

# CÓMO VENDER SIN TENER UNA WEB, CONOCE WHATSAPP BUSINESS

SANTIAGO NUÑEZ CABRA

Co Fundador DUIT, Director de Ecommerce  
Data Freaks

# Cómo Vender Online Sin Un Sitio Web

---

## TIP # 1

Cómo es el paso a paso para vender entre 250 y 300 usd al día, con una inversión de 25 y 30 usd.

## TIP # 2

Cómo una persona logra responder Más de 150 al Día chats pidiendo información de mi producto diferentes.

## TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación de la publicidad de tus competidores .

TIP # 1

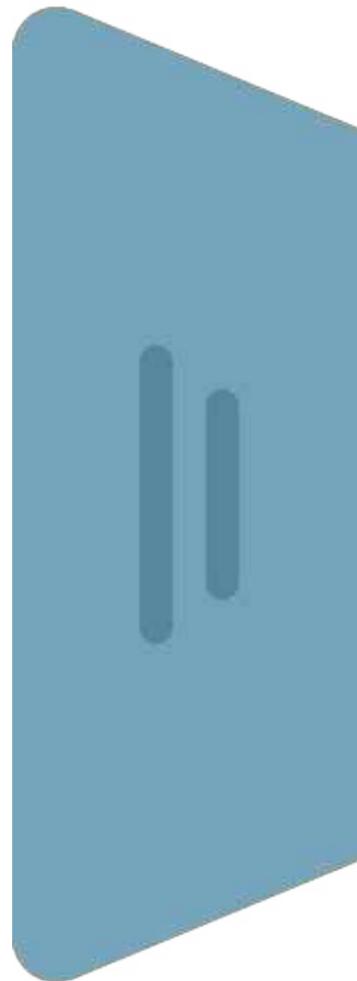
Cómo es el paso a paso para vender entre 350 y 300 usd al día, con una inversión de 25 y 30 usd.

TU AUDIENCIA



TIP # 1

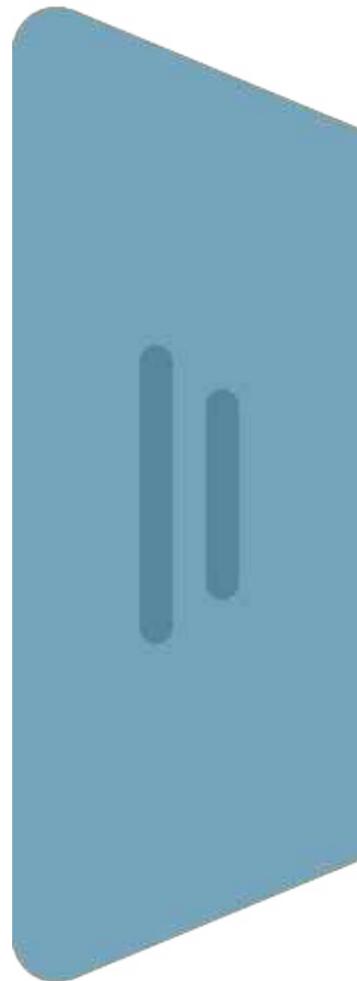
Cómo es el paso a paso para vender entre 350 y 300 usd al día, con una inversión de 25 y 30 usd.



ATRAER

TIP # 1

Cómo es el paso a paso para vender entre 350 y 300 usd al día, con una inversión de 25 y 30 usd.



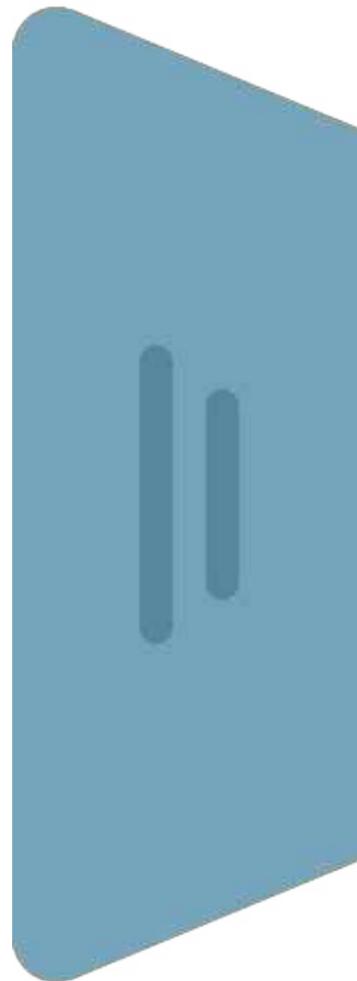
ATRAER



# TIP # 1

Cómo es el paso a paso para vender entre 350 y 300 usd al día, con una inversión de 25 y 30 usd.

