

EL MÉTODO · CASO DE ESTUDIO

# Frank Kern

Los hitos, las estrategias y la reinención con IA  
del llamado "Presidente de Internet"

Presentación para desglosar y explicar

QUIÉN ES

# Uno de los copywriters de respuesta directa más influyentes y caros del mundo

Pasó de fracasar como vendedor puerta a puerta —viviendo en un tráiler en Georgia— a orquestar algunos de los lanzamientos de productos digitales más grandes de la historia del marketing.

SU FILOSOFÍA EN UNA FRASE



**Es más fácil vender a quien ya te conoce,  
te aprecia, confía en ti y desea lo que ofreces...  
antes de que intentes venderle.**

Todo su método nace de esta sola idea. Memorízala: el resto son tácticas para lograrla.

## PARTE I

# Los Hitos

De un tráiler en Macon, Georgia... a lanzamientos multimillonarios.

## EL PUNTO DE PARTIDA



# Vivía en un tráiler y vendía máquinas de tarjetas de crédito puerta a puerta

Traje de lana negro bajo el calor de Georgia, rechazo constante y humillación. Ese dolor lo empujó a buscar cómo vender **sin tener que hablar cara a cara**. Así descubrió el marketing por internet.

## PRIMER ÉXITO · EL EBOOK DE LOS LOROS



**Invirtió \$650 en un escritor (Elance) → Su mejor mes: ~\$3,500**

La lección: detectar una demanda intensa que ya existe ("loro" tenía ~70,000 búsquedas/mes) y crear un producto de información barato para satisfacerla.

## EL SALTO · 640 SITIOS DE RAZAS DE PERROS



**\$1M/año**

Un software ("Serializer") clonaba su curso de adiestramiento para **más de 600 razas**, con un sitio, anuncios y emails personalizados por raza. Pasó de 1 sitio a 640 casi de inmediato. **Su primer negocio de 7 cifras** (2004–2006).

EL LANZAMIENTO LEGENDARIO · STOMPERNET (2007)

# El marketing detrás de uno de los lanzamientos más grandes de la historia del sector

Internet dice: **\$18.3M en 24h** → Real en caja: **~\$8M** ese día

Kern escribió los emails, la carta de ventas y los guiones de los videos.

## UNA LECCIÓN IMPORTANTE

# Las cifras gigantes que circulan están infladas o mezcladas

| LANZAMIENTO         | LO QUE DICE INTERNET  | LA CIFRA REAL DE KERN    |
|---------------------|-----------------------|--------------------------|
| <b>StomperNet</b>   | <b>\$18.3M en 24h</b> | <b>~\$8M en caja</b>     |
| <b>Mass Control</b> | <b>\$23.8M en 24h</b> | <b>"\$2M y pico"</b>     |
| <b>Ebook loros</b>  | <b>\$3,000/mes</b>    | <b>\$3,500 mejor mes</b> |

El "\$23.8M" sale de un video promocional del propio Kern y suma **varios lanzamientos**, no uno solo.

## PARTE 2 · EL CORAZÓN

# Las Estrategias

Los conceptos que explican CÓMO vende sin parecer vendedor.

CONCEPTO #1 · EL MÁS IMPORTANTE



# Results in Advance

(Resultados por Adelantado)

Demuestra que puedes ayudar a alguien... **ayudándolo de verdad antes de pedirle dinero**. Cuando logra un primer resultado contigo, decide por su cuenta que quiere comprarte.

# Cuatro pasos para que decida comprar por su cuenta

- 1 Mapea el recorrido del cliente: de su **problema actual** a su **destino deseado**.
- 2 Guíalo paso a paso con **contenido gratuito** que le dé pequeñas victorias.
- 3 Cada victoria activa un "**gatillo de decisión interna**": él solo decide comprar.
- 4 La venta final ocurre **sin fricción**, como un amigo recomendando a otro.

# Antes y después del clic



## **ANTES · Intent-Based Branding**

Contenido útil que da valor, crea goodwill y ofrece sutilmente



## **DESPUÉS · Behavioral Dynamic Response**

Emails y retargeting que reaccionan al comportamiento

## BEHAVIORAL DYNAMIC RESPONSE



### El mensaje correcto según lo que hizo el prospecto

- Llenó el formulario pero no contestó el teléfono → **un mensaje**
- Abrió el video pero lo abandonó a los 10 seg → **otro mensaje**

En vez de que todos vean lo mismo, cada acción dispara una respuesta automatizada distinta.

## EL CLIENTE IDEAL · BEST BUYER



**"Imagina una ley donde solo cobras  
DESPUÉS de que el cliente obtiene resultados.  
¿Qué 3 características tendría que tener?"**

Ese perfil —tus "ballenas"— dicta hacia quién diriges todo tu marketing.

## BEST BAIT · EL CEBO CORRECTO



# "No puedes pescar ballenas con cebo de pececillos"

Tu imán de prospectos debe apelar a problemas **avanzados** ("cómo escalar mi negocio"), no básicos ("cómo ganar mis primeros \$1,000"). El cebo decide la calidad del pez.

BEST PAYDAY · TU MEJOR DÍA DE PAGO



# Lo que vendes que es más rentable, más fácil de vender y más sostenible de entregar

Para Frank Kern hoy, su "Best Payday" es la **consultoría directa** a clientes de alto nivel. Identifica el tuyo y protégelo.

