

FASE 2

Mensaje y Estrategia: Construir tu marca y atraer clientes

DÍA 13 Cómo comprarte o contratarte- Estructura simple de oferta y landing page

Convertir tu servicio en una oferta clara y profesional, con todos los elementos visibles (qué, quién, resultado, precio y CTA) y redactar tu primera landing page mínima para facilitar la decisión de tus clientes.

Tiempo estimado: 120 min

Uno de los errores más frecuentes en profesionales de la salud y del bienestar es **describir sus servicios** en lugar de **presentarlos como ofertas claras y comprensibles**. Cuando solo hablamos de “sesiones”, “consultas” o “acompañamiento”, el cliente no entiende:

- Qué recibirá exactamente
- Qué resultados esperar
- Ni cómo dar el siguiente paso.

Tu cliente no compra “una consulta” o “X horas contigo”. **Compra la transformación que le ofreces y la claridad de un camino.**

Por eso, una oferta irresistible combina 3 cosas:

1. Claridad → qué es, cómo funciona y qué incluye.
2. Conexión → hablar en el idioma de los deseos y necesidades del cliente.
3. Acción → un llamado directo, concreto y fácil de seguir (cómo comprarte o contratarte)

Tu landing page (página de aterrizaje) es la versión ordenada y accesible de esa oferta: muestra quién eres, qué ofreces, a quién ayudas, cómo funciona y cómo se paga.

Empecemos:

1. Aterrizaje (2 min)

Respira 5 veces y escribe: *“Hoy hago simple y claro el camino para que me contraten”*

2. Oferta simple (10-15 min)

Lo que ayer practicaste en tu pitch de venta verbal, hoy lo llevamos a la escritura de tu oferta y tu landing page. Tómallo como base para el trabajo de hoy.

Completa la plantilla con tu servicio principal, ese para el que hiciste tu pitch de venta:

Plantilla de Oferta Simple

- Nombre del servicio:
- Duración
- Para quién es:
- Qué incluye:
- Qué no incluye:
- Resultado/beneficio principal:
- Formato
- Precio y formas de pago:
- CTA para comprar/ contratar (link, palabra clave, botón):

Ejemplo 1 Nutrióloga No Dieta:

- *Servicio: Volver a Escucharte: Programa 12 semanas*
- *Duración: 12 semanas*
- *Para quién es: Mujeres que han intentado múltiples dietas y quieren paz con la comida.*
- *Incluye: 12 sesiones 1:1, guías prácticas, acompañamiento semanal.*
- *No incluye: Planes restrictivos, promesas de pérdida de peso.*
- *Beneficio principal: Disminuir atracones, aumentar confianza y libertad con la comida.*
- *Formato: Online*
- *Precio: \$___ (Opción de 3 pagos).*
- *CTA para comprar/ contratar: Agenda aquí (link)/ DM con la palabra "PAZ"*

Ejemplo 2 Psicóloga en psiconutrición:

- *"Programa Alimentación con calma"*
- *8 semanas*
- *Para mujeres que sufren ansiedad al comer y quieren recuperar confianza en su cuerpo.*
- *1 sesión semanal online de 60 min + seguimiento por WhatsApp + materiales prácticos.*
- *Planes de alimentación.*
- *Aprenderán a identificar detonantes, regular emociones y tener una relación más libre con tu comida.*
- *Online*
- *Precio \$7,500 en 2 pagos de \$3,750.*
- *Reserva aquí tu lugar con un clic.*

Ejemplo 3 Coach Bienestar Femenino:

- “Plan Vitalidad sin dietas”
- 3 meses
- Para mujeres mayores de 40 que están agotadas, ya no saben que comer ni como cuidarse.
- 2 sesiones al mes online + recetario sencillo + grupo privado de soporte.
- Quieren volver a disfrutar la comida y tener energía diaria.
- Aprenderán a escuchar su cuerpo y nutrirlo sin culpa, mientras lo cuidan con amor y respeto
- Online
- Precio \$6,900, pago único. Agenda en este link.

3. Transforma la descripción simple en una oferta irresistible (10-15 min)

Cuando hablamos de nuestros servicios solemos caer en la trampa de describir la logística (número de sesiones, duración, materiales...) en lugar de **transmitir el resultado y la transformación que la persona busca**.

Una descripción técnica no inspira acción. Una oferta clara sí, porque *conecta con lo que tu cliente desea lograr y le muestra que existe una ruta sencilla para conseguirlo contigo*.

Tu cliente necesita entender *qué recibirá, qué le aportará y cómo funcionará en su vida real*. La diferencia está en pasar de una *descripción* → a una *oferta clara y atractiva*.