TU AUDIENCIA 



ATRAER



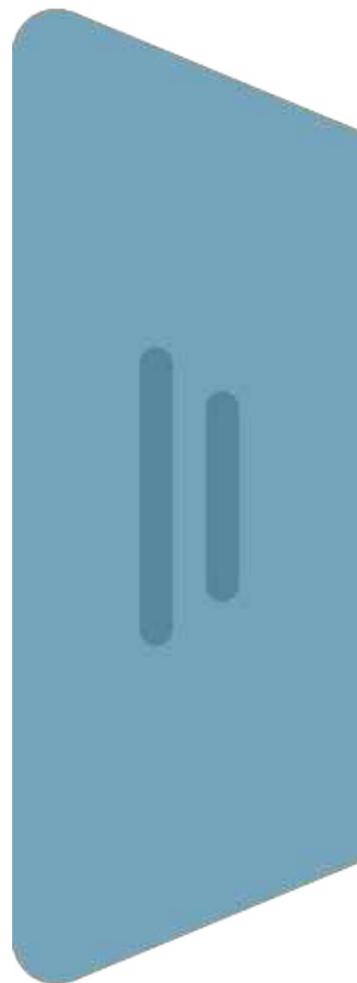
INTERES



# TIP # 1

Cómo es el paso a paso para vender entre 350 y 300 usd al día, con una inversión de 25 y 30 usd.

TU AUDIENCIA 



ATRAER



INTERES

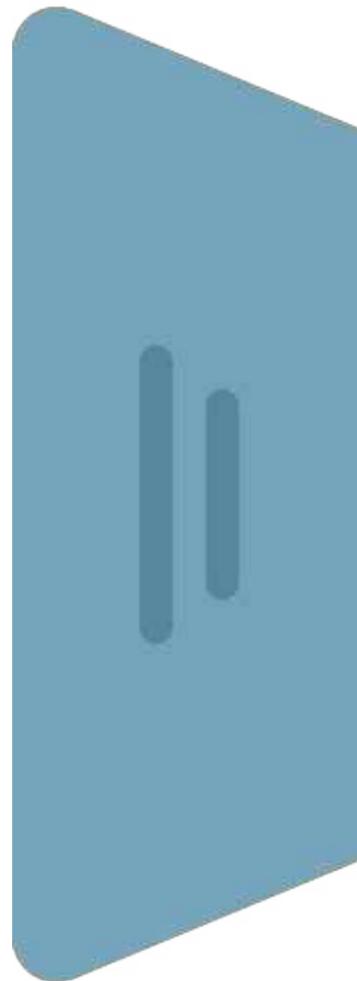


VENTAS



# TIP # 1

Cómo es el paso a paso para vender entre 350 y 300 usd al día, con una inversión de 25 y 30 usd.



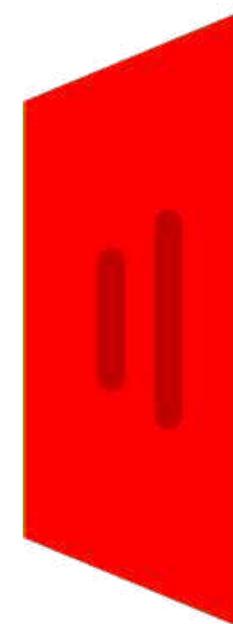
ATRAER



INTERES



VENTAS



VENTAS  
RECURRENTE



# TIP # 1

Cómo es el paso a paso para vender entre 350 y 300 usd al día, con una inversión de 25 y 30 usd.

