

FASE 2

Mensaje y Estrategia: Construir tu marca y atraer clientes

Propósito: Traducir tu promesa en 2–3 servicios claros y éticos, y preparar un pitch breve que conecte con deseos reales y objeciones frecuentes de tu cliente, alineado a su fase en el recorrido.

DÍA 12 Definición de servicios y pitch de venta — Claridad y conexión

Hoy vamos a dar un paso esencial: traducir todo lo que has trabajado en servicios concretos y en un pitch breve que comuniqué con claridad quién eres, qué ofreces y cómo transformas vidas.

Tiempo estimado: 90 min

Definir tus servicios no es solo ponerles un nombre y un precio; es diseñar experiencias con límites claros, resultados alcanzables y un encuadre ético que te cuide tanto a ti como a tus clientes. Un servicio bien definido te da confianza para presentarte, te ayuda a atraer a las personas correctas y evita malentendidos.

Tu *pitch de venta* es la versión corta y poderosa de esta claridad. En 60 a 90 segundos debe despertar interés, mostrar tu diferencia y ofrecer una ruta simple para que alguien dé el siguiente paso contigo. **Es la pieza que une tu propósito con tu estrategia.**

Al finalizar este día tendrás 2 ó 3 servicios definidos en fichas claras, y un pitch que podrás usar en tu bio, en redes, en conversaciones y en cualquier presentación profesional.

Paso a paso

1. Aterrizaje (2 min)

Respira 5 veces y escribe: “Hoy diseño servicios simples, valiosos y vendibles; mi claridad es un acto de cuidado.”

2. Ve la clase (60 min)

La clase del tema de hoy ya se encuentra disponible en la plataforma del Bootcamp → Dentro de la sección de “*Contenido*” → y en el apartado “*Ejercicio día 12 + video - Definición de Servicios y Pitch de Venta*”

Para ver la clase te recomendamos lo siguiente:

- Si te es posible, visualiza la clase desde tu computadora.
- Hazlo en un espacio libre de distracciones.
- Silencia tu celular y tenlo con la pantalla hacia abajo para no distraerte con las notificaciones o cada vez que se enciende la pantalla.
- Ten papel y lápiz a la mano para tomar notas.

3. Inventario de valor y alcance (8-10 min)

Después de ver la clase, toma tu ejercicio de **propósito y valores** (Día 2) y tu **promesa** (Día 9)

Completa la siguiente plantilla

Resultado central que prometo:

Método/diferencial (cómo lo hago):

Lo que SÍ incluye mi trabajo:

Lo que NO incluye (límites/derivaciones):

Señales de elegibilidad (Con quién sí trabajo):

Señales de no elegibilidad (quién no trabajo/ cuándo derivo):

4. Diseña tu portafolio de servicios de 3 niveles (15-20 min)

Usa tu **Mapa de Fases del Cliente** (Día 6) y tu **Embudo** (Día 11)

Recuerda definir:

- **Un servicio de Entrada/ Diagnóstico**
- **Un servicio enfocado al Proceso**
- **Un servicio Intensivo/ Premium**

Y ubicar cada servicio en la fase del embudo (awareness → evaluación → decisión → acción → continuidad) donde más impacto genera.

Completa la siguiente plantilla de cada servicio

Plantilla de ficha por servicio 1

Nombre del servicio: _____
Fase del cliente a la que responde (Según tu mapa): _____
Objetivo del servicio (1 línea): _____
Formato y duración: _____ (Por ejemplo: 60 min/semana x 8 semanas)
Alcance
Incluye: _____
No incluye (derivaciones y límites) _____
Metodología (3 a 5 puntos clave): _____

Entregables (Ejemplo: plan de trabajo, cuaderno, ejercicios, audio, seguimiento): _____
Evidencia de lo que logran (testimonio/resultado típico/indicador): _____

Precio de lanzamiento o paquete: _____

Plantilla de ficha por servicio 2

Nombre del servicio: _____
Fase del cliente a la que responde (Según tu mapa): _____
Objetivo del servicio (1 línea): _____
Formato y duración: _____ (Por ejemplo: 60 min/semana x 8 semanas)
Alcance
Incluye: _____
No incluye (derivaciones y límites) _____
Metodología (3 a 5 puntos clave): _____

