

Preguntas para Reunión de Kickoff

Enemigo:

Formarte en una carrera

Trabajos monótonos

No hay Conocimiento & Mindset aplicado:

Nadie te enseña a moverte por el mundo del filmmaking.

Tener una profesión que te permita viajar y poder vivir por tu cuenta parece inalcanzable.
Tener la capacidad

Viajar es para muy pocos

Las universidades y los cursos no te enseñan a dedicarte a esto por cuenta propia, a posicionarte y a ganar clientes propios, que te permitan viajar, conocer mundo y conocer gente de alto valor que te permita crecer

Las universidades y los cursos no te enseñan a dedicarte a esto por cuenta propia, a posicionarte y a ganar clientes propios, que te permitan viajar, conocer mundo y conocer gente de alto valor que te permita crecer

No es posible vivir del film making.

Barrera de entradas a que sea una profesión.

Profesionalizarse es complicado

La teoría no es la práctica

Otras formaciones de fotografía son todas teóricas y no te enseñan a moverte

Los filmmaking no entienden su valor

Tener miedo a no ganar suficiente dinero

A que no te paguen

Carcel de oro

Estás en una agencia que te paga un fijo y te encierra.

Dependen de **agencias o empresas para ganar de ello**

No diseñan un producto, me piden de todo. Diseño de producto

Perdidos en cuanto a la gestión del negocio

Promesa:

Montar un negocio de filmmaking

Vivir de ello

Vivir experiencias

No estar ahogados

Mejorar tu tiempo por hora

Disfruta de tu tiempo libre

Crecimiento como persona

Trabajar con gente de alto valor

Buenos contactos

Lenguaje:

Vive y no sobrevive

Gana dinero de la fotografía y video

La gente dice que no es un trabajo de verdad

El filmmaking si es un trabajo

No tienes que depender de tu jefe

Puedes ser tu jefe propio o trabajar para tí

Todo el mundo alguien, pero no se lo creen

¿Cuál es la misión de la empresa?

Conseguir ayudar al máximo de personas posible para que sean totalmente independientes y que puedan tener un buen estilo de vida y sean felices a través del la profesion del filmmaking.

Ayudar y ser gran parte del movimiento de poder encontrar la felicidad en tu trabajo.

Empoderar a los alumnos

¿Cuál es la visión de la empresa?

Ser la escuela referencia en Transformar el filmmaking de hobby a profesión. Establecida con certificados, que te ayuden a encontrar tu propio camino, te ayuden a conectar con clientes.

Si nuestra empresa dejase de existir mañana, ¿qué hueco dejaría en el mercado y en la vida de nuestros clientes?

Muchas personas que pudieran ser ayudadas se están perdiendo.

Más allá del dinero, ¿para qué existe esta empresa?

Conseguir ayudar y cambiar vidas, a través de esta profesión

¿Qué problema central queremos resolver sí o sí, aunque hayan cambios o cambien los servicios con el tiempo?

Que la gente no consigue vivir del filmmaking de forma independiente

¿Cuál es nuestro cliente ideal?

!. David 18 años, bachiller, no quiere estudiar una carrera, le gusta la fotografía pero no está seguro de poder vivir de ello y sus padres tampoco.

O no sabe ni que se puede

2: medio de la carrera y no sabe si dejarselo o no, no tiene trabajo ni algo en lo que apoyarse y siente que no le queda otra que seguir, aunque él no quiera.

3:

El que acaba, curra de camarero, le gusta la fotografía y trabajando para pagar su piso y ganando poco y atrapado ahí.

4:

Estudiante, quiere ganarse un dinero extra y está matado a estudiar y trabajar por 500 al mes. Y está matado.

5:

Persona que ya trabaja de oficina, repartidos, haya estudiado o no. No le gusta y no le da la suficiente pasta. Y no era lo que esperaba. Y gana poca pasta

5:

Padre tengo 40 años, que quiere que le vaya mejor o igual de bien que como te va a ti. Persona que puede sobrevivir pero que quiere vivir.

