

WORKBOOK

DE Ideas
A MÉTODO

NO TE FALTAN IDEAS. TE FALTA ESTRUCTURA.

DÍA 2

Andréina figuera.

MENTORA DE NEGOCIOS ONLINE Y LIDERAZGO FEMENINO

AHORA SALIMOS AL MUNDO.

Ya reconociste tu causa. Ahora toca mirar afuera: ¿Qué necesita tu cliente ideal que tú sí puedes ofrecer?

MODELOS DE NEGOCIO ONLINE

No todos los negocios se construyen igual. Aquí verás opciones para elegir cómo monetizar tu talento, desde mentorías hasta programas grupales.

- Membresías**
- Mentorías**
- Masterminds**
- Ecommerce - Tienda Online**
- Programas grupales**
- Talleres**
- Eventos de networking**
- Infoproductos**
- Clases gratuitas para validar productos**
- Eventos gratuitos para potenciar tu autoridad y ganar seguridad**
- Participación como speaker**
- Podcast**
- Blog**
- Grupos privados con tu comunidad**
- Email marketing**

Esto no se trata de hacerte viral. Se trata de construir un negocio que perdure y te represente.

- **Resolver** un problema real y urgente.
- **Identidad** clara y valores sólidos.
- **Relaciones y Networking.**
- **Generar** confianza.
- **Conexión** emocional.
- **Gestión** Financiera Inteligente.
- **Experiencia del Cliente** – Un cliente satisfecho no solo vuelve, sino que te recomienda.
- **Mentalidad de Largo Plazo** – Construye algo sostenible en el tiempo, no solo tácticas de dinero rápido.

ESTRUCTURA DE TU PROPUESTA

Vamos a desglosar tu idea en pasos concretos. Este bloque es tu base para construir una propuesta clara, vendible y alineada.

PASO 1 SEGMENTO DE CLIENTE

¿Quién es el cliente soñado de tu servicio?

¿Quién NO es el cliente ideal para ti?

PASO 2 PROBLEMAS

Describe por lo menos 3 problemas que tu percibes de ese cliente soñado.

PASO 3 FUENTES DE INGRESO

¿Cómo pretendo hacer plata con mi idea?

¿Como voy a ganar dinero con este producto?

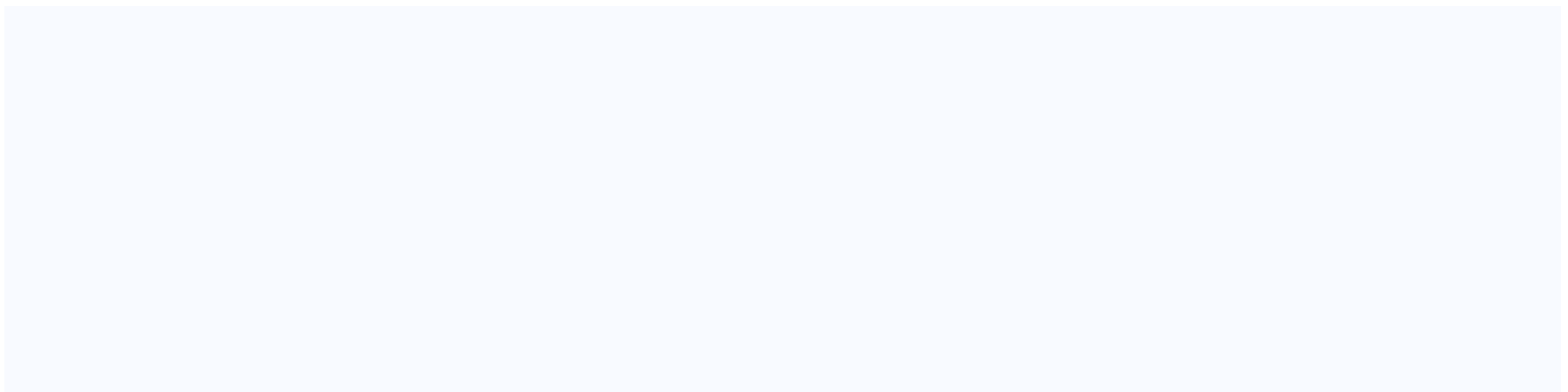
¿De que forma me gustaria entregar mi servicio?

