

**Eso es lo que tienes que hacer con tus correos electrónicos.**

Que el cuerpo del correo fluya de manera natural, y que tanto tú como tu cliente, ya sepan que es lo que viene.

## **Parte 4: La venta**

**La oferta es el nombre técnico que le damos los vendedores a esa frase de cierre en la que ponemos las cartas sobre la mesa, y le decimos al cliente lo que esperamos de él.**

Lo que menos debes hacer es escribir un precio, y decir: Esto es lo que tengo para venderte.

Bueno, hay grandes copywriters que lo hacen, pero solamente después de trabajar su lista de correo electrónico durante años.

Ahora ya no pienses en tu primera cita, piensa en tu esposa (si estás casado) o en una de esas novias con las que duraste mucho tiempo.

No existen estos pasos.

Ambos ya saben lo que sucederá.

Se acuestan en la cama y las cosas se dan.

**Por eso, los grandes vendedores a través de correo electrónico son los que llevan alimentando su lista durante meses o incluso años.**

La gente ya sabe que después de la atención, la autenticidad y el interés, viene la oferta.

Todo natural, porque las personas presentes en la lista de correo electrónico saben la razón por la que se suscribieron.

Han leído previamente los correos, incluso muchos de ellos ya conocen los productos.

Esos suscriptores son como tu esposa, no importa lo que suceda, ya saben lo que viene.

Pero no te preocupes, no significa que debas alimentar a tu lista de contactos durante años para poder hacer una venta.

Por supuesto que esto será mucho más sencillo conforme pase el tiempo, pero también existe el sexo en la primera cita.

Hay primeras citas que terminaron en la cama.

Hay otras tantas que no.

Y hay otras que terminaron incluso antes de terminar la cena.

Así es tu lista de contactos.

Algunas veces obtendrás ventas inmediatamente.

Otras veces deberás nutrir tu audiencia de manera frecuente, para ganarte la confianza.

**Pero la persistencia y el tiempo te darán un canal de ventas constante.**

Esa es la maravilla del correo electrónico.

No solamente te permitirá convertir a clientes con los que tienes unas pocas interacciones.

**También te ayudará a fidelizar a tus prospectos, y que estos compren de forma frecuente los nuevos productos que tienes para ofrecerles.**

## **Parte 5: ¿Cómo puedes lograr esto?**

Evolución.

Tu estrategia y la calidad de tus correos electrónicos debe **evolucionar** con el tiempo.

Por supuesto que esto no es fácil, pero es como las citas.

Entre más citas tienes más confiado y seguro te sentirás, sin importar lo guapa que esté la mujer que tienes enfrente.

**Un correo electrónico será tan bueno, según lo acostumbrado que estés de escribirlo.**

Por eso, lo que necesitas es practicar.

Oye, quizás estés pensando que la escritura no es para ti.

No te preocupes, no pasa nada, sé que la escritura muchas veces es una habilidad innata.

Esto no quiere decir que no la puedas desarrollar, por experiencia propia, sé de primera mano que cualquier persona se puede convertir en un escritor.

Vaya, además estamos escribiendo correos electrónicos, no la Divina Comedia.

**Si quieres convertirte en un experto escribiendo correos electrónicos, puedes tomar mis formaciones y sesiones uno a uno.**



Además, en mi **Newsletter “Ideas entre Sorbos”** encontrarás los nuevos entrenamientos que he lanzado sobre las ventas a través de email.

**Pero si quieres los resultados ahora mismo, puedes contratar mi servicio “Email consciente”. Así seré yo quien escriba los correos electrónicos para tus clientes.**

Mientras tú te dedicas a la creación de otro tipo de contenidos, las labores operativas de tu negocio, o en eso en lo que tú eres el verdadero experto.

**Déjame los correos electrónicos a mí, y no te preocupes...**

**No me quedaré con tu novia.**

Puedes agendar una llamada para comprar **“Email consciente”** a través de este link:

<https://comunicacionconsciente.com.mx/email-consciente/>

Fue un gusto acompañarte a través de este entrenamiento sobre cómo escribir correos que captan la atención de tus lectores.

**Y si llegaste hasta aquí, estoy seguro de que estás convencido de que la gente lee, y sobre todo sigue leyendo su correo electrónico.**

Nos leemos pronto.

**Coffee is for Closers.**

**Jorge Porcayo.**



**COMUNICACIÓN  
CONSCIENTE**