

[9. ESTRATEGIA VENTA]



KIT DE CM A FREELANCER



ESTRATEGIA DE VENTA





PARTE 1: ENTENDÉ QUÉ ESTÁS VENDIENDO.



NO ESTÁS VENDIENDO "POSTS" U "HORAS DE TRABAJO".
ESTÁS VENDIENDO RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS,
TIEMPO, CREATIVIDAD, ESTRATEGIA Y RESULTADOS.

< Notas Rápidas



Antes de calcular tu tarifa, tenés que tener claro:

- Qué **servicio** ofrecés (y qué NO incluye)
- Cuánto **tiempo** te lleva (real, no estimado)
- Qué **herramientas** usás (pagas o gratuitas)
- Qué **valor** aporta tu trabajo (¿educás, vendés, fidelizás?)





OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA

MAXIMIZAR VENTAS DURANTE UNA TEMPORADA CLAVE,
UTILIZANDO UN ENFOQUE ESCALONADO QUE COMBINE:



- Contenido emocional + funcional.
- Prueba social + urgencia.
- Una estructura clara y flexible para adaptar a productos o servicios.



Semana	Enfoque	Objetivo emocional	Objetivo comercial
1	SPOILER (teaser)	Intriga y conexión	Captar atención y tráfico
2	LANZAMIENTO	Deseo y necesidad	Abrir carrito/ventas
3	VENTA INTELIGENTE	Urgencia y validación	Picos de conversión y tráfico
4	TESTIMONIOS	Confianza y retención	Sostenimiento de marca y escalado

SEMANA 1: SPOILER / EXPECTATIVA



OBJETIVO: DESPERTAR CURIOSIDAD Y ATENCIÓN SIN REVELAR DEL TODO.



CONTENIDOS CLAVE:

- Reels tipo “¿Y si te dijera que lo que viene... te cambia el juego?”
- Carruseles que digan: “Esto es para vos si estás cansado de ___ / querés lograr ___”
- Historias con encuestas, preguntas y cajas de curiosidad
- Pre-lista o waiting list con acceso prioritario
- Hashtag propio de campaña
- Influencers o aliados mostrando solo una parte del producto/servicio (sin mostrar todo)



CALL TO ACTION (CTA):

[“¿QUERÉS ENTERARTE ANTES QUE NADIE? DEJÁ TU EMAIL / UNITE AL GRUPO PRIVADO / ACTIVÁ LAS NOTIFICACIONES”]



SEMANA 2: LANZAMIENTO

OBJETIVO: ABRIR CARRITO / DISPONIBILIDAD CON FUERTE STORYTELLING Y PROPUESTA DE VALOR CLARA.

CONTENIDOS CLAVE:

- Video o reel de apertura: presentá el producto con emoción (música, storytelling, solución de dolor).
- Carrusel: “Esto es lo que vas a conseguir con _____” + beneficios.
- Historias: detrás de escena + testimonios + dudas frecuentes (FAQs en vivo).
- Lives: demo del producto o detrás de escena.
- Email 1: lanzamiento oficial + botón directo a compra/reserva.



SEMANA 3: VENTA INTELIGENTE (URGENCIA Y VALIDACIÓN)



**OBJETIVO: MANTENER EL MOMENTUM Y
GENERAR PICOS DE CONVERSIÓN.**



CONTENIDOS CLAVE:

- Testimonios en texto, video, capturas de WhatsApp o DMs.
- Comparativas: “antes / después”, “con / sin esto”.
- Contenidos tipo “Razones por las que todavía no compraste y cómo solucionarlas”.
- Recordatorios con deadlines (cuenta regresiva en stories, mails con asuntos tipo “Última oportunidad”).
- Emails: “¿Aún estás pensando en esto?” con objeciones y beneficios.
- Bonus por tiempo limitado (ebook, sesión extra, acceso VIP, etc.).



**CTA: “ÚLTIMOS DÍAS. SI NO LO APROVECHÁS
AHORA, TENDRÁS QUE ESPERAR HASTA _____”**



SEMANA 4: TESTIMONIOS Y ESCALERA DE VALOR

OBJETIVO: CERRAR EL CICLO CON CONFIANZA + ABRIR POSIBILIDAD DE SEGUNDA VENTA O FIDELIZACIÓN.

CONTENIDOS CLAVE:



- Historias de clientes (videos breves, capturas, reels tipo “lo que pasó después de comprar...”).
- Reel resumen de todo el proceso (spoiler → lanzamiento → testimonios).
- Email de agradecimiento + encuesta de satisfacción.
- Anuncio de nuevo producto, bonus o servicio exclusivo para quienes ya compraron.
- Oferta de upsell/cross-sell.



CTA: “¿QUERÉS SER PARTE DE LO QUE VIENE? ESTO RECIÉN EMPIEZA...”



RECOMENDACIONES EXTRAS

- Usá un **nombre de campaña corto, emocional y fácil de recordar**. Ej:
#RenovateConX #ResetDigital
#TuMomentoEsAhora



- **Adaptá los formatos** a Instagram, WhatsApp Broadcast, Email y página de ventas.
- Armá un **calendario** de posts + mails + stories por semana para evitar improvisar.