Inversion + IVA	\$	1.085.938						
	\$	912.553	699	113	101	91	6%	\$ 8.155.999
	Inversión	Clics	Messaging Conversations Started	WhatsApp Nuevos	Ventas	TC	INGRESOS	
12-nov	\$	28.881	316	95	60	8	13%	\$ 714.200
13-nov	\$	27.776	609	98	50	7	14%	\$ 539.400
14-nov	\$	33.000	841	141	60	5	8%	\$ 449.500
15-nov	\$	37.771	760	113	100	7	7%	\$ 619.300
16-nov	\$	38.722	799	116	190	5	3%	\$ 539.400
17-nov	\$	38.818	786	114	100	0	0%	
18-nov	\$	61.312	1044	166	160	9	6%	\$ 799.100
19-nov	\$	75.105	1231	188	150	4	6%	\$ 359.600
20-nov	\$	65.345	918	152	180	4	2%	\$ 359.600
21-nov	\$	25.193	353	65	170	3	2%	\$ 269.799
22-nov	\$	24.569	32	41	50	3	6%	\$ 269.700
23-nov					50	0	6%	\$ -
24-nov	\$	73.061	846	128	50	0	0%	\$ -
25-nov	\$	33.077	468	76	80	8	10%	\$ 719.200
26-nov	\$	42.431	548	86	90	7	8%	\$ 629.300
27-nov	\$	62.618	638	84	50	3	8%	\$ 269.700
28-nov	\$	99.030	996	145	60	6	10%	\$ 539.400
29-nov	\$	98.963	883	130	160	7	4%	\$ 629.300
30-nov	\$	46.881	512	89	110	5	5%	\$ 449.500

## TIP # 2

Cómo una persona logra responder Más de 150 al Día chats pidiendo información de mi producto diferentes.



WhatsApp  
Messenger



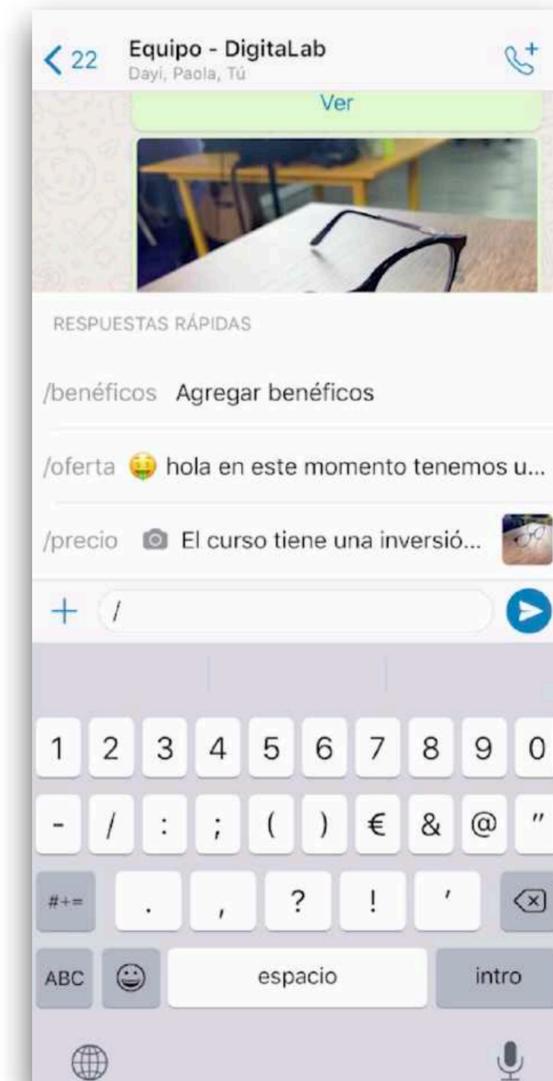
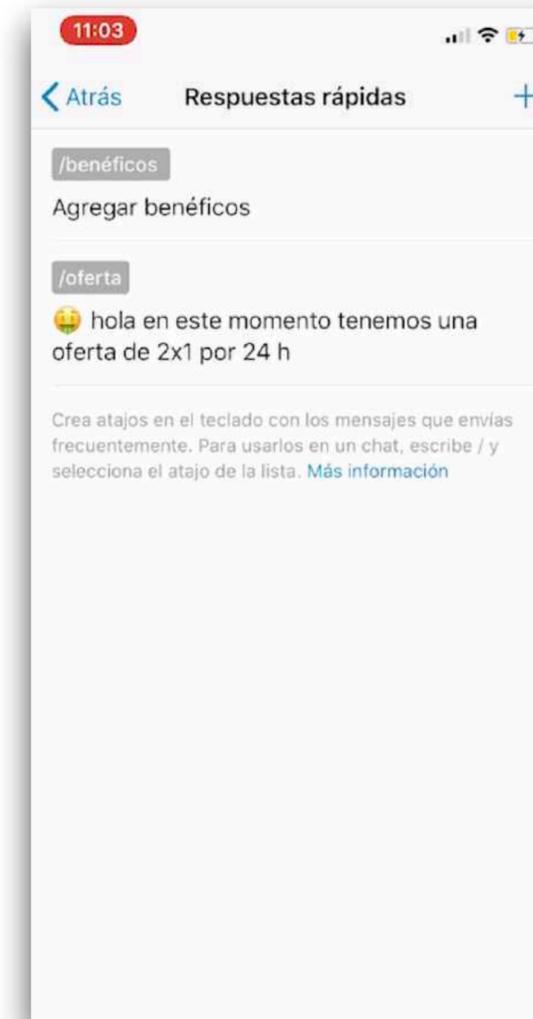
WhatsApp  
Business

