

## Presenta tu oferta creando tu propuesta de servicio

Anna Raventós

### RESULTADO

Consigas una propuesta de servicio que te diferencie de tu competencia y transmita el valor de lo que vendes

## La propuesta de servicio incluye lo siguiente...

- ✓ Resultados del servicio (Objetivos)
- ✓ Proceso de trabajo
- ✓ Qué incluye
- ✓ Precio
- ✓ Condiciones del servicio



## #1 | Resultados del servicio

### ¿Cuál es la función del apartado de resultados?

- ✓ Captar su atención empezando la propuesta por aquello que él quiere conseguir.
- ✓ Activar la parte emocional que le lleva a tomar acción
  - Tu cliente no te contrata por el resultado(diseño web, fotografía corporativa, curación de una fobia...) sino por lo que cree que conseguirá gracias a él.



### ¿Cómo redactar el apartado de resultados?

#### 1. Pregúntale a tu cliente...

"¿Qué es lo que quieres conseguir con [OBJETIVO DEL SERVICIO]?"

"¿Para qué?"

#### 2. Escribe su respuesta en la propuesta usando sus mismas palabras

#### 3. Recupera estas 2 hojas y anota todas las ideas que te lleguen



## ¿Cómo redactar el apartado de resultados?

Quédate con los 3-5 mejores resultados y escríbelos en el apartado de objetivos asegurándote que cumplen con estos puntos:

- ✓ **Visuales.** Leerlos ayuda a vivir en primera persona el resultado que ilustran.
- ✓ **Concretos.** Cualquier persona es capaz de entender lo mismo.
- ✓ **Emocionales.** Los resultados se centran principalmente en los beneficios y no en los tangibles.



## Importante

Cuando escribas los resultados **céntrate en lo que el cliente quiere** y NO en lo que el cliente necesita

## Ejemplo: webinar fórmula

- ✓ **Más libertad y más tiempo libre** para dedicarte a lo que te gusta. Desvinculas tus ingresos de tu tiempo vendiendo un programa de formación de ticket alto.
- ✓ **Tu agenda llena de llamadas.** Cada día recibes llamadas de personas interesadas en entrar en tus programas.
- ✓ **Ingresos estables todos los meses.** Disfrutas de tranquilidad y estabilidad de ingresos sin depender de lanzamientos ni estrategias de marketing puntuales.
- ✓ **Reconocimiento como experto** en tu sector. La publicidad en las redes te posiciona en la mente de todos tus clientes potenciales.

## #2 | Proceso paso a paso

### ¿Por qué es tan importante contar cómo trabajas?

#### ✓ Consigues que se visualice trabajando contigo y pasando por cada fase

- La mente solo puede desear aquello que conoce.

#### ✓ Transmites experiencia y profesionalidad

- El cliente se *siente seguro* porque sabe que está contratando a un experto organizado



### ¿Cómo redactar este apartado?

#### 1. Escribe todos los pasos que sigues desde que recibes el pago del cliente hasta que entregas el servicio

- Añade el paso a paso, las fases o el temario acompañado de un resultado.

#### 2. Agrúpalos en 3-5 fases para que quede simple (*framework*).

#### 3. Redáctalos siguiendo esta estructura:

- Nombre de la fase.
- Explicación del trabajo que se realizará.
- Aclara la importancia de la fase y el beneficio para el cliente.



### Ejemplo: *Copywriting para packaging*

**1. Estudio de mercado.** Se analizan las tiendas online que están ofreciendo el mismo producto y su posicionamiento. Tanto en español como en inglés.

- De esta forma nos aseguramos que el posicionamiento de tu marca será único y que no se parecerá a ninguna otra ni de casualidad.

**2. Análisis** de los beneficios que el público objetivo al que te quieres dirigir percibe como importantes.

- De entre todos los beneficios de tu producto, analizamos aquellos que son más atractivos para el público objetivo, para plasmarlos en el copy de la caja.

