



¿CÓMO CREAR UNA OFERTA QUE SÍ VENDE?

Kassandra Durán

más información



Introducción

Muchas ofertas no venden porque el servicio sea malo, sino porque no están bien armadas. Esta guía te lleva paso a paso por la misma lógica que usamos con nuestros clientes en Agencia KADO para ayudar a profesionales a transformar lo que saben en una oferta clara, específica y lista para vender.

La regla de oro: No necesitas una oferta perfecta. Necesitas una oferta clara, específica y accionable.

Los errores que esta guía te ayuda a evitar:

- Ofertas demasiado amplias — "te ayudo con todo"
- Sin resultado claro — el cliente no sabe qué va a lograr
- Vender tiempo en lugar de transformación
- Precio puesto al azar, sin relación con el valor entregado

más información



Paso 1: Define el resultado

Todo empieza por el resultado. No por el formato, no por el precio, no por los módulos.

¿Qué cambio concreto generas en quien trabaja contigo?

¿Qué problema específico solucionas?

Escribe el antes y después: define dónde está tu cliente hoy y dónde estará después de trabajar contigo.

Regla de oro: Elige un solo resultado.

En vez de: "Marketing + ventas + mentalidad + estructura"

Mejor: Convierte tu conocimiento en una oferta clara y crea un plan de posicionamiento de 30 días para validarla en el mercado.

Un resultado específico cierra más ventas que uno amplio. La amplitud asusta y hace dudar, pero la especificidad convence.

¿Tu cliente pagaría por conseguir este resultado?

más información



Paso 2: Define tu cliente ideal

No me refiero solo a los datos demográficos, intereses o hábitos, sino que también debes preguntarte sobre el nivel de tu cliente.

- ¿A quién ayudas mejor?
- ¿Con quién obtienes los mejores resultados?
- ¿Quién tiene este problema y lo siente lo suficiente como para pagar por resolverlo?

El nivel de tu cliente cambia la estructura, los tiempos y el precio:

Principiante: recién empieza. Necesita estructura y fundamentos. Precio más accesible.

Intermedio: ya tiene algo pero quiere optimizar o escalar. Buen punto de palanca.

Avanzado: resultados comprobados. Busca estrategia de alto nivel. Precio premium. Muchas veces buscan velocidad, personalización o acompañamiento experto.

Importante:

No definas solo quién es tu cliente; define en qué punto está, qué problema reconoce y qué resultado está dispuesto a pagar.

más información





Paso 3:

Escribe tu promesa

Una promesa clara es lo que hace que alguien diga "eso es exactamente lo que necesito" al escucharte.

Se construye con una fórmula simple:

Ayudo a [CLIENTE] a [RESULTADO] sin depender de [OBJECCIÓN PRINCIPAL] mediante [MÉTODO]

Ejemplos:

"Ayudo a mujeres con poco tiempo a perder peso y comer mejor sin dietas extremas, con un plan nutricional simple que requiere menos de tres horas a la semana."

"Ayudo a coaches a conseguir sus primeros 3 clientes sin hacer publicidad pagada, mediante un método de posicionamiento y conversación orgánica."

Importante:

Tu próximo paso: revisa cada promesa con estas tres preguntas: ¿se entiende rápido?, ¿es específica?, ¿la puedo sostener con mi método y experiencia?

más información



Paso 4: La Oferta

Una oferta no es solo una lista de servicios. Es la forma en la que presentas una solución para que el cliente entienda rápidamente qué recibe, qué resultado puede conseguir y por qué vale la pena elegirte.

Para construirla, define estos elementos:

1. **Nombre de la oferta:** Debe ser claro, fácil de recordar y estar relacionado con el resultado que ayudas a conseguir.
2. **Cliente ideal:** Especifica para quién está diseñada. Mientras más concreto seas, más fácil será que la persona se identifique.
3. **Promesa principal:** Explica qué resultado ayudas a lograr, qué problema reduces y cuál es el enfoque que utilizas.
4. **Servicio principal:** Describe qué incluye realmente la oferta, sesiones, entregables, recursos, implementación o soporte.
5. **Metodología:** Organiza el servicio en etapas. Esto demuestra que existe un proceso y que el cliente no dependerá de la improvisación.
6. **Beneficios:** Muestra cómo cambiará su situación. No hables solo de lo que entregas, sino de lo que podrá hacer, evitar o mejorar.
7. **Recursos y extras:** Añade herramientas, plantillas, guías o bonus que faciliten la implementación y aumenten el valor percibido.
8. **Acompañamiento:** Aclara cuánto dura, cómo será el seguimiento y por qué canales podrá recibir apoyo.
9. **Continuidad:** Piensa qué podría necesitar el cliente después: mantenimiento, mentoría, una segunda fase o un servicio complementario.
10. **Siguiente paso:** Indica con claridad qué debe hacer para comenzar: agendar una llamada, completar un formulario o realizar el pago.

más información



Paso 5: El precio

Tu precio debe ayudarte a alcanzar tu meta de ingresos sin obligarte a trabajar con más clientes de los que puedes atender.

Para calcularlo, divide cuánto quieres facturar al mes entre la cantidad de clientes que realmente puedes acompañar.

Fórmula:

Meta mensual $\div$ número de clientes = precio mínimo por cliente

Después, revisa si puedes entregar un valor coherente con ese precio. No se trata solo de cobrar según lo que quieres ganar, sino de ofrecer una experiencia, acompañamiento y resultado que hagan que el cliente sienta que su inversión vale la pena.

También puedes trabajar con dos precios:

Precio de lanzamiento: para tus primeros clientes, mientras validas la oferta y consigues testimonios.

Precio objetivo: el precio que cobrarás cuando tengas más experiencia, mejores resultados y una oferta más sólida.

Ejemplo:

Si quieres facturar \$1.200 al mes y puedes atender a 6 clientes, tu precio mínimo debería ser de \$200 por cliente. Ahora pregúntate: ¿mi oferta entrega suficiente valor para justificar esos \$200?

Clave: Debes hacerlo con ética, tu precio debe ser sostenible para ti y justificable para el cliente.

más información



Checklist de validación

Antes de lanzar, revisa que tu oferta pase este checklist. Si algo falla, hay algo que ajustar:

- ¿Se entiende en 10 segundos quién es el cliente y qué va a lograr?
- ¿Resuelve un problema real, específico y no un problema genérico?
- ¿Hay un resultado claro al final y no solo actividades?
- ¿Se siente aplicable? ¿El cliente puede imaginarse usándola?
- ¿El precio tiene sentido con el resultado que promete?
- ¿Puedes explicar la oferta en una conversación sin leer nada?

más información





Siguiente paso

¿Quieres convertir esta idea en una oferta lista para vender?

Ya sabes mucho. Ahora necesitas convertirlo en una oferta que el mercado entienda.

Porque tener experiencia no basta si tu propuesta se siente confusa, cuesta explicar su valor o todavía no sabes cómo presentarla.

Por eso creé **Monetiza tu conocimiento**, una consultoría para convertir lo que sabes en una oferta clara, comunicar mejor su valor y diseñar un plan de posicionamiento de 30 días para validarla en el mercado.

Si quieres aprovechar el precio de lanzamiento y salir de la sesión con un plan claro para monetizar tu conocimiento, agenda tu consultoría antes del 17 de agosto.

Más información



@kassandraduranorellana