

GabeDA Pricing Guide & Value Calculator

How to Price Your Service & Justify Value

CORE PRICING STRUCTURE

Standard Monthly Service

Base Pricing Tiers:

Business Size	Monthly Revenue	Recommended Price	Reasoning
Small	< CLP 10M	CLP 150,000	Simpler data, fewer transactions
Medium	CLP 10-50M	CLP 200,000	More complex analysis needed
Large	CLP 50M+	CLP 250-300,000	High complexity, more insights

Complexity Adjusters:

Add **+CLP 50,000** if:

- Multiple locations
- Complex inventory (1000+ SKUs)
- Multiple revenue streams
- Integration with multiple systems
- Custom reporting requirements

Industry Specific:

- **Restaurants/Cafés:** CLP 150-200k (good data, clear metrics)
- **Retail:** CLP 200-250k (inventory complexity)
- **Services:** CLP 150-200k (simpler data typically)
- **Manufacturing/Distribution:** CLP 250-300k (complex supply chain)

PRICING CONVERSATION FRAMEWORK

When They Ask "How Much?"

Template Response:

"El servicio mensual está entre CLP 150,000 y 300,000, dependiendo de la complejidad de tu negocio.

Para darte un precio exacto, necesito entender:

1. ¿Cuántas transacciones procesas mensualmente?
2. ¿Cuántos productos/servicios diferentes ofreces?
3. ¿Qué sistemas usas actualmente?

Pero déjame mostrarte el valor primero..."

[Then use Value Calculator below]

Never Lead with Price

Wrong: "Cuesta \$200k al mes."

Right: "Déjame mostrarte qué recibirías, y después hablamos de inversión."

VALUE CALCULATOR (Use in Meetings)

Method 1: Bad Decision Cost

Questions to Ask:

1. "¿Alguna vez compraste inventario que no se vendió?"
2. "¿Cuánto aproximadamente perdiste en eso?"
3. "¿Cada cuánto pasa algo así?"

Math:

Si pierden CLP 500,000 en inventario equivocado 1x/año:

Costo anual: CLP 500,000

GabeDA anual: CLP 2,400,000 (asumiendo CLP 200k/mes)

Pero si GabeDA ayuda a:

- Evitar esa pérdida (CLP 500k)
- Optimizar inventario 10% (CLP 200k en empresa CLP 20M/mes)
- Identificar producto de alto margen (CLP 300k adicional)

Total valor: CLP 1,000,000/año

ROI: $1,000,000 / 2,400,000 = -58\%$ (PIERDE DINERO EN ESTO)

Wait, that's backwards. Let me recalculate:

Total valor creado: CLP 1,000,000/año

Costo GabeDA: CLP 2,400,000/año

Beneficio neto: -1,400,000 (No es buen ROI)

Hmm, necesito ajustar este método...

Actually, mejor enfoque:

"Si evitas UNA pérdida de \$500k al año con GabeDA,
y el servicio cuesta \$200k/mes = \$2.4M/año..."

Necesitas encontrar \$2.4M en valor.

En un negocio de CLP 20M/mes (CLP 240M/año):

- 1% de mejora en margen = CLP 2.4M ✓
- 1% de reducción en inventario muerto = CLP 2.4M ✓
- 1% de optimización de precios = CLP 2.4M ✓

¿Crees que podemos encontrar 1% de mejora con datos?"

Method 2: Time Value

Questions to Ask:

1. "¿Cuántas horas al mes pasas revisando números?"
2. "¿Cuánto vale tu hora?" (or "¿Cuál es tu salario mensual?")

Math:

Si pasan 8 horas/mes en Excel:

- Owner salario = CLP 2M/mes
- Valor de su hora = CLP 2M / 160 horas = CLP 12,500/hora
- Tiempo en reportes = 8 horas x CLP 12,500 = CLP 100,000

Costo de oportunidad: CLP 100,000/mes

GabeDA: CLP 200,000/mes pero:

- Elimina 8 horas de su tiempo (CLP 100k valor)
- Provee insights mucho mejores
- Costo real = CLP 100,000/mes (200k - 100k tiempo)

Y además esas 8 horas liberadas para:

- Ventas
- Atención cliente
- Estrategia
- Familia/vida

¿Qué podrías hacer con 8 horas extra al mes?

Method 3: Competitive Comparison

Show them alternatives:

Option	Cost/Month	What You Get	Issues
Do Nothing	CLP 0	Intuición, Excel básico	Decisiones a ciegas, oportunidades perdidas
Hire Analyst	CLP 800k-2M	Analista interno	Caro, necesitas supervisar, puede irse

Consultant	CLP 500k-2M	Proyecto único	Una vez, no continuado, no implementan
Power BI + Analyst	CLP 150k+	Herramienta poderosa	Necesitas analista que sepa usarla
GabeDA	CLP 150-300k	<input checked="" type="checkbox"/> Análisis profesional <input checked="" type="checkbox"/> Insights accionables <input checked="" type="checkbox"/> Consulta mensual <input checked="" type="checkbox"/> Experiencia 10 años	Confianza en 1 persona

Value Proposition: "Estás obteniendo capacidad de analista senior (CLP 2M+) por 15% del costo, sin contrato largo, sin necesidad de supervisar."