## LOS TRES MONTONES · DÓNDE ESTÁ EL DINERO



**~5%** — listos para comprar HOY (aquí compiten todos, caro)



**~50%** — **comprarán en 60 días a 1 año**

desatendido, más barato, MÁS RENTABLE



El resto — a +6 meses o nunca

Casi todos pelean por el 5%. El verdadero dinero está en nutrir el montón del medio.

PARTE 3 · LO ACCIONABLE

# Las Tácticas

Las recetas concretas: copy, ofertas, precios y anuncios.

COPY · LA FÓRMULA DE JOHN CARLTON

# Toda carta de ventas en 3 pasos

- 1 "Esto es lo que tengo"
- 2 "Esto es lo que hará por ti" (los beneficios)
- 3 "Esto es lo que quiero que hagas ahora" (la acción)

Con eso, una garantía y sin complicarte: ya tienes copy que funciona.

## COPY · EL PROCESO



### 1. Volcado de cerebro

Escribe todos los beneficios sin importar cómo suene



### 2. Hazlo sonar genial

Edita el tono, el nivel de lectura, los titulares

El error #1 es querer que suene perfecto desde el principio. Es lo mismo que hoy automatiza con IA.

## EMAIL · LA REGLA DE ORO



**El email NO vende el producto.  
El email vende el CLIC.**

Asunto directo ("Nombre, por favor lee"), imagen clicable, bullets de beneficios y **4 a 6 enlaces** en azul. Su único trabajo es llevar a la página de ventas.

## Dos correos que reactivan ventas

- **Email de 9 palabras:** un correo cortísimo que reactiva prospectos dormidos. "¿Sigues interesado en [resultado]?" — busca una respuesta directa.
- **La Super Firma:** una oferta de baja presión en la P.D. "P.D. Cuando estés listo, prueba [producto] gratis en [sitio]."

## PRECIOS · LA LECCIÓN DE DAN KENNEDY



**Cuesta el mismo trabajo vender un libro de \$5.60  
que una consultoría de \$40,000**

Así que elige la **ruta premium**: pide la tarifa con cara seria, sin disculparte, y véndele solo al prospecto calificado.

## OFERTAS · CLOSE STACKING



**"Esto te cuesta \$1.61 al día...  
¿prefieres el pudín o tener clientes?"**

No termines con el precio a secas. Divídelo entre los días hasta el resultado y compáralo con un gasto trivial. Hace que el precio parezca irrelevante.

## OFERTAS · REVERSIÓN RADICAL DE RIESGO



# "Te devuelvo tu dinero + \$300,000 de mi bolsillo si no funciona"

Carta física a 1,000 personas ofreciendo marketing por \$100,000 con esa garantía.

Resultado: 41 aplicaciones, 1 cliente en 72h... y se compró un Ferrari. **Promesa inmensa + filtrado rígido de con quién hablas.**

# Tres movimientos para tráfico que ya viene pre-calentado

- **Micro-presupuestos:** 5-20 audiencias amplias, \$2-5/día c/u por ~3 días. Apaga lo que no rinde, escala lo que sí.
- **Dog Whistle Copy:** "Lee esto si quieres [resultado]" + "Nuevo [producto] revela cómo lograrlo".
- **Lista invisible:** muestra video barato a desconocidos; a quien lo ve, retargétalo con la oferta directa, ya pre-calentado.

PARTE 4 · EL PRESENTE

# La Reinención con IA

Cómo Frank Kern aplica todo lo anterior con inteligencia artificial.

2023 - 2026



# "Me reemplacé a mí mismo con IA"

Hoy Kern opera **dos empresas de IA** y un podcast activo ("Your Next Million"), aplicando sus mismos principios de respuesta directa pero a escala y velocidad de máquina.

SU HERRAMIENTA #1 · OJOY.AI



# Copywriting con IA

"powered by Anthropic"

"La primera IA que PIENSA como un experto en marketing, no solo escribe como uno." Un LLM afinado durante ~2 años con décadas de material de respuesta directa. Acceso por invitación, modelo por créditos.

SU SEGUNDA EMPRESA · RAINMAKER AI



# El software para crear y vender cursos

Plataforma todo-en-uno (CRM + funnels + membresías) con mentoría y certificación. **oJoy escribe; Rainmaker vende.** Dos productos distintos que se complementan.

## SU FILOSOFÍA DE IA

# IA + HI = Inteligencia Humana

El secreto NO son los "prompts mágicos". Hay que **alimentar la IA con tu experiencia y conocimiento del mercado**. Kern le HABLA al software (un volcado de cerebro) en vez de teclear, y deja que extraiga su tono real.

- ! El ~95% de proyectos de IA fracasan por usarla mal: crear basura nueva en vez de optimizar lo que ya funciona.

## SÍNTESIS

# El Método Completo

Cómo encaja todo en un solo sistema.

## EL SISTEMA DE FRANK KERN EN UNA IMAGEN

**Contenido orgánico** (audiencias = la nueva lista)



**Intent-Based Branding** (valor antes del clic)



**Anuncios + Lista invisible** (amplificar y retargetear)



**Results in Advance** (dar resultados gratis)



**Oferta premium a tus "ballenas"**

PARA CERRAR

***"Vender cosas es fácil. Regala cosas que hagan feliz a la gente... y luego vende cosas que los hagan aún más felices."***

— La esencia del método de Frank Kern