Entregables (Ejemplo: plan de trabajo, cuaderno, ejercicios, audio, seguimiento): _____
Evidencia de lo que logran (testimonio/resultado típico/indicador): _____

Precio de lanzamiento o paquete: _____

Plantilla de ficha por servicio 3

Nombre del servicio: _____

Fase del cliente a la que responde (Según tu mapa): _____

Objetivo del servicio (1 línea): _____

Formato y duración: _____ (Por ejemplo: 60 min/semana x 8 semanas)

Alcance _____

Incluye: _____

No incluye (derivaciones y límites) _____

Metodología (3 a 5 puntos clave): _____

Entregables (Ejemplo: plan de trabajo, cuaderno, ejercicios, audio, seguimiento): _____

Evidencia de lo que logran (testimonio/resultado típico/indicador): _____

Precio de lanzamiento o paquete: _____

5. Elige uno de los servicios y construye tu pitch de venta breve de 60 a 90 segundos (12–15 min)

Conecta con tu **promesa** (Día 9) y con las **objeciones u obstáculos frecuentes** de tu cliente (Fases de tu cliente)

Construye tu pitch siguiendo la estructura PACREI (7 frases):

1. **Presente una señal real de su día a día:** “Si te pasa _____”.
2. **Amplifique la verdad del problema (sin culpar):** “No es falta de fuerza de voluntad, es _____”.
3. **Cambie la perspectiva:** “Cuando entiendes _____ deja de tener sentido _____”
4. **Ruta (qué hará contigo):** “En X semanas trabajamos _____ con _____ para _____”
5. **Evidencia:** “Clientes/participantes suelen lograr _____ (indicador)”.
6. **Invitación (CTA):** “Si esto es lo que buscas, escíbeme ‘CLARIDAD’/agenda aquí _____”
7. **Elegibilidad (1 línea):** “Es para quienes _____; no es para quienes _____”

6. Con lo que ya trabajaste en la estructura PACREI. **Escribe tu pitch final de venta**, recuerda debe ser un pitch de 60 a 90 segundos **(12-15 min)**

Sigue esta plantilla lista para completar:

“Si te pasa (SEÑAL), no es que te falte (CULPA TÍPICA): probablemente (RAÍZ/REENCUADRE).

En (NOMBRE DEL SERVICIO) trabajamos (PASOS/MÉTODO) durante (TIEMPO)] para que logres (RESULTADO).

Quienes lo hacen conmigo suelen (EVIDENCIA/INDICADOR)

Si esto es lo que buscas, envíame (PALABRA) o agenda en (LINK)

Es para (ELEGIBILIDAD) no para (NO ELEGIBILIDAD)

Ejemplo Especialista en Resistencia a la Insulina

“Si vives cansancio, confusión y miedo a ‘hacerlo mal’ con la comida, no es sólo falta de disciplina: hay estrés y creencias que no te ayudan en tu proceso.

En CUIDAR-RI, trabajamos en 8 semanas: regulación del estrés, psicoeducación y estrategias prácticas de alimentación consciente para que recuperes tu claridad y confianza.

Al terminar el programa, mis consultantes suelen dormir mejor, vivir más tranquilos y reducir la rumiación con la comida.

Si resuena contigo, mandame un DM con la palabra ‘CLARIDAD’ o agenda: (link)

Es para personas con diagnóstico o sospecha de RI.

7. Entregable (5–7 min)

- ✓ Comparte tu Portafolio de servicios, junto con tus 3 fichas de servicios.
- ✓ Comparte tu Pitch de venta en el grupo cerrado.
- ✓ Comparte y comunica también en las redes sociales que utilices. Si todavía no tienes redes activas, usa tus estados de whatsapp o FB. Recuerda que compartir tu proceso es una manera auténtica y poderosa de conectar con tu audiencia, construir confianza y admiración.