

A glass of dark coffee sits on a cork coaster in the upper left corner. Below it, a laptop keyboard is visible, with keys like 'A', 'S', 'D', 'F', 'G', 'H', 'J', 'K', 'L', 'M', 'N', 'O', 'P', 'Q', 'R', 'T', 'U', 'V', 'W', 'X', 'Y', 'Z' clearly visible. The background is a light, neutral color.

6 claves para tener una web que venda

Cuaderno de Trabajo

Bienvenid@

Bienvenid@ a este Cuaderno de Trabajo. Es una guía que te ayudará a crear una web que te sirva de herramienta para vender tus servicios.

Diseño Web Para Coaches y Terapeutas

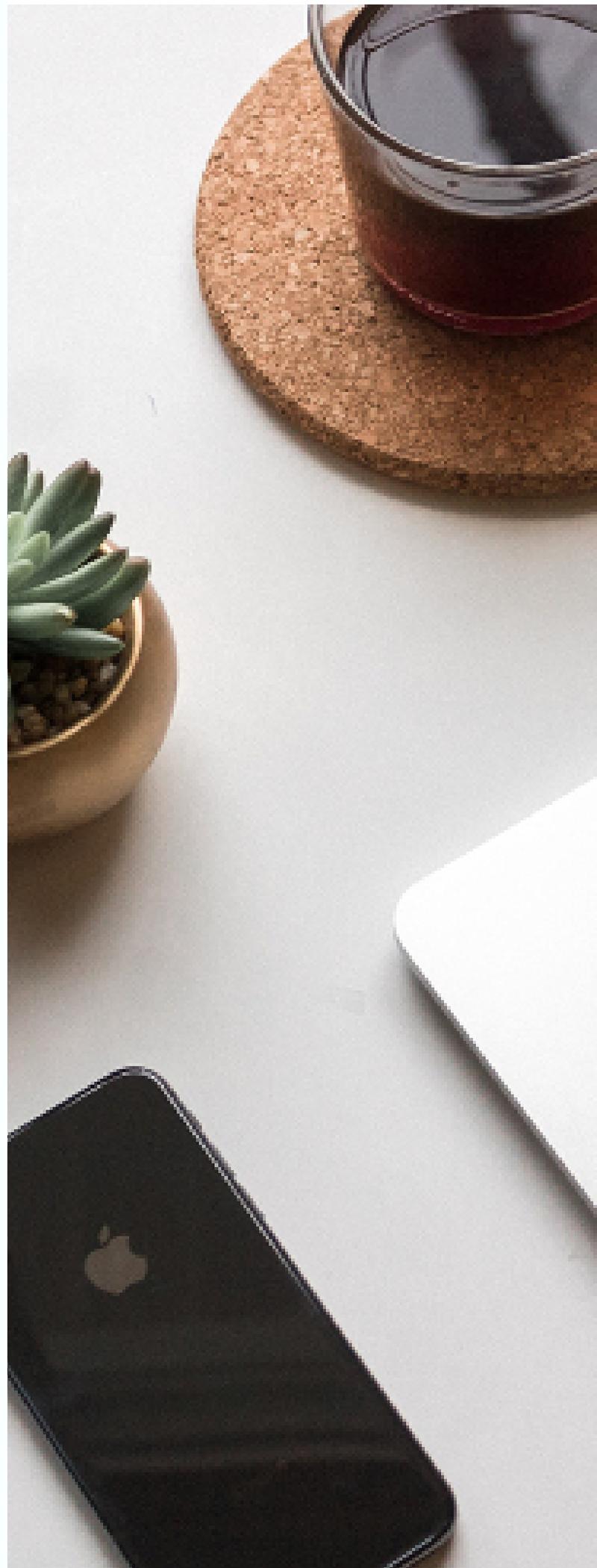
Soy Helena, ayudo a coaches y terapeutas que sienten agobio por la tecnología, a que aprendan a crear su página web desde cero, sin necesidad de saber diseñar ni programar.