# TIP # 2

## Cómo una persona logra responder Más de 150 al Día chats pidiendo información de mi producto diferentes.



WhatsApp Business



## TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .



**TARGET**

## TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .



**TARGET**

### • Demográficos

- Genero
- Edad
- Donde Vive
- Ingresos
- Ocupación

## TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .



**TARGET**

### • Demográficos

- Genero
- Edad
- Donde Vive
- Ingresos
- Ocupación

### • Psicográficos

- Miedos
- Deseos
- Gustos
- Qué paginas sigue
- Qué autores lee
- Cómo busca en Google

## TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .



**TARGET**



### • Demográficos

- Genero
- Edad
- Donde Vive
- Ingresos
- Ocupación



### • Psicográficos

- Miedos
- Deseos
- Gustos
- Qué paginas sigue
- Qué autores lee
- Cómo busca en Google

TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .

**ROLEX**



# TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .

## ROLEX



### Demográficos

- Hombre
- 40 65 años
- Barrios Nivel Alto
- Ejecutivos

# TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .

## ROLEX



### Demográficos

- Hombre
- 40 65 años
- Barrios Nivel Alto
- Ejecutivos

### Psicográficos

- Audi
- BMW
- Porsche
- Mercedes
- Golf
- Tenis
- Forbes
- NYT
- Dinero
- Marcas de Ropa

# TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .

## ROLEX



### Demográficos

- Hombre
- 40 65 años
- Barrios Nivel Alto
- Ejecutivos

### Psicográficos

- Audi
- BMW
- Porsche
- Mercedes
- Golf
- Tenis
- Forbes
- NYT
- Dinero
- Marcas de Ropa