**3. Presentación de los copys definitivos** junto a las propuestas adicionales de cada uno para que puedas elegir la mejor.

- Tras la entrega de los copy's dispondrás de 7 días laborables para decidir las variantes definitivas y pedirme una revisión para cambiar alguna de las frases.

## #3 | Qué incluye tu servicio

### ¿Cuál es la función del apartado *Qué incluye?*

✓ Enumerar todo lo que incluye tu servicio para que conste por escrito.

✓ Resaltar bonus o extras

- Aumentar el valor de tu servicio.
- Derribar objeciones.
- Diferenciarte de tu competencia.



## Ejemplo: *Copywriting para packaging*

El servicio incluye la redacción de los siguientes copy's:

- Documento con las conclusiones del estudio de mercado (listado de competidores y validación del posicionamiento)
- Lema de la marca (3 propuestas).
- Beneficios destacados en la parte "frontal" de la caja (2 propuestas).
- Mensaje en la parte "inferior" de la caja (2 propuestas).
- Copy del paño de microfibra (2 propuestas).
- Copy en la patilla interior de la gafa (5 propuestas).
- Manual de instrucciones.



## #4 | Precio y plazos

## ¿Cuánto es el mínimo que debe costar tu servicio?

*El precio mínimo es de 500€*

### Ventajas de poner un precio "alto":

- ✓ **Tener más margen de beneficio.** Necesario para vender por webinar y contratar equipo.
- ✓ **Atraer a mejores clientes.** Lo que más valoran es la profesionalidad y tus años de experiencia, no el coste.
- ✓ **Transmitir implícitamente el valor de lo que vendes.** Te posicionas como experto porque personas asumimos que mayor precio = mayor calidad.



### ¿Qué debes tener en cuenta para decidir el precio?

- ✓ Tu competencia
- ✓ Margen de beneficio
- ✓ Experiencia y posicionamiento
- ✓ Casos de éxito y testimonios
- ✓ Retorno de la inversión
- ✓ Cliente final
- ✓ Nivel de competencia en tu sector



---

---

---

---

---

---

### Entonces... ¿Cómo decido el precio?

- ✓ Haz un estudio de mercado
- ✓ Calcula el sueldo que quieres ganar al mes tras impuestos y pon una tarifa que te permita llegar a él sin quemarte trabajando
- ✓ Considera si cumples con todos los requisitos para cobrar precios más altos



---

---

---

---

---

---

## #5 | Condiciones del servicio

---

---

---

---

---

---

¿Qué puntos debo aclarar en este apartado?

- ✓ **Pago.** ¿Cómo y cuando debe ser abonado el importe del servicio?
- ✓ **Revisiones.** ¿Cuántas revisiones incluye tu servicio?
- ✓ **Requisitos para empezar.** ¿Cuándo se inicia el servicio?
- ✓ **Tiempo estimado.** ¿Cuándo es la fecha estimada de entrega?



---

---

---

---

---

Cómo rellenar la propuesta de servicios

---

---

---

---

---

¿Cómo rellenar y entregar correctamente la propuesta de servicios?

- ✓ Plasma tu propuesta en 1 página (básate en nuestra plantilla)
- ✓ Asegúrate de que se la mandas a un prospecto que ya tiene una estimación del coste
- ✓ Acompaña la propuesta de un presupuesto
- ✓ Utiliza [canva.com](https://canva.com) para elevar el diseño, manteniendo siempre la misma estructura



---

---

---

---

---



¡Ahora te toca a ti!

**CAMPAÑA SEO ANUAL**

**OBJETIVOS**

- 1. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.
- 2. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.
- 3. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.
- 4. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.

**PROCESO DE TRABAJO**

- 1. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.
- 2. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.
- 3. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.
- 4. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.

**CONSEJOS**

- 1. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.
- 2. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.
- 3. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.
- 4. **Identificar objetivos**  
El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.

**CONEXIONES**

El alumno deberá ser capaz de identificar los objetivos de la campaña de SEO anual.