Method 4: Margin Improvement

The 1% Rule:

Negocio con CLP 30M/mes en ventas, 20% margen:

- Ganancia actual: CLP 6M/mes

Si GabeDA ayuda a mejorar margen 1%:

- Nuevo margen: 21%
- Nueva ganancia: CLP 6.3M/mes
- Mejora: CLP 300,000/mes

Costo GabeDA: CLP 200,000/mes

Beneficio neto: CLP 100,000/mes

ROI: 50% mensual

¿Es realista mejorar margen 1% con insights de datos?

ABSOLUTAMENTE.

Ejemplos de cómo:

- Identificar producto de bajo margen que parece rentable
- Optimizar precio de productos de alta demanda
- Reducir inventario muerto
- Identificar clientes no rentables

Script: "En un negocio como el tuyo con [X]M en ventas mensuales, solo necesitamos encontrar 1% de mejora en margen para pagar el servicio y más. ¿Crees que hay 1% de oportunidad escondida en tus datos?"

HANDLING PRICE OBJECTIONS

"Es muy caro"

Response Framework:

1. **Empatiza:** "Entiendo, es una inversión."
2. **Reframe:** "Déjame preguntarte - ¿cuánto te cuesta una mala decisión?"
3. **Compare:** [Use competitive comparison above]
4. **ROI:** [Use 1% rule above]
5. **Option:** "¿Qué tal si empezamos con análisis único a CLP 120k para que veas valor?"

Alternative Responses:

Compare to Other Expenses: "*¿Cuánto gastas en marketing al mes? ¿En tu sistema POS? ¿En contador? GabeDA es similar pero te dice exactamente dónde está funcionando tu inversión.*"

Daily Cost: "*CLP 200k/mes es menos de CLP 7,000 por día. ¿Cuánto vendes en un día? Si esto te ayuda a optimizar aunque sea un día al mes, se paga solo.*"

Cost of Ignorance: "*Lo caro no es CLP 200k/mes. Lo caro es operar a ciegas y perder CLP 500k en una decisión equivocada.*"

"No tengo presupuesto"

Response:

"Entiendo. Hay dos formas de ver esto:

1. ENCONTRAR PRESUPUESTO:

- ¿Qué gastos mensuales podrías optimizar con mejores datos?
- Si encuentro CLP 200k en ahorros en el primer mes, ¿eso cubre el servicio?

2. CREAR PRESUPUESTO:

- ¿Qué tal un análisis único a CLP 120k?
- No es mensual, es una vez
- Ves valor concreto
- Después decides si continúas

O podemos hablar en [3 meses] cuando tengas presupuesto.

Mientras tanto, ¿puedo enviarte tips gratuitos por WhatsApp?"

"Necesito pensarlo"

Response:

"Por supuesto - es una decisión importante.

¿Puedo preguntar qué específicamente necesitas pensar?"

- ¿Es el precio?
- ¿Dudas si funcionará para tu negocio?
- ¿Necesitas consultar con socio/contador?
- ¿Es el momento?

[Based on response, address specific concern]

¿Qué tal si te envío un ejemplo MUY específico de 2-3 insights que podríamos generar para [TU negocio]? Sin costo, solo para que veas el valor concreto antes de decidir."

DISCOUNT POLICY (Use Strategically)

When to Discount

Good Reasons:

- ☒ First client ever (up to 30% off for 3 months)
- ☒ Referral source (10-20% off)
- ☒ Multiple locations of same business (10% per additional)
- ☒ Annual prepayment (15-20% off)
- ☒ Case study participant (20% off for 6 months in exchange for testimonial)

Bad Reasons:

- ☒ They just asked for discount
- ☒ You're desperate for client
- ☒ "Everyone wants discount"
- ☒ You feel bad charging

How to Offer Discount

Never offer unsolicited: Wait for them to ask, or bring it up as:

"El precio estándar es CLP 200k/mes.

Dado que serías uno de mis primeros clientes en Villarrica, y me ayudarías con feedback para perfeccionar el servicio, puedo ofrecerte CLP 140k/mes por los primeros 3 meses.

Después de eso, subiría a precio normal. ¿Te parece justo?"

Discount with Condition: "Puedo hacer CLP 150k en vez de CLP 200k si: [Condition]"

Conditions could be:

- Testimonial video
- Referral to 2 businesses

- Case study participation
- Annual prepayment
- Quick decision (this week)

Never Discount Below Floor

Your Minimum: CLP 120,000/month (below this, not worth your time)

If they can't pay CLP 120k, they're not your client right now.

