

14ª CASILLA DEFINE Y DECIDE

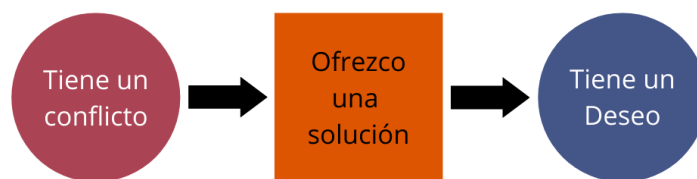
¿A QUÉ ME DEDICO?

- Quinto Bloque: EXPRESIÓN

¿A qué te dedicas?

La mayoría de personas hablan desde su herramienta y no desde la necesidad del cliente

MI SEGMENTO



Nos solemos presentar desde la solución, la herramienta

¿Solución?

- **Concentrar a un tipo de personas**→ Específico
- **¿Qué consigues con esto?** → Segmentar; es acotar (elegir a un grupo de personas)

PROPUESTA: lanzar el mensaje desde el bloque rosa o azul.

- La profesional cree que si dice la **herramienta** (bloque naranja) que sirve para todo tendrá más clientes ¿Qué ocurrirá? Que **no tendré ningún cliente o clientes no adecuados** porque no les llega el mensaje.

SOLUCIÓN→ Mirar qué conflictos y qué deseos tienen.

Escribe a qué te dedicas (si es que estás en tu propósito) o a qué te quieres dedicar (en el caso de que quieras emprender hacia tu propósito). ¿Cuál es tu lanzamiento?

Presentación rápida "Quick"

Elevator pitch → en inglés

Es una **FRASE BREVE** para presentarte. (20-25 segundos)

Finalidad → sintetizar el mensaje, recogiendo lo más importante.

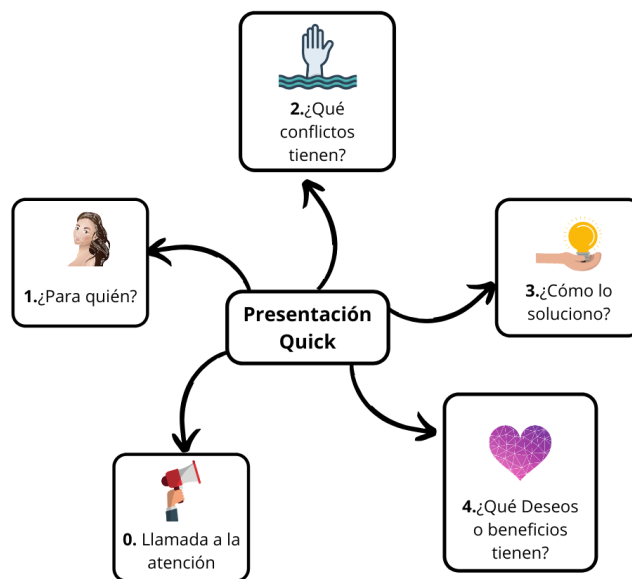
Integra todo → Quién son, qué necesidades tienen, cómo lo soluciono y que desean.

¿Para qué?

Para bajar a la Tierra el barullo mental del contenido confuso. Si le preguntas a alguien a qué se dedica y te dice community manager puede que sepas de qué va pero no qué es lo que resuelve, quizás te quedas a cuadros "flipando".

¿Qué aporte? ¿Qué necesidad cubro? ¿Cómo lo hago? ¿Para quién?

Ejemplo: "Ayudo a mujeres emprendedoras a resolver conflictos entre las relaciones familiares o personales y su propósito de vida."



Escribe tu presentación rápida "Quick". En base a tu experiencia, a lo que la vida te ha traído, a lo que crees que eres buena, por lo que las personas te buscan, etc...monta tu presentación rápida sobre a lo que te dedicas o quieres dedicarte. Recuerda que es una frase corta como la del ejemplo. Crea tu documento de word a parte de este dossier para tenerlo todo junto.

¿Quién es mi cliente?

- Todo lo que nos pasa en vida es por algo, no es porque sí. La vida nos lleva a ese lugar para entrenarnos.
- Todos los desafíos nos van ayudando para adquirir HABILIDADES.

TU DON + HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS NUEVOS → PROPÓSITO DE VIDA

4 PISTAS HACIA TU MISIÓN



CUMPLE TU MISIÓN



PREGUNTA: ¿Qué es aquello que he vivido y soy Maestra? ¿Qué es lo que la vida me ha enseñado y que sé que hay otras personas sufriendo en este punto?

