

[03. PROPUESTA CON COTIZACION PARA UN CLIENTE]



KIT DE CM A FREELANCER



CÓMO PRESENTAR UNA PROPUESTA QUE
NO SOLO COTICE, SINO **CONVENZA**.





UNA BUENA PROPUESTA ES MÁS QUE UNA LISTA DE PRECIOS



Cuando alguien te dice “mandame tu precio”, no te está pidiendo solo un número.

Te está dando la **oportunidad** de demostrarle que **entendés su necesidad**. Y que sobre todo, tienes una **solución** clara siendo la persona correcta para resolverlo.

Una propuesta bien presentada genera una **diferencia** abismal frente a otros freelancers que simplemente “mandan su tarifa”.

Pero esto no es novedad, vamos a pensar en lo real...



ESTRUCTURA RECOMENDADA DE UNA PROPUESTA.

Tu propuesta debe tener **4 bloques esenciales:**



Introducción personalizada:

Explicá que comprendiste su necesidad. No copies y pegues una intro genérica.

📌 Ejemplo: "Hola Laura, gracias por tu consulta. Entiendo que estás buscando reforzar tu presencia en Instagram y delegar la creación de contenidos de forma profesional..."



Descripción del servicio y objetivos:

Contá en qué consiste tu servicio y cómo lo vas a aplicar para ese cliente específico.

📌 Tip: evitá términos técnicos y enfocá en beneficios. "Publicaciones optimizadas para aumentar el alcance y generar interacción con tu comunidad."



Pack o propuesta económica:

Mostrá **máximo 3 opciones** (como vimos en el kit de bienvenida).

Cada pack debe tener:

- 📌 Nombre
- 📌 Qué incluye
- 📌 A quién está dirigido
- 📌 Valor final

📌 Tip clave: **diseñá los packs para guiar la elección.**
El pack intermedio suele ser el más elegido si está bien pensado.

 **Cierre estratégico:**

Cerrá con una frase profesional pero cercana, reforzando disponibilidad, claridad en condiciones, y entusiasmo por empezar.

📌 Ejemplo:
"Cualquier duda, estoy para ayudarte. Me encantaría acompañarte en esta etapa digital y trabajar juntos en llevar tu marca al próximo nivel."

ERRORES COMUNES A EVITAR:



- Enviar solo el precio por WhatsApp sin contexto.
- No aclarar límites del servicio (cuántas piezas, revisiones, etc.)
- Poner “precio por mes” sin explicar el contenido.
- Usar palabras vagas como “pack pro” sin descripción.
- Y tardar mil años en responder porque le das un precio diferente a cada persona que consulta. Packs genéricos de inicio hacen que sea mas facil convertir, y ya luego en base a la confirmación de esa base, armas algo personalizado. Pero al principio el cliente primero debe saber esa calidad/precio para ver si podría pagarlo.



CÓMO POTENCIAR TU PROPUESTA SIN CAMBIAR EL PRECIO.



A veces no se trata de *Sumar el precio* ↘
sino de mostrar mejor lo que estás **ofreciendo**.

Cosas que podés incluir para dar más valor percibido:

- Aclarar que hay una **reunión mensual** de revisión (aunque sea por audio o llamada)
- **Mencionar** que los diseños se entregan editables si lo acordaron
- Ofrecer una historia extra como **bonus** en fechas clave
- **Incluir revisión** de bio o estética de feed como detalle inicial
- Regalar previews de feed antes de cerrar la propuesta para que el cliente de una vea que te interesaste en el (nosotras lo hacemos con clientes muy potenciales shhhh!)

Todo esto suma valor y profesionalismo.





SECCIÓN FINAL: EL DETALLE QUE MARCA LA DIFERENCIA.



"MI ANÁLISIS"
LO QUE NINGÚN OTRO FREELANCER HACE
Y VOS SÍ VAS A HACER.



Antes de enviar tu propuesta, tomate **5 minutos para entrar al perfil o cuenta del cliente.**

Mirá con ojos estratégicos, no solo estéticos.

Buscá señales de:

- Falta de identidad visual clara (colores, tipografías, estilo).
- Ausencia de interacción real con el público.
- Contenido poco humano o demasiado genérico.
- Desorganización de feed o historias destacadas.
- Falta de estrategia de captación o diferenciación.



Casi siempre, el 90% de los clientes que llegan “*a pedir redes*” necesitan mucho más que eso: **branding, estrategia, humanización...** solo que no lo saben.





Por eso, agregá al final de tu propuesta una hoja llamada:



- **2 o 3 capturas reales** del perfil del cliente.
- Flechas o marcadores señalando errores o áreas de mejora.
- **Mini párrafos explicativos** del tipo:
 1. "Detecté que no hay un **uso consistente** de los colores ni una línea visual clara, lo cual genera confusión de marca."
 2. "Veo que las publicaciones tienen poco texto y sin llamados a la acción. Esto **baja la interacción y el alcance**."
 3. "No hay historias destacadas activas, eso **reduce las oportunidades** de conversión directa."



Este análisis no solo muestra tu conocimiento, sino que transmite algo más importante:

"Estoy atenta a los detalles, me importa tu marca y no sos uno más." Y eso, nadie más lo está haciendo.

Bueno... ahora sí: **vos y nosotras**.