¿Cuánto tiempo le tomará a tu cliente obtener el producto o el resultado?

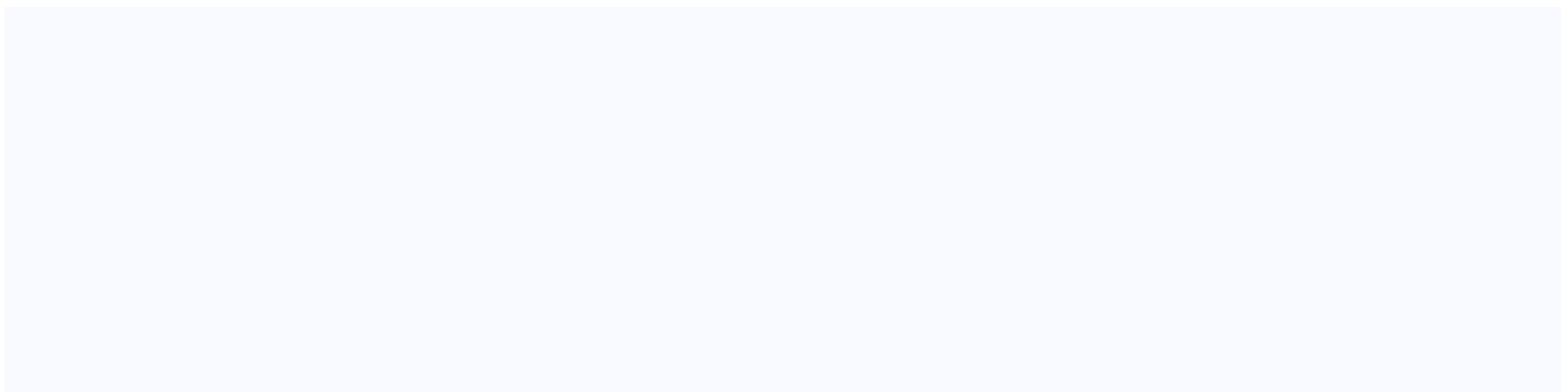
¿De qué forma o manera consideras más efectivo y rentable ofrecer tu servicio/producto?



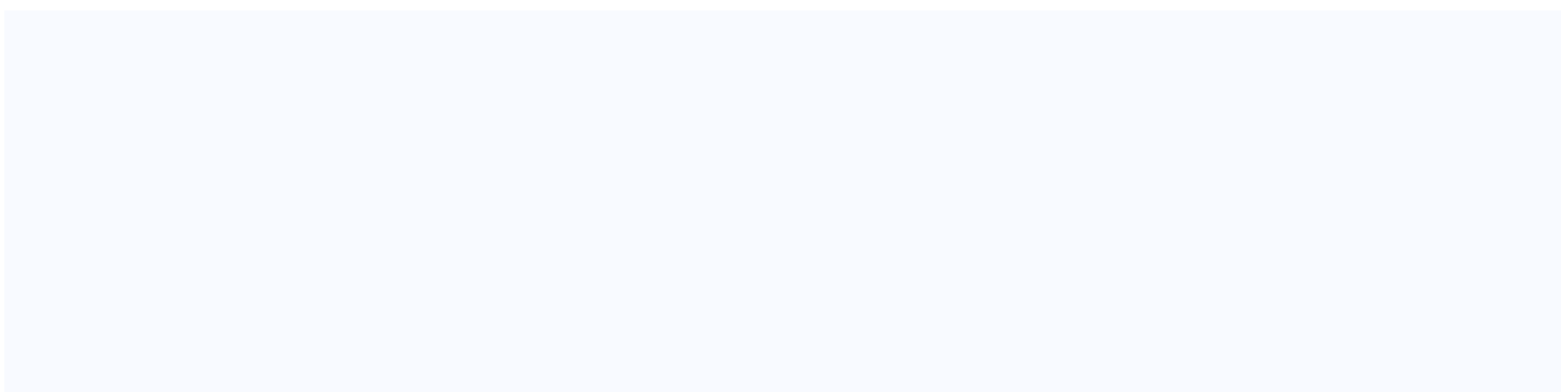
¿Qué es un no negociable en tu servicio?



¿Qué recursos necesitas para hacerlo realidad?