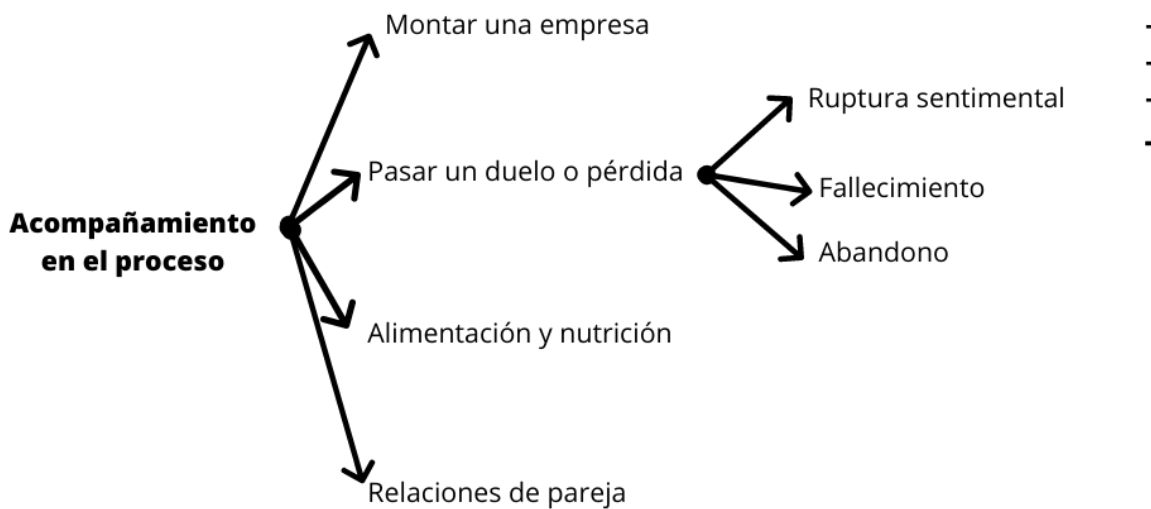
- **Recupera los ejercicios de anteriores casillas y responde estas preguntas.**

NO ELIGES TU PROFESIÓN, TU PROFESIÓN TE ELIGE A TI



ELEGIR UN TIPO DE CLIENTE SE LLAMA SEGMENTAR. Es decir, elegir un tipo de cliente exclusivamente, y diremos que **NO** a aquellos segmentos que “nutren” nuestra especialización. Una empresa que no pierde clientes al segmentar no es una empresa que se diferencie, **NO ES ESPECIALISTA EN NADA.**

Vamos a Segmentar....



Hacer siempre esta pregunta; “¿CUÁNTA GENTE ENTRA EN ESTE SACO?”

➤ **Segmentación cuando tienes la sensación que pierdes clientes.**



Haz el desglose de tu segmento hasta que ya no quepan más personas diferentes en el mismo saco. Así como en el esquema anterior.

Acompaño

Ayudo → pasar duelo o pérdida → del fallecimiento de la pareja

¿Por qué segmentar?

- ❖ **SERÁS ESPECIALISTA.** Referente en tu especialización. Vendrán a ti. 
- ❖ **OPTIMIZARÁS TU TIEMPO.** No tendrás que aprender de todo para ayudar. 
- ❖ **CONFIARÁN MÁS EN TI.** Al ser especialista y centrarte en tu especialización. 
- ❖ **TENDRÁS MENOS COMPETENCIA Y SERÁS MÁS VISIBLE.** Habrá menos de lo que tu hagas. 
- ❖ **PODRÁS AUMENTAR TUS TARIFAS.** Optimizas mejor, vas más al grano. 
- ❖ **TE SERÁ MÁS FÁCIL ENCONTRAR CLIENTES Y EL BOCA OREJA FUNCIONA MEJOR.** Tienes claro en qué te enfocas y te vendrán por ese motivo. Te buscarán por ello corriendo la voz entre las personas interesadas. 