PRICING TIERS (Alternative Model)

Three-Tier Pricing (Optional)

BÁSICO - CLP 150,000/mes

- Monthly report (PDF)
- 3 key insights
- 20-minute call
- Email support
- Best for: Simple businesses, testing the water

ESTÁNDAR - CLP 220,000/mes ★ (MOST POPULAR)

- Monthly report (PDF + interactive)
- 5 key insights
- 30-minute call
- Email + WhatsApp support
- Custom recommendations
- Best for: Most PYMEs

PREMIUM - CLP 300,000/mes

- All Estándar features
- 2 reports per month (mid-month check-in)
- 45-minute call
- Priority support (24h response)
- Custom dashboard (web-based)
- Quarterly strategic planning session
- Best for: Complex businesses, multiple locations

Presenting Tiers

Show all three, recommend middle.

Psychology: People naturally gravitate to middle option.

Script:

"Tengo tres niveles de servicio. La mayoría de negocios como el tuyo elige el Estándar a CLP 220k porque [reasons]. Pero déjame explicar las diferencias..."

[Explain all three]

"Basado en lo que me contaste, yo recomendaría [tier] porque [reasons]. ¿Cuál te hace más sentido?"

PILOT/TRIAL PRICING

One-Time Analysis Pilot

Price: CLP 120,000 (one-time)

What's Included:

- Analysis of 1 month of data
- Report with 3-5 insights
- 30-minute consultation
- No commitment

Script:

"Entiendo que quieres ver valor antes de comprometerte mensualmente.

¿Qué tal esto?: Te hago un análisis único de un mes de datos por CLP 120k.

Recibes el reporte completo, los insights, la consulta - todo.
Sin compromiso de continuar.

Si no ves valor, no hay presión. Si lo ves útil, continuamos mensualmente.

¿Te parece justo?"

Why This Works:

- Lower barrier to entry
- Demonstrates value
- Most will convert to monthly after seeing results

First 3 Months Deal

Offer: CLP 150k/mes first 3 months, then CLP 200k

Positioning:

"Dado que estamos en las primeras etapas de GabeDA aquí en Villarrica, te puedo ofrecer CLP 150k/mes por los primeros 3 meses.

Esto me da tiempo de perfeccionar el servicio con tu feedback, y te da tiempo de ver el valor real antes del precio completo.

¿Te gustaría aprovechar esta tarifa inicial?"

PAYMENT TERMS

Standard Terms

When: 1st of each month

Method: Transferencia bancaria / Cuenta corriente

Invoice: Send BOleta/Factura immediately

Due: 10 días corridos

Late Payment Policy

30 days late: Service suspended (no new analysis)

60 days late: Service terminated, data deleted

Collections: Avoid this - communicate proactively

Prevention is Key:

- Send invoice on time
- Send reminder day 7
- Personal WhatsApp on day 9
- Most issues are forgotten, not refusal

MONEY CONVERSATION TIPS

Be Confident About Price

Don't:

- ❌ Apologize for price
- ❌ Immediately offer discount
- ❌ Say "It's a bit expensive but..."
- ❌ Look uncomfortable when stating price

Do:

- ✅ State price clearly and confidently
- ✅ Pause after stating price (let them process)
- ✅ Wait for their response (don't fill silence)
- ✅ Justify with value, not just cost breakdown

Language Matters

Instead of "Cost" → "Investment"

- "La inversión mensual es..."

Instead of "Price" → "Value"

- "El valor del servicio es..."

Instead of "Expensive" → "Premium service"

- "Es un servicio premium, por eso..."

Instead of "Cheap" → "Accessible"

- "Lo hemos hecho accesible para PYMEs..."

PRICING PSYCHOLOGY

Anchoring

Show higher number first:

"Un analista interno costaría CLP 1-2M al mes.
Un consultor cobra CLP 500k-2M por proyecto único.
Nuestro servicio mensual continuo es CLP 200k."

(CLP 200k now sounds reasonable)

Decoy Effect

If using tiers, make premium obvious decoy:

Básico: CLP 150k (feels too basic) Estándar: CLP 220k (perfect balance) ★ Premium: CLP 300k (too expensive for most)

→ Most choose Estándar

Loss Aversion

Frame as avoiding loss, not just gaining:

"Cada mes sin análisis es un mes donde podrías estar:

- Perdiendo dinero en productos equivocados
- Sobre-inventariado sin darte cuenta
- Perdiendo clientes valiosos que no identificaste

¿Cuánto te costaría uno de esos problemas?"

FINAL PRICING REMINDERS

1. **Your price reflects your value** - 10 years at Experian
2. **Don't compete on price** - Compete on expertise and results
3. **Better 3 clients at CLP 200k than 6 at CLP 100k** - Quality over quantity
4. **You can always go down, hard to go up** - Start higher
5. **Discounts are strategic tools, not default** - Use wisely
6. **If they can't afford you, they're not ready** - That's okay
7. **Your time is valuable** - Price accordingly

Remember: You're not selling reports. You're selling better decisions, peace of mind, and business growth. That's worth CLP 200,000/month to the right client.