¿Qué necesitas adquirir o tener para obtenerlo?



¿Qué es necesario aprender o desarrollar para lograrlo?



PASO 3 FUENTES DE INGRESO DESEADAS

OPCION 1

Programas grupales

OPCION 2

Mentorias

OPCION 3

Ecommerce

SISTEMA

PASO 4 SOLUCIÓN

¿Qué cualidades va a desarrollar tu cliente soñado con tu servicio-producto?

¿Cuál es el principal problema que vas a resolver con tu producto/servicio/programa?

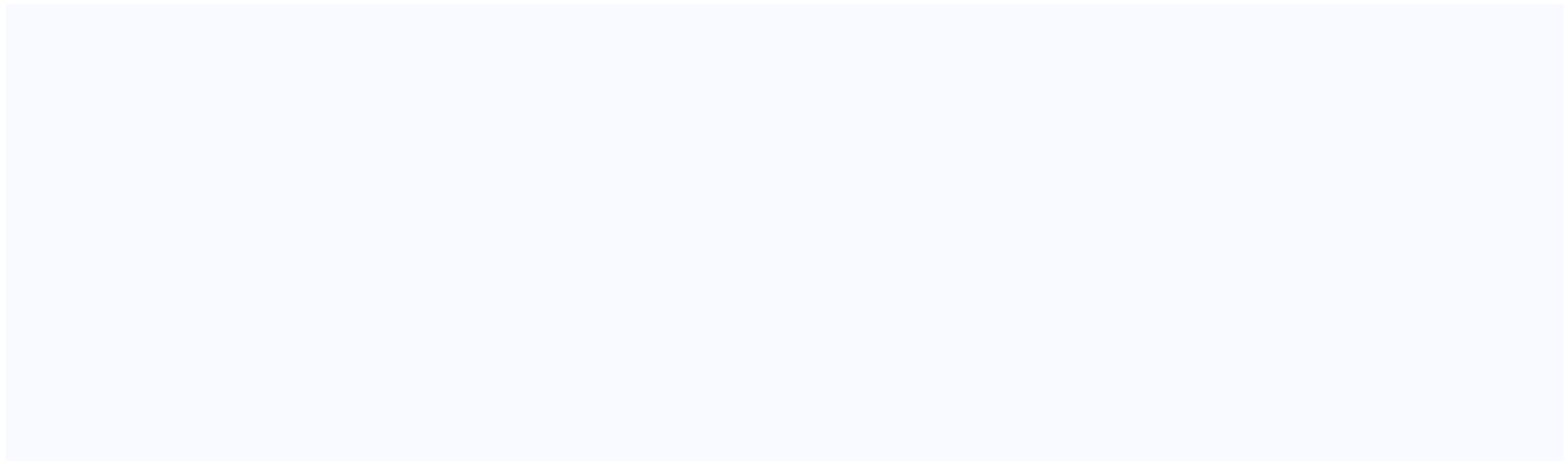
PASO 5 PROPUESTA DE VALOR UNICA

¿Qué le ofreces?

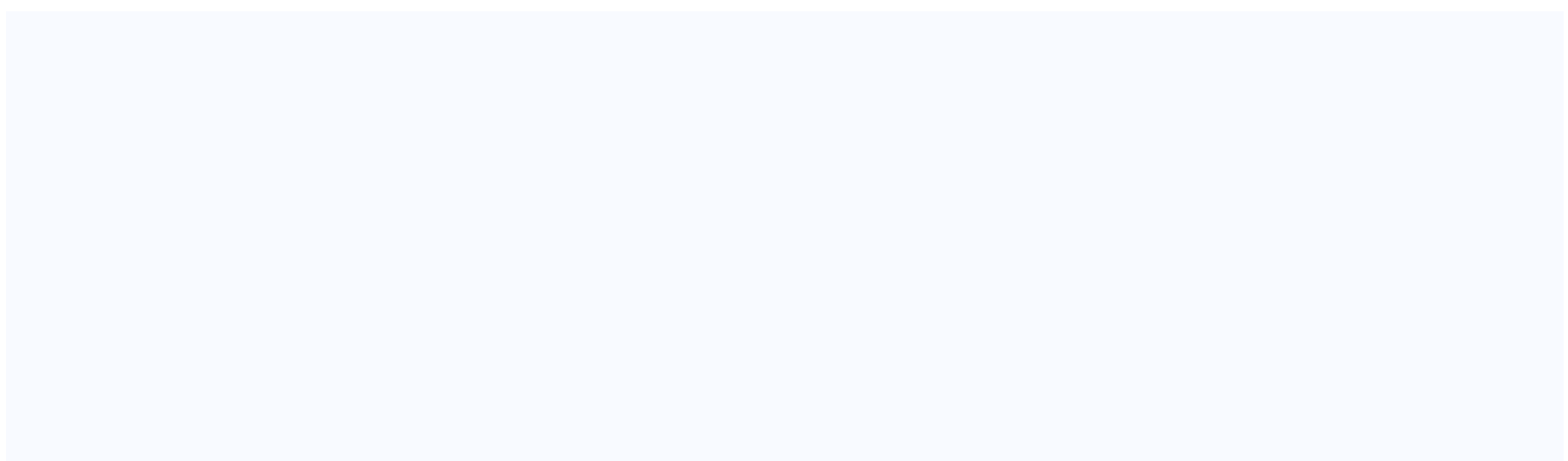
¿Qué va a adquirir o aprender tu cliente ideal contigo?