EJEMPLOS

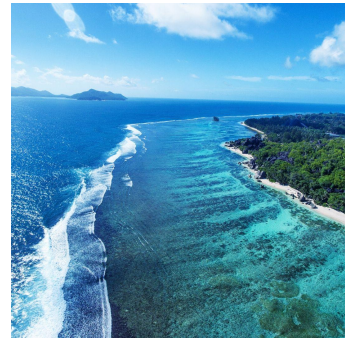
- Marketing para terapeutas
- Metabolismo del dolor
- Mujeres con propósito
- Curar migrañas en mujeres
- Superar depresión postparto
- Mejorar rendimiento empresa
- Sacar partido a las redes sociales
- Superar ruptura sentimental
- Acompañar a enfermos de cáncer
- Empoderamiento de la mujer

Escribe el tuyo. Esta descripción es muy escueta y la vas a necesitar para pintar tu web, redes sociales, etc..

¿Cómo segmentar?



EXPERIENCIA VIVIDA (mi sabiduría)



LA VIDA ME TRAE (invitaciones de la vida)

Diferencia entre sabotajes y donde te lleva la vida→ Sabotajes son miedos y surgen imprevistos y lo logras. La vida te lleva te marca el camino y no salen las cosas, en este caso, no es el camino.

Define a tu cliente:

¿Cuál es su primer conflicto, problema, malestar?

¿Qué necesidades o deseos tiene?

Vamos a detallar el segmento

¿Cuál es su principal problema? <i>Dolores de espalda, no tienen clientes, no tienen motivación....</i>	
¿Edad? <i>Rango o etapas; 25-35, adolescencia</i>	
¿Sexo?	
¿Estado civil?	
¿Tiene hijos?	
¿Qué intereses tienen? <i>Viajar, meditación, espiritualidad...</i>	
¿Qué preocupaciones o inquietudes tienen? <i>Conocerse a sí misma, generar ingresos...</i>	
¿Estatus social/trabajo? <i>Amas de casa, emprendedores, científicos....</i>	

¿Cómo los quieres?

<i>Edad, hobbies, mentalidad, inquietudes, libros leen, tipo de vida, estatus social, por donde se mueven, zonas o ciudades donde viven, tipo de conflicto....</i>
--

Validar el segmento

1



¿Es esto lo que realmente quieres?
¿Te sientes a gusto?
¿conectas con esto?

2

1. ¿Cuanto les importa solucionar su problema?
2. ¿Es Urgente?
3. ¿Es complicado solucionarlo?
4. ¿Es viable y tangible?
5. ¿Qué tan grande es tu segmento?

La presentación rápida "Quick" y las palabras clave→ Lo pintan TODO. Blog, web, RRSS, imagen corporativa, etc.

Vamos a validar tu segmento

S. ¿Estás segura de que esto es lo que realmente quieres? ¿Te sientes a gusto y conectas con esto? ¿Qué tan segura estás de que te quieres dedicar a ello, con esas personas y con este propósito?

0 no tienes ni idea, estás confusa 10 esto es a lo que te quieres dedicar, lo tienes muy claro.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

¿Cómo es de importante para tu segmento solucionar su conflicto?

0 poco importante o nada 10 super mega importante, es de vital importancia

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

¿Qué tan urgente es solucionar su conflicto? ¿Cuánto desean resolverlo?

0 no es urgente 10 es imprescindible hacerlo ya

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

¿Cómo es de complicado solucionar su conflicto?

0 nada o poco complicado 10 muy complejo de solucionar

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

¿Ves viable, fiable y tangible solucionar el conflicto de tu segmento?

0 poco viable 10 viable, fiable y tangible

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

¿Qué tan grande es tu segmento?

0 muy pocos clientes con esos conflictos 10 muy amplio con potenciales clientes

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Si la respuesta a la pregunta 5 está por debajo de 7 revisa tu segmento. Probablemente, no esté muy afinado o no sea el segmento que deseas. No pienses en qué si sabrás o no hacerlo, si lograrás poder ayudar. **Céntrate en lo que realmente quieres, siéntelo.**

Del resto de preguntas debes sumarlas todas juntas. Si el resultado está por debajo de 35 revisa el segmento. Si está por encima de 35 pero alguna respuesta está por debajo de 5 (sobretudo la primera y segunda), es posible que tengas que revisar tu segmento.

Lista conflictos

¿Cuáles son sus problemas? ¿Qué síntomas concretos tienen? ¿Qué les pasa?