Llevas 30 años siguiéndolo que deberías y ahora estás atascado, no has parado de sobrevivir y quieres vivir.

6:

Fotógrafo que está empezando y quiere vivir de ello, acaban la formación y solo le salen currículos de 100€

2-3 años e ingresos estables de 1000€ al mes

El atrapado en una agencia

El que ya gana 3000 y quiere seguir subiendo.

Le gusta y es buena por hobby o es malo pero quiere mejorar y darle flow

¿Cuáles son los dolores concretos (de 3 a 7) que tienen nuestros clientes hoy y que queremos solucionar?

Frustrados,

se aprovechan de ellos los clientes.

No le da para vivir

Tu círculo no te apoya y se ríen de tí

No sabía cómo acercarte y no tienes clientes o no puedes pedir el dinero

No sentirse validados por ti mismo, no ser capaz de demostrar lo que vales

Cuando un cliente termina de trabajar con nosotros y está feliz, ¿qué ha cambiado exactamente en su vida o su negocio?

Capacidad económica

Ingresos

Autoestima

Su forma de relacionarse con las personas

Tu felicidad más abundante

La vida de tus cercanos

Paz y tranquilidad

Te convierte es un líder, en un ejemplo

2500-5000 sueldo medio de fotógrafo, filmmaking

Hasta 6500-8500.

Todos los servicios, servicio por servicio

¿Qué hacemos de forma radicalmente diferente a otras empresas que supuestamente hacen lo mismo?

Ruben Atienza

Dagon León

Kevin Yern

Te guiamos no solo de forma teórica, si no también de forma mental. Mentalidad necesarias. Manera de pensar. Los códigos psicológicas. Te encontramos un teórico.

Saber tus honorarios, cuanto vale tu hora.

No era práctica, teórica.

¿Qué cosas no estaríamos dispuestos a hacer aunque dieran pasta o que irían en contra de nuestro negocio?

Engañar

Si no te podemos ayudar no te ayudamos

No prostituir tu imagen

Traicionar

¿Qué palabra o frase te gustaría que un cliente usase cuando nos recomendase a otro?

Me has cambiado la vida

Estuve viendo luz al final del túnel

A las 4 semanas he recuperado la inversión

Algo básico que si nadie te dice, no lo sabes

¿Cuáles son los valores no negociables de la empresa?

No engañar, no traicionar

Ser buena persona

Cercanía. Contacto, amabilidad, transparencia

¿Qué valores se tienen que notar sí o sí en cada proyecto?

Cercanía. Contacto, amabilidad, transparencia.

He aprendido y mejorado un montón a nivel técnico

Crear un flujo de trabajo (MVP de calidad)

¿Qué tipo de clientes no queremos nunca aunque paguen bien?

El sabelotodo, El cliente Ego que como cree que lo sabe todo tiene un bloqueo para crecer.

Imagina la empresa dentro de 5-10 años, ¿cómo es? ¿Qué habremos conseguido?

Ser la escuela referencia en Transformar el filmmaking de hobby a profesión. Establecida con certificados, que te ayuden a encontrar tu propio camino, te ayuden a conectar con clientes.

Escuela que ha ayudado a miles de personas a salir de la sh*

¿En qué queremos ser referencia absoluta?

Referencia en MVPs, en presupuestar, en mejorar la calidad de vida.

Si la empresa fuese una persona en 10 años, ¿qué reputación tendría en el mercado?

Sería un profesional de la foto/video, que vive de ello, que está posicionado y respetado, con un network muy bueno.

¿Cómo queremos que la empresa cambie la vida de los fundadores, del equipo core y de los clientes?

Poder vivir de lo que queremos mientras ayudamos a la gente

Nuestra realidad, poder crear un equipo sólido

Haciendo un impacto, cambiar. Ser parte del cambio.

Que creen y viven su realidad. Que soñaron en un momento

¿Cuál es nuestro proceso operativo?

Comunicación Slack

Meeting semanal: Lunes 15:30

¿Cuál es nuestra estructura de precios y modelo de servicio?

Aspirina, medio y VIP

2000€

h^a formación y mirar todo esto con Mario.