¿De que forma se va a sentir esa persona trabajando contigo y obteniendo tus servicios?



¿Tu producto/servicio/programa se basa más en tu experiencia de vida o más en formación y entrenamientos que has recibido? ¿Cuáles son estas experiencias de vida? ¿Cuáles son las formaciones y entrenamientos?



Este paso no es opcional. Tu método necesita validación, no solo intención. Aquí aprenderás cómo investigar a tu cliente ideal de forma real, no solo suponiendo.

El objetivo es validar la viabilidad de tu idea de negocios

1. Definir el objetivo de tu estudio
2. Diseñar tus preguntas
3. Colectar los datos
4. Analizar los resultados
5. Crear una propuesta altamente rentable

Tu cliente real es esa persona que tiene uno o varios:

- Problemas
- Obstáculos
- Dolor
- Errores que no lo dejan avanzar.

ANÁLISIS DE ESTUDIO DE MERCADO

La clave: ELLOS quieren solucionarlo. Tú estás para ayudarlos

ANÁLISIS DE SOLUCIÓN BÁSICA

¿Cómo está afectando estos Problemas/Obstáculos/Dolores/Errores a su vida, su trabajo, familia y su entorno?

¿Qué es lo que teme que ocurra si no soluciona esos Problemas/Obstáculos/Dolores/Errores?

¿Cómo se sentirá una vez haya solucionado esos Problemas/Obstáculos/Dolores/Errores?

¿Cómo le beneficiará solucionar esos Problemas/Obstáculos/Dolores/Errores?

¿Quién es mi cliente ideal? Especificarlo muy bien.

REFERENTES DE MERCADO

No para copiar. Para inspirarte estratégicamente.

Vamos a mirar qué ya existe, cómo se está resolviendo lo que tú quieres resolver, y qué puedes aportar tú de forma única.

NO COMPARES TU 1er paso con quien ya tiene varios andados.

Escoge por lo menos 3 perfiles de referentes, productos, servicios, lo que aplique para ti y descríbelos lo más detallado posible.

DÍA

02

REFERENTES DE MERCADO

¿Por qué tu cliente ideal te elegiría a ti y no a otro?

¿QUE TIENES TU, QUE ABSOLUTAMENTE NADIE PUEDA REPLICAR?

**TU MÉTODO ES LA SUMA DE TU HISTORIA
+ EL MERCADO + TU PROPUESTA**

Estás a punto de salir con claridad, dirección y confianza.
Tu método no nace de una fórmula genérica, nace de TU VERDAD.

VALIDAR NO ES *SOLO INVESTIGAR*

La mayoría valida una vez.

Pocas convierten la validación en estrategia continua.
Vender una vez es posible.

Sostener ventas requiere estructura.

Un negocio real necesita:

- Validación constante
- Posicionamiento estratégico
- Sistema de ventas
- Métricas
- Acompañamiento

Crear tu método es el inicio.
Convertirlo en negocio es otro nivel.

**Si quieres recorrer las 3 etapas completas:
Validar. Posicionar. Escalar.**



AGENDA TU LLAMADA.