- No es lo que tu crees que necesitan
- No es lo que tu puedes aportarles
- **Lo que realmente quieren (mirar desde la necesidad)**

2 LISTAS (Mínimo 25-30 elementos cada una):

CONFLICTOS (problemas)



FRUSTRACIONES (su problema se estanca)



OJO: Si eres terapeuta, coach etc, ojo con los diagnósticos: Ej: cliente tiene “creencias limitantes”, “falta de autoestima”, “inseguridad”. Una necesidad sería “no para de llorar”, “no llega a final de mes”, etc

SELECCIONA 10 ELEMENTOS DE LA LISTA DE CONFLICTOS (más importante) Y ORDÉNALOS DE MÁS A MENOS.

Haz la lista de conflictos, problemas que tienen. Si puedes rellenar más de 30 mucho mejor. Crea tu documento de word a parte de este dossier para tenerlo todo junto con tu presentación rápida.

Conflictos, problemas	

Haz la lista de frustraciones, problemas que tienen y se estancan y les cuesta mucho resolver.

Frustraciones	

Pon los 10 primeros y más importantes conflictos ordenados del 1 al 10 según orden de importancia. Siendo el 1 más importante y 10 menos importante.

	Conflictos, problemas
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Lista Deseos

¿Cuál es su deseo? ¿Qué necesitan? ¿Qué buscan? ¿Qué obtienen de vuestra servicio o ayuda?

- Material
- Servicio, acompañamiento
- Beneficios

1 LISTAS (Mínimo 25-30 elementos):

NECESIDADES, BENEFICIOS, DESEOS, SOLUCIONES



SELECCIONA 10 ELEMENTOS DE LA LISTA (más importante) Y ORDÉNALOS DE MÁS A MENOS.

Haz la lista de necesidades, beneficios, deseos o soluciones que necesitan. Si puedes rellenar más de 30 mucho mejor. Crea tu documento de word a parte de este dossier para tenerlo todo junto con tu presentación rápida y las demás listas.

[illegible]

Pon los 10 primeros y más importantes deseos, beneficios y ordenados del 1 al 10 según orden de importancia. Siendo el 1 más importante y 10 menos importante.

	Necesidades, beneficios, deseos, soluciones
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

3 Fases

0. Llamada a la atención:

"Me dedico a crear estelares de mujeres valientes"

1. Presentación rápida "Quick":

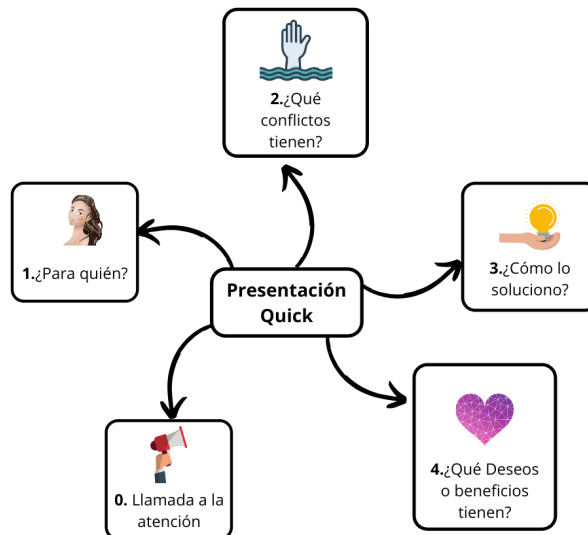
"Ayudo a mujeres emprendedoras a resolver conflictos entre las relaciones familiares o personales y su propósito de vida".

2. Descripción combinada de los 5 elementos primeros de las listas de conflictos y de las de deseos:

"A través de un proceso divertido y terapéutico vas a ir descubriendo qué te impide encontrar tu propósito de vida, qué miedos tienes a la hora de emprender un proyecto como por ejemplo: a cómo pensará tu familia/pareja si decides emprender, a dejar un trabajo con sueldo fijo para emprender algo nuevo, a no ser capaz de independizarte y depender de los demás, la inseguridad de lograr tu sueño, que la familia/pareja te frene para avanzar en tu proyecto, no saber transmitir el mensaje, no tener tiempo para disfrutar de la familia/pareja. Una metodología con sesiones potentes sobre canalización de los guías espirituales, Metodología sistémica familiar y de creencias, técnicas y estrategias para expandir tu don, administración de tiempo, sanación, planificación y dinámicas. La misión principal del curso es que halles la manera de encontrar tu propósito de vida, sentirte realizada con tu proyecto, sentirte apoyada y comprendida por tu familia/pareja, tener claras tus metas, tener más abundancia económica, independizarte sin depender de nadie y obtener un crecimiento personal avanzado eliminando bloqueos internos, sentirte segura a la hora de emprender, disfrutar mientras trabajas o emprendes, tener claro el mensaje de tu proyecto, tener tiempo para dedicarle a tu familia/pareja."

