**FICHA DISCOVERY**

En esta ficha determinaremos tu servicio a vender, tu oferta irresistible, tu cliente ideal y lo que te hace diferente.

**¿Qué vas a vender?**

*Si todavía no lo tienes claro, responde lo mejor que puedas a las siguientes preguntas:*

| ¿Cuál de tus productos o servicios (o packs)…tiene mayor demanda o está de moda en tu zona ahora mismo? |  |
| --- | --- |
| ¿Cuál de tus productos o servicios (o packs)…te deja mayor margen de beneficio?:  |  |
| ¿Cuál de tus productos o servicios (o packs)…soluciona un problema tan grande o específico, que tus clientes estarían dispuestos a pagar lo que fuera necesario para hacerlo desaparecer? *(Ejemplo, eliminar tatuaje, injerto capilar sin rapar la cabeza, máquina que elimina dolor de rodilla a gente que lleva años yendo al fisio y no se le va)* |  |
| ¿Cuál de tus productos o servicios (o packs)… tiene menos competencia y la demanda de ese producto o servicio es alta? *(Ejemplo, eliminar tatuaje, injerto capilar sin rapar la cabeza, máquina que elimina dolor de rodilla a gente que lleva años yendo al fisio y no se le va)* |  |
| ¿Cuál de tus productos o servicios (o packs)... piensas que (según tu experiencia), AHORA es la mejor época para promocionarlos?  |  |
| ¿Con cuál de tus productos o servicios (o packs)…. podrías permitirte hacer una promoción u oferta más fuerte/agresiva para atraer clientes nuevos?  |  |
| ¿Cuál de tus productos o servicios (o packs)... es tan conocido o está tan de moda que la gente en general ya sabe todo sus beneficios (sin que se lo expliquemos) y su precio medio de mercado?*(Ejemplo, no mucha gente sabe lo que es una blefaroplastia, pero sí saben lo que es una depilación láser o un implante dental)* |  |
| ¿Cuál de tus productos o servicios (o packs)…has promocionado anteriormente con buenos resultados? ¿Cuál fue la promoción/oferta? |  |
| ¿De qué producto o servicio (de los que tú tienes) has visto más anuncios (de tu competencia) recientemente?¿Recuerdas cuál era su oferta/promoción?  |  |

***1.1 ¿Tienes ya claro QUÉ SERVICIO quieres promocionar?1 ¡¡ESTUPENDO!! Escríbelo aquí abajo***

| ¿Qué servicio vamos a promocionar?  |  |
| --- | --- |
| ¿Cuál es el principal problema que resuelve tu servicio?  |  |
| ¿Por qué has elegido ese servicio y no otro?  |  |

**TU OFERTA IRRESISTIBLE**

*Para determinar la oferta que haremos primero debemos tener en cuenta las fases que componen el servicio*

| **FASES + DESCRIPCIÓN** | **PRODUCTOS USADOS, MAQUINARIA Y BENEFICIOS PARA EL CLIENTE** | **TIEMPO** | **PRECIO** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| 4 |  |  |  |
| 5 |  |  |  |
| 6 |  |  |  |
| 7. |  |  |  |
| **EXTRAS QUE SE PUEDEN AÑADIR** (PDF gratis, Sesión Fotos Gratis, 1 sesión extra gratis, etc) |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| **SUMA TOTAL DEL VALOR** |  |  |
| **PRECIO VENTA / PRECIO OFERTA** |  |  |
| **EL CLIENTE SE AHORRA…** |  |
| ¿Cuál dirías que es el precio de mercado de este servicio (con todo lo que tú ofreces)?  |  |
| ¿Tu servicio se percibe como un “CHOLLO” a ojos del cliente? |  |
| **HAY GARANTÍA?** (Se trata de ofrecer algo que ayude a eliminar sus miedos y dudas) |  |