Por ejemplo:

- “Ofrezco consultas de 60 min por Zoom”
*Es una **descripción** (datos fríos, no muestra transformación)*
- “Te acompaño a disminuir atracones, aumentar tu confianza y sentir paz con la comida, en un proceso de 12 semanas que incluye acompañamiento nutricional y emocional, seguimiento y material personalizado”
*Es una **oferta** más atractiva porque conecta con necesidades y deseos reales.*
- “Consulta de psicología online de 50 minutos con psicoeducación”
*Es una **descripción** (datos fríos, no muestra transformación)*
- “Sesión individual para comprender tu relación con la comida y llevarte estrategias prácticas que podrás aplicar desde el mismo día”
*Es una **oferta** más atractiva porque conecta con necesidades y deseos reales.*

Elementos de una oferta irresistible (8–10 min)

1. **Nombre claro y atractivo** (no genérico).
2. **Cliente definido** (el PARA QUIÉN) Cuanto más clara seas en a quién hablas, más potente se vuelve tu mensaje.
Ejemplo: *“Mujeres en perimenopausia que se sienten agotadas”*
3. **Transformación específica, clara y aspiracional** (El QUÉ obtendrá, no solo “mejora tu vida”, sino qué área cambia) Es el **gran cambio central** que tu cliente busca en su vida gracias a tu servicio. Es aspiracional, global, responde al **“de dónde (punto A) a dónde (punto B)”** Es única y central, generalmente se expresa en 1 frase.
Ejemplo: *“Pasar de sentir ansiedad con la comida a vivir paz y confianza en cada comida.”*
4. **Diferenciador** (el CÓMO lo lograrán contigo) Explica tu enfoque o método, lo que hace única tu propuesta.
Ejemplo: *“A través de psiconutrición y herramientas de regulación emocional”*
5. **Beneficios tangibles + emocionales** Son los efectos concretos que acompañan y sostienen esa transformación. Funcionan como pruebas de que la transformación está ocurriendo.
 - Tangibles (medibles, prácticos) por ejemplo: menos atracones, dormir mejor, más energía al despertar, organizar menús sin dieta.
 - Emocionales (sentires) por ejemplo: más calma, autoestima fortalecida, seguridad en decisiones, alegría al socializar sin miedo a la comida.Ejemplo:
 - Tangibles: *“Reducir episodios de atracón y disfrutar un poco más cada comida”*
 - Emocionales: *“Sentirte libre, segura y orgullosa de tu relación con la comida.”*
6. **Confianza** (prueba o validación) Testimonios, datos o evidencias que muestren que tu servicio funciona.
Ejemplo: *“9 de cada 10 pacientes reportan más confianza en su alimentación tras 8 semanas”*
7. **Formato simple** (sesiones, duración, acompañamiento)
8. **Precio y forma de pago claros** (sin letras chiquitas)
9. **CTA visible** (cómo contratar en un clic) En único paso
Ejemplo: *“Reserva tu llamada aquí”* o *“Escríbeme la palabra ENERGÍA por DM”*.

4. Ejercicio:

- Revisa que tu servicio incluya todos los elementos.
- Marca con ✓ cuáles de estos 6 puntos tiene tu oferta actual.
- Escribe cómo podrías mejorar los que falten.
- Verifica que tu oferta responda claramente:
 - Para quien es
 - ¿Qué incluye? (sesiones, duración, materiales)
 - Enfatiza el resultado o beneficio principal.
 - Resume el método o experiencia que vivirán contigo.
 - ¿Cómo se entrega? (formato: online/presencial, individual/grupal)

Léelo en voz alta.

Pregúntate ¿Suena inspirador y fácil de entender en segundos?

De tu Oferta Irresistible a tu Landing Page

Tu landing page no es otra cosa que la **traducción visual y estructurada de tu oferta irresistible**. Cada elemento que trabajaste se convierte en un bloque concreto:

- **Transformación clara → Titular principal**
Ejemplo: *“Recupera la paz con la comida en 12 semanas sin volver a hacer dietas restrictivas”*
- **Cliente definido → Subtítulo / Para quién es**
Ejemplo: *“Este programa es para mujeres que sienten que han probado todas las dietas sin lograr paz ni libertad.”*
- **Diferenciador → Sección ‘¿Por qué conmigo?’**
Ejemplo: *“Mi enfoque combina psiconutrición, regulación emocional y acompañamiento cercano”*
- **Confianza → Testimonios / Evidencias**
Ejemplo: *“9 de cada 10 pacientes experimentan menos atracones y más tranquilidad con su alimentación”*
- **Oferta simple y clara → Sección de detalle**
Ejemplo: *“12 semanas, sesiones online semanales, acompañamiento por chat, inversión X, opción de pago en 2 partes”*
- **CTA visible → Botón de acción**
Ejemplo: *“Reserva tu lugar aquí”* o *“Envíame la palabra PAZ por DM”*

5. Redacta en un documento los elementos de tu landing page:

- Título de tu servicio con tu promesa central.
- Cliente definido: *Este programa es para mujeres que...*
- El problema/deseo que resuelves
- Tu diferenciador: *Mi enfoque combina...*
- Tu servicio (estructura de la oferta) El Programa Alimentación con calma *incluye 12 semanas de acompañamiento nutricional y emocional, seguimiento y material personalizado*
- Beneficios tangibles y emocionales: *Lograrás...*
- Resultados y testimonios (aunque ese servicio sea Beta puedes incluir testimonios de clientes que han trabajado contigo) *“María, ex participante: ahora disfruto comer sin culpa...”*
- Presentación breve de quién eres, tu formación y experiencia
- Llamado a la acción concreto y que impulse la acción (botón o link de pago)

Cuando la landing page está diseñada para ofrecer servicios de consulta o acompañamientos 1 a 1 en formato individual, es recomendable presentarte al inicio, justo después del apartado correspondiente al título de tu servicio: *“Soy Ana, psicóloga en psiconutrición...”*

7. Entregable (5–7 min)

- ✓ Oferta irresistible y completa de tu servicio principal
- ✓ Estructura mínima de tu landing (7 bloques).
- ✓ Publica tu borrador en el grupo cerrado para feedback