Bloque de Conflictos (problemas) + Bloque de Soluciones (herramientas) + Bloque de Deseos (beneficios)

El orden no importa. En este caso está hecho por bloques pero también lo puedes hacer de forma trenzada. Lo importante es que estés los 3 bloques.



De las 3 Fases para describir a lo que te dedicas, según todo lo que has ido recopilando en los anteriores ejercicios, ahora haz las Fases de tu segmento.

0. Llamada a la atención:

"Me dedico a crear estelares de mujeres valientes"

1. Presentación rápida "Quick":

" Ayudo a mujeres emprendedoras a resolver conflictos entre las relaciones familiares o personales y su propósito de vida".

2. Descripción combinada de los 5 elementos primeros de las listas de conflictos y de las de deseos:

"A través de un proceso divertido y terapéutico vas a ir descubriendo qué te impide encontrar tu propósito de vida, qué miedos tienes a la hora de emprender un proyecto como por ejemplo: a cómo pensará tu familia/pareja si decides emprender tu proyecto, a dejar un trabajo con sueldo fijo para emprender tu proyecto nuevo, a no ser capaz de independizarte y depender de los demás, la inseguridad de lograr tu proyecto/sueño, que la familia/pareja te frene para avanzar en tu proyecto, no saber transmitir el mensaje de tu proyecto, no tener tiempo para disfrutar de la familia/pareja. Una metodología con sesiones potentes sobre canalización de los guías espirituales, Metodología sistémica familiar y de creencias, técnicas y estrategias para expandir tu don, administración de tiempo, sanación, planificación y dinámicas. La misión principal del curso es que halles la manera de encontrar tu propósito de vida, sentirte realizada con tu proyecto, sentirte apoyada y comprendida por tu familia/pareja, tener claras tus metas, tener más abundancia económica, independizarte sin depender de nadie y obtener un crecimiento personal avanzado eliminando bloqueos internos, sentirte segura a la hora de emprender, disfrutar mientras trabajas o emprendes, tener claro el mensaje de tu proyecto, tener tiempo para dedicarle a tu familia/pareja."

MI MÉTODO

Si estás entre dos proyectos...

...vas a tener que elegir. Coge la moneda que en la casilla 1 tuviste que buscar y haz esto:

- En una cara representará un proyecto, y en la otra el otro proyecto.
- Lanza la moneda al aire y cógela. Ponla en tu mano pero sin abrir. No la mires.
- Ahora di ¿cuál te gustaría que no saliera de los dos proyectos?

PUES YA LO TIENES. TU RESPUESTA ES LO QUE INDICA QUE REALMENTE DESEAS. LO QUE NO QUIERES QUE SALGA NO ES EL PROYECTO QUE DEBES EMPRENDER COMO PRINCIPAL...



Pero tienes una opción que suelo recomendar....

...unificarlos para crear tu don

- Cuando los unificas crear tu gran don, es decir, adquieres unas habilidades nuevas cuando unes tus dos proyectos.
- Esto sucede porque si tienes dos proyectos lo que ocurre es llegaron a ti por una razón.
Por ejemplo: si yo soy comercial de ventas y ese es mi primer proyecto y el segundo es experta en redes sociales, puedo fusionar mi experiencia en ventas con el marketing en redes sociales.
- Estas dos profesiones o proyectos llegaron a tu vida por esta razón; ser FUSIONADOS PARA CONVERTIRSE EN **TU DON** Y ASÍ ESTAR EN **TU PROPÓSITO DE VIDA**.
- **Todo lo que aprendemos durante nuestra vida nos acerca a nuestro propósito de vida.**

AHORA TOCA CREAR TU MÉTODO FUSIONANDO TODO LO QUE HAS RECOPILO EN TODA TU VIDA.



¿Cuál es mi Método? ¿Cómo soluciono las necesidades de mis clientes?

- ❖ Vamos a crear nuestra lista de herramientas. Anota todas las herramientas que hayas adquirido, aprendido, que ya trabajas o bien que te gustaría utilizar en tu método. Cuanto más detallado mejor.

Lista de herramientas

- Canalización guías espirituales
- Sanación
- ...
- ...