MENSAJE

# TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .

## Espía la segmentación de tus competidores

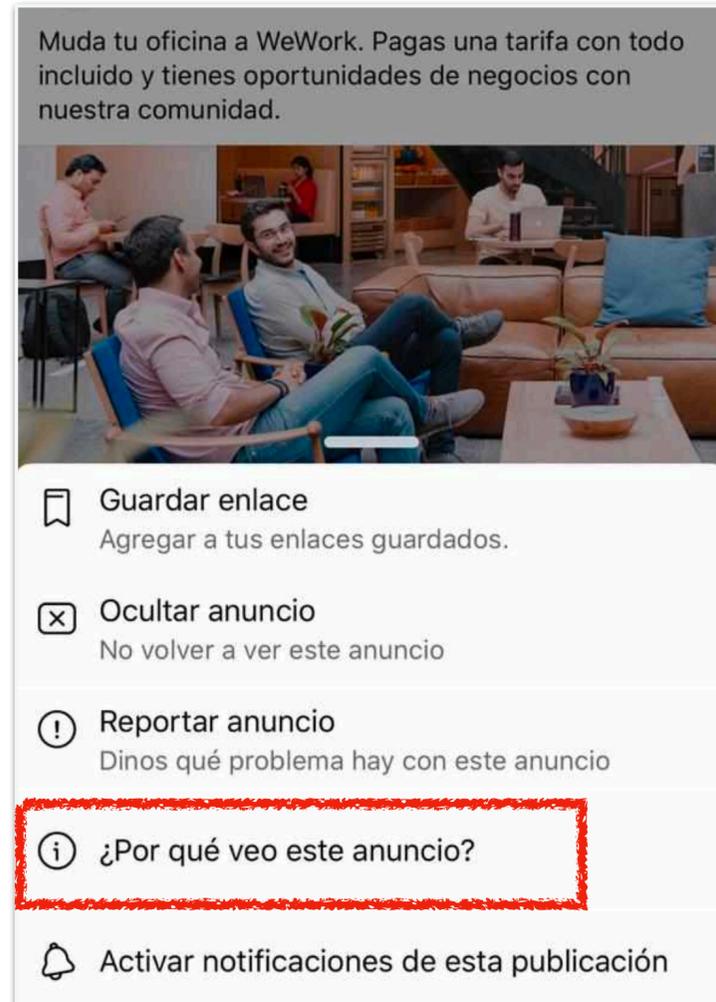


The image shows a Facebook advertisement for WeWork. At the top left, the WeWork logo and name are visible, along with the text 'Publicidad ·'. Below this, the main text of the ad reads: 'Muda tu oficina a WeWork. Pagas una tarifa con todo incluido y tienes oportunidades de negocios con nuestra comunidad.' A central image depicts a modern office interior with people working. Below the image, the text says 'Tu empresa en WeWork, tus negocios en todo el mundo.' followed by the WeWork logo. At the bottom, there is a call to action: 'Cámbiate a WeWork' with a 'Reservar' button and the URL 'WEWORK.COM'. A red arrow points to the top right corner of the ad, where a three-dot menu icon is located.

# TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .

## Espía la segmentación de tus competidores



# TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .

## Espía la segmentación de tus competidores



**WeWork**  
Publicidad · 🌐

Muda tu oficina a WeWork. Pagas una tarifa con todo incluido y tienes oportunidades de negocios con nuestra comunidad.



**Tu empresa en WeWork, tus negocios en todo el mundo.**

**wework**

WEWORK.COM  
Cámbiate a WeWork  
Un espacio laboral más ágil

Reservar

Muda tu oficina a WeWork. Pagas una tarifa con todo incluido y tienes oportunidades de negocios con nuestra comunidad.



- Guardar enlace  
Agregar a tus enlaces guardados.
- Ocultar anuncio  
No volver a ver este anuncio
- Reportar anuncio  
Dinos qué problema hay con este anuncio
- ¿Por qué veo este anuncio?
- Activar notificaciones de esta publicación