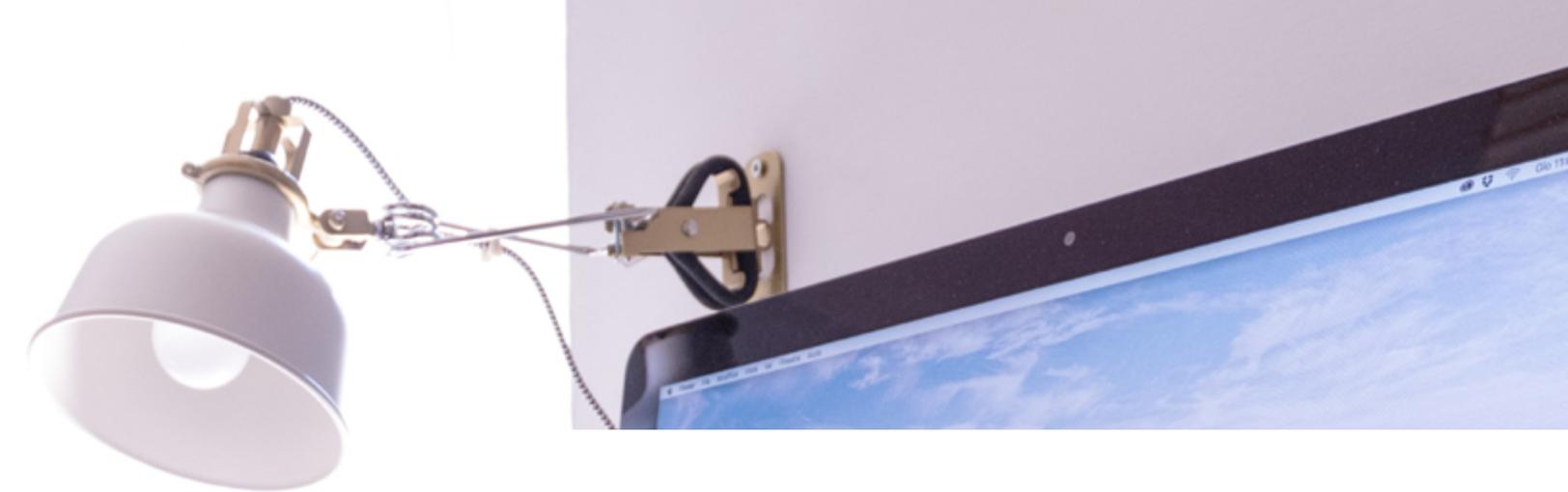
Llevo más de 5 años como diseñadora. También me especializo en diseño digital y de interacción. Soy autora del curso: Crea tu Web desde Cero.

¿Qué vas a conseguir con este Cuaderno de trabajo?

- Definirás los objetivos de tu web para que estén alineados a tu negocio
- Sabrás quién es tu cliente ideal para destacar de la multitud
- Crearás el mensaje principal de tu web para atraer a tu cliente ideal
- Aprenderás a destacar cómo tus servicios ayudan a tus clientes
- Te ayudaré a encontrar lo que hace único a tus servicios.

Toda esta información es importante tenerla clara porque mucho de lo que escribas, te servirá para vender tus servicios en tu página web.





¿Qué tienen las webs que te ayudan a vender?

Primero para tener una página web **tienes que tener en claro para qué la necesitas**. No solo se trata de tener una web porque te dijeron que la necesitas para tener presencia en internet. Es **importante conocer cuáles son tus objetivos de negocio** para que tu página web vaya de acuerdo a eso, enfocada en vender tus servicios.

No se trata de tener una web solo por tenerla. **Una página web es una herramienta que te sirve para darle información a la gente que está buscando tus servicios en internet.**

Tu página web, debe ayudar a las personas a contestar las dudas que tengan sobre tu servicio como: ¿De qué forma les ayuda a mejorar su vida? ¿En qué consisten tus servicios? ¿Cómo los contratan? ¿En qué consiste una sesión de trabajo contigo?

Es importante que sepas, que **debes escoger a un público específico al cual hablarle, porque si no le hablas a alguien en particular, no le hablas a nadie**. El mensaje de tu web no puede ir dirigido a todo mundo. No es lo mismo hablarle a personas que tienen problemas de pareja que a personas atravesando por depresión y ansiedad.

El mensaje de tu página web debe ser claro. Por eso a través de varios ejercicios te ayudaré con esta tarea. También te servirá para aclarar los objetivos de negocio que tengas. **Necesitas destacarte en un mar de gente que ofrece los mismos servicios que tú.**



#1 Define: ¿Por qué quieres una página web?

Saber los objetivos de tu página web te servirá para tener más claro de qué forma puedes usar mejor esta herramienta para vender tus servicios y saber qué información sobre texto e imágenes necesitas incluir.

De las siguientes preguntas, puedes escoger más de una opción.

a-¿Cuál dirías que es el objetivo general de tu página web?

- _Crear una base de clientes potenciales
- _Que lean mi contenido
- _Que reserven mis servicios
- _Conseguir más clientes
- _Mostrar mis servicios
- _Que me contacten de forma directa

b- Qué harás en tu página web

- _ Hablar de tus servicios
- _Ofrecer información
- _ Otros: blog

c-¿Si vas a ofrecer servicios...

- _Puede pagar pero a la hora de reservar tienen que enviar un email o mensaje
- _Puede reservar sesión, pero para el pago le envías los datos para formalizar reserva
- _Puede consultar precios en la web o descargando tarifas

d-¿Vas a ofrecer algún tipo de contenido gratuito? ¿qué formato?

- _PDF
- _video
- _Post de blog

e-¿Cómo van a acceder a ese contenido?