[illegible][illegible]

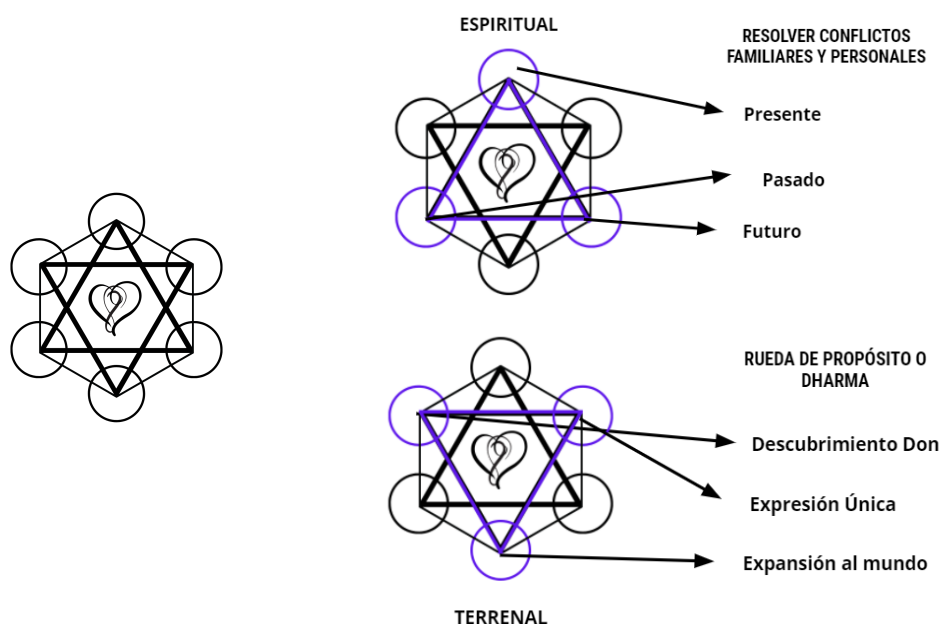
Así tendremos una nueva lista ordenada y empaquetada que será la que diseñe nuestro método.

- Se trata de no hacer servicios o ventas de una en una, sino en formato paquete. Las sesiones o productos sueltos no fidelizan al cliente ni tampoco se le ofrece el máximo potencial.

Hay dos tipos de estructura

- ☐ Lineal
- ☐ Módulos

Lineal→ Es un método secuencial por orden en etapas. No se puede pasar a la etapa 2 sin haber hecho la 1.



Módulos→ Es un método para tocar unos temas determinados pero no determinas tu, sino la necesidad del cliente..

No importa el orden, sino los puntos a tocar. Ejemplos: temas web, nutrición, hábitos.

- En los dos tipos de estructura es muy importante tener claros los bloques, es decir, de la tabla que hemos hecho antes; lo que necesita y la herramienta. Después ya se le da el orden o no según el tipo.



¿Por qué crear un método?

Beneficios para el cliente



GENERA CONFIANZA
El cliente entiende los pasos claros a seguir y soluciones a sus necesidades. Sabe a qué se atiene y hasta qué punto.



SE ENFOCA
El cliente sabe qué conseguirá y se orienta hacia un objetivo (una solución)



SE IMPLICA
El cliente por haber pagado el proceso, lo entiende.



EL SERVICIO ES TANGIBLE
El cliente tiene la sensación de pagar o comprar algo real. Es capaz de bajar el proceso a la Tierra.

¿Por qué crear un método?

Beneficios para ti



AHORRAS TIEMPO
No tienes que estar buscando información extra ni personalizar. Optimizas y automatizas algunos aspectos.



BUENA ECONOMÍA
El cliente no abandona a medio proceso. Puedes repartir ingresos durante el proceso.



TE CONViertes EN UNA EXPERTA
Cada vez lo haces mejor y sabes más a medida que vas repitiendo puedes dar más profundidad.



TE AYUDA A LA VENTA
Vendes algo real y tangible que el cliente entiende. Le das valor a tu servicio: cemento, ladrillo, martillo, etc = casita

Valida tu método

¿En qué rango de precio crees que debería estar tu método? No te fijas en el segmento, no lo tengas en cuenta.

50-100€	100-500€	500-900€	900-1200€	1200-1800€	1800-2500€	Más...
---------	----------	----------	-----------	------------	------------	--------

¿Puede tu segmento pagar por la solución que propones?

0 no es probable, 10 si seguro

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- ❖ **Ahora anota en tu diario todas las inspiraciones que te han venido sobre tu método.**