### Por qué ves este anuncio

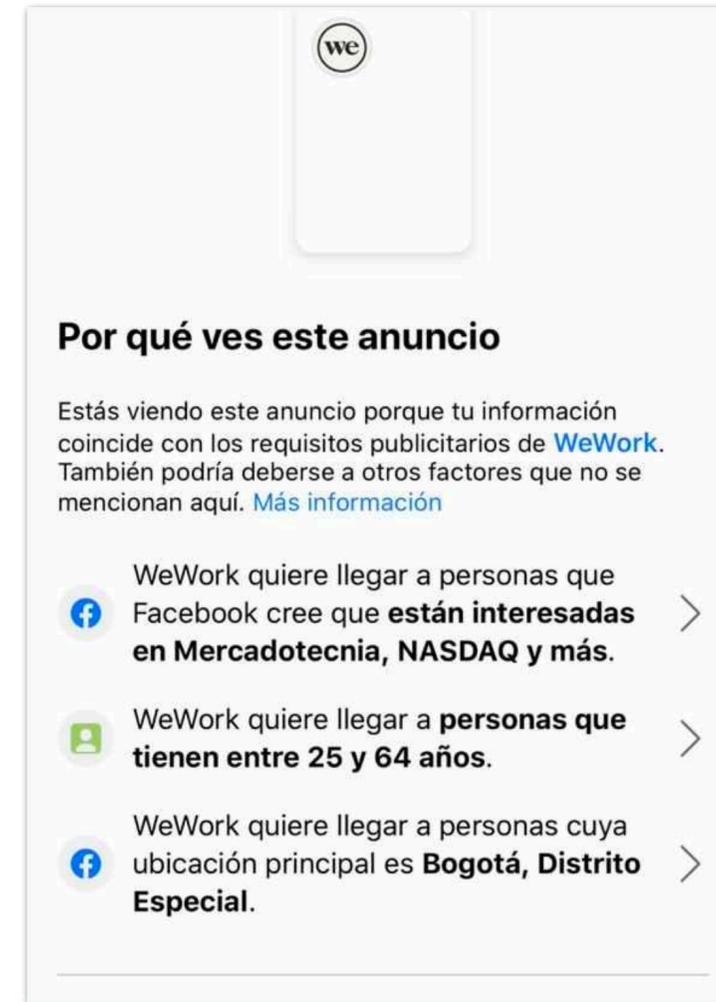
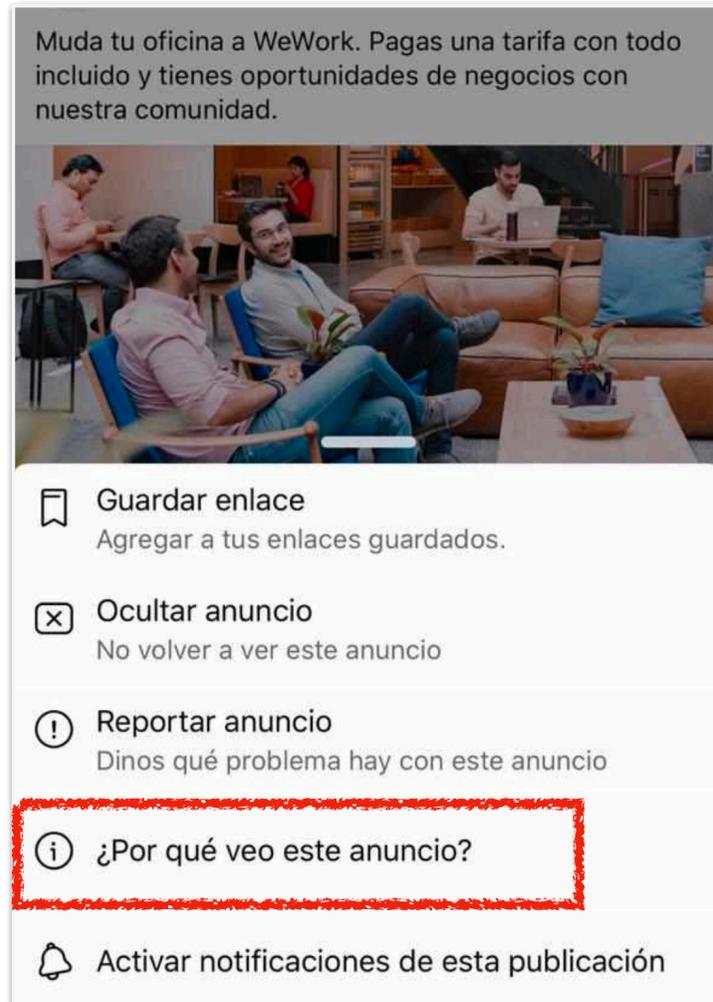
Estás viendo este anuncio porque tu información coincide con los requisitos publicitarios de **WeWork**. También podría deberse a otros factores que no se mencionan aquí. [Más información](#)

-  WeWork quiere llegar a personas que Facebook cree que **están interesadas en Mercadotecnia, NASDAQ y más.**
-  WeWork quiere llegar a **personas que tienen entre 25 y 64 años.**
-  WeWork quiere llegar a personas cuya ubicación principal es **Bogotá, Distrito Especial.**

# TIP # 3

Las 2 variables y la forma que debes tener en cuenta para llegarle de forma efectiva a tus potenciales clientes, y espiar la segmentación competidores .

## Espía la segmentación de tus competidores



 **duit\_academy**

**duitacademy.com**