**Preguntas frecuentes sobre tu servicio**

| ¿Cuántas sesiones son necesarias para ver resultados? |  |
| --- | --- |
| ¿Cuánto tiempo se tarda en ver los resultados? |  |
| ¿Por qué es diferente a otros tratamientos similares? |  |
| ¿Qué es la tecnología XYZ? |  |
| ¿Es doloroso? |  |
| ¿Es compatible con cualquier tipo de piel? |  |
| ¿Cuánto duran los resultados del tratamiento? |  |
| ¿Es compatible con otros tratamientos? |  |
| ¿Cada cuánto tiempo puedo realizarme el tratamiento? |  |
| ¿Cuál es el cuidado posterior? |  |

**Sobre tu cliente ideal**

*¿Qué perfil de persona es más probable que compre tu servicio? (Tus respuestas deben basarse en lo que es más probable que suceda, no en lo que te gustaría que sucediera)*

| ¿A quién ayudas? (A una persona que tiene **QUÉ problemas**?) |  |
| --- | --- |
| ¿Qué quiere conseguir esa persona? |   |
| ¿Cuál es el “pero” más gordo que pondrá antes de pagar y que puede arruinarte la venta? |  |
|  |
| ¿Es hombre, mujer o ambos? |  |
| Rango de edad *(Ejemplo: de 30 a 55 años)* |  |
| Si tu cliente ideal **sabe de la existencia de este servicio** en el mercado, ¿Por qué dirías que aún no ha solucionado su problema?¿QUÉ MIEDOS o dudas le pueden estar **FRENANDO** a comprar este servicio? |  |
| ¿Qué **MALAS EXPERIENCIAS** ha podido sufrir el cliente anteriormente (con servicios similares) que le hagan dudar a la hora de comprar el tuyo? *(Qué aparece si buscas en Google: “****Nombre de tu servicio*** *sale mal”?)* |  |
| ¿Por qué **NO DEBERÍA TENER ESOS MIEDOS** **CONTIGO** y tu servicio? ¿Qué le vas a decir para asegurarle que contigo no le pasará lo mismo (malo)? |  |
| ¿**Qué consecuencias NEGATIVAS** tendría elcliente en su vida (o en su día a día) si decidiera esperar un año para comprar tu servicio?  |  |
| Razones emocionales por las que debería comprar tu servicio ***(tras el servicio se sentirá…)****Ej: Quiero un Tesla porque yo no me merezco un coche barato, porque me lo puedo permitir, porque Jim Carrey tiene uno y yo son fan de Jim Carrey, porque siento que vivo en el futuro, porque mi padre me dijo que nunca llegaría a nada y quiero que vea el coche que me he comprado, porque así la chica que me gusta se fijará en mí.*  |  |
| Razones lógicas por las que debería comprar tu servicio ***(¿Por qué elegir tu servicio es la decisión más inteligente que va a tomar?)****Ej: Comprar un Tesla me da prestigio y eso me permitirá cerrar más negocios, ahorro en gasolina, contribuye al medio ambiente, se actualiza solo y cada año funcionan mejor, las baterías no explotan en caso de accidente, es más estable, tiene conducción automática (por lo que es menos probable que tenga accidentes)*  |  |

**Sobre ti y tu negocio**

*¡Perfecto! Ya tenemos el servicio a promocionar, el cliente ideal y nos falta determinar lo que te hace ESPECIAL, la razón por la que los clientes van a querer ir contigo y no con tu competencia.*

| ¿Por qué decidisteis empezar con este negocio y no con otro? |  |
| --- | --- |
| ¿Qué valoran más los clientes que se ponen en tus manos? |  |
| ¿Quién te hace diferente de tu competencia? |  |
| ¿Por qué alguien te debería elegir a ti en vez de una opción parecida y más barata?  |  |
| Otras ventajas de tu clínica; (Ejemplo: La clínica tiene wifi, vistas privilegiadas, fácil aparcamiento, el paciente no espera más de 10 min para ser atendido, cita por Whatsapp, zona de juegos para niños, etc) |  |