- _email marketing
- _redes
- _blog





#2 Ten claros los objetivos de tu negocio

Tu página web es una herramienta de venta, pero tiene que estar alineada a los objetivos que quieres para tu negocio. Tener esto claro esto, es la guía para escribir el mensaje principal de tu página web y de tu marca en general.

a-¿Por qué decidiste lanzar tus servicios como coach o terapeuta? ¿Cómo surgió tu proyecto?

b-¿Cuál es la misión de tu negocio?



**c-¿Cuáles son tus objetivos a mediano y largo plazo para tu negocio?
Escribe tus 3 principales objetivos**

d-¿Cuál servicio es el más solicitado? ¿Por qué crees que sea?

e- ¿Podrías ofrecer algún PLUS a tus servicios para mejorar la experiencia de tus clientes?

f-¿Por qué servicios quieres que te encuentren? ¿cuáles quieres destacar?



#3 Define a tu cliente ideal

Cuando tienes un negocio online, si no tienes claro a quién te diriges, no destacas de la multitud y tu mensaje se confunde entre tanta información por internet. Es por eso que es tan importante saber a quién le hablas en tu página web y en tu comunicación online en general.

a- ¿Quiénes son tus clientes actuales? ¿A quiénes atiendes más? Son estudiantes, familias, extranjeros, mujeres, parejas, niños, etc.

b- ¿Qué tienen en común los clientes que atiendes más? Edad, tipo de consulta, problema específico, género, etc.



c- ¿A quién dirías que ayudas? Describe a esa persona, cuáles son sus preocupaciones, qué le gusta, qué necesita. Ejemplo: Ayudo a parejas, ayudo a padres de familia, ayudo a niños con déficit de atención, etc.

d- ¿Qué problemas ayudas a resolver a tus clientes? ¿De qué forma le ayudas a resolver sus problemas a tus clientes? ¿Qué van a conseguir al trabajar contigo?

e- ¿Cuáles son las 3 principales razones por las que crees que tus clientes tienen preferencia por tus servicios?

f- ¿Qué valor le aportan tus servicios a la vida de tu cliente? ¿qué valoran más de tus servicios?



#4 Describe la forma en que ayudarás a tus clientes

Aquí vas a describir la forma en la que tus servicios le facilitan la vida a tus clientes. ¿De qué forma su vida mejora? Con una serie de preguntas te ayudaré a que describas lo mejor posible tus servicios.

a-¿Qué servicios ofreces? Describe en qué consiste cada uno de tus servicios (servicio, duración, costo)

b-¿Qué modalidad tienes de servicio? Presencial, en línea, asesoría personal, de pareja, grupal, etc.



c-¿Cómo contratan tus servicios?

d-¿Por qué medio te pueden hacer preguntas si tienen dudas de tus servicios?

e-Qué formas de pago aceptarás? Depósito, transferencia bancaria, pago online, paypal

f-¿Cuáles son las 3 principales razones por las que crees que tus clientes tienen preferencia por tus servicios?



#5 Crea el mensaje principal de tu marca y tu página web

Tener un mensaje principal para tu página web, tus servicios y tu marca te ayudará a destacar de otras personas que ofrecen los mismos servicios que tú. A quien ve tu mensaje, le quedará claro en pocas palabras lo que ofreces y para quién va dirigido tu servicio.

a- En una sola frase, resume la forma en que ayudas a mejorar la vida de las personas: Ayudo a (cliente ideal) a (qué ayudas a resolver o llegar a cierta meta) + (la forma en que le ayudas).

Ejemplo: Ayudo a padres de familia a mejorar la atención de sus hijos con TDAH aplicando técnicas de mindfulness.

b-¿Cómo es tu proceso de trabajo?



c-¿Qué tipo de consejos, tips relacionados a tu servicio podrías dar?

d-¿Qué preguntas frecuentes te hacen sobre tu servicio?

e- ¿Qué tipo de contenido podrías crear para contestar las dudas más comunes sobre tu servicio?



#6 Define la personalidad de tu negocio

Aquí vamos a definir lo que hace único tus servicios, lo que te diferencia. Con una serie de preguntas descubrirás lo que te hace destacar y lo que te hace único.

a-¿A quién consideras tu competencia ? Escribe 3 ejemplos.

b-¿Qué te diferencia de la competencia? ¿Qué haces tú diferente?



c- ¿Qué puedes contar de forma resumida acerca de ti y tu trayectoria profesional?

d- Imagina que tu negocio como si fuera una persona ¿Cómo describirías sus características? Ejemplo: curioso, abierto, explorador, comprensivo, simpático, atento, alegre, etc.

e- ¿Hay alguna empresa, negocio o marca que te guste? Por ejemplo a mí me gusta mucho la imagen de Marie Forleo (marieforleo.com) Puede ser negocios parecidos al tuyo, marcas que consumes en tu vida diaria, marcas que te inspiran o las que te gustaría parecerte.

f-¿Cómo te han encontrado la mayoría de tus clientes?