
Tania Báez

taniabaez@taniabaez.com.do

Data de Envio mar 7, 2023 2:19 PM

Nombre Tania Báez

Teléfono (849) 356-0195

E-mail taniabaez@taniabaez.com.do

Antes de empezar en el mercado de los infoproductos.
¿Con qué trabajaba? Comunicadora. Empresaria de medios de comunicación.
Productora y animadora de TV y Radio.
Editora de revistas

¿Qué le inspiró a trabajar en el mundo digital? La posibilidad de impactar a mas personas, sin limite de territorio .
La libertad de trabajar desde cualquier lugar.

¿Qué dificultades ha superado en este camino? He creado programas exitosos que han llegado a las 6 cifras, con un equipo remoto.
He creado networking interesante.
He cambiado de nicho y contenido para sentirme mas alineada a mi llamado

¿Por qué quieres enseñar a la gente a hacer lo que haces? Porque quiero que mas mujeres del mundo en la fase de los 40 años y mas puedan liberarse de prejuicios y conectar con una vida plena sin sacrificar lo esencial.
Porque siento que mas mujeres que conecten con su sagrado femenino podrán establecer relaciones más sanas y equilibradas .
Porque sueño que mas mujeres de 40, 50 y mas, puedan redefinir bajo sus propios términos conceptos tan importantes como el éxito y la felicidad

Cuéntanos tu historia

TANIA BAEZ

Tras una experiencia de más de 30 años como empresaria en medios de comunicación (TV, Prensa escrita y Radio), Tania Báez, decidió dejar el camino conocido y emprender como conferencista transformacional en el 2013.

Tras un año de pérdidas y transformación, donde quebró financieramente, colapsó emocionalmente por situaciones inesperadas, se reinventó personalmente y emergió con fuerza se convirtió en una poderosa Speaker, Mentora de Empoderamiento y entrenadora de Speakers .

Cuenta con un Diplomado en Periodismo en la Universidad de Miami (UM) ,Certificada como coach por la IAC Coaching Masteries y con un Diplomado en Neuroliderazgo por el Instituto Change of Americas de Colombia, se especializa en temas de Comunicación para profesionales y Empoderamiento

Ha participado en seminarios de los gurús del crecimiento personal mas prestigiosos del mundo: Oprah Winfrey, Tony Robbins, Robin Sharma, Stephen Covey, Daniel Goleman , Brendon Burchard y otros.

En solo 6 años su negocio como Speaker pasó de cero (0) clientes a trabajar para unas 100 corporaciones, impactando a cerca de 100,000 personas en mas de 10 ciudades de Latinoamérica y EU de Habla hispana.

Es autora del libro, “Lo mejor está por venir”. Una autobiografía donde narra vicisitudes y logros de una vida intensa.

Creadora del Método Speaker de Impacto, para quienes quieren ser Speakers Profesionales y vivir de su talento.

Y de Speaker Digital, la formula con la que expertos de todas las áreas están convirtiendo sus servicios en formaciones digitales que dejan impacto en el mundo.

Es creadora de 10 cursos digitales.

En sus cursos cuenta con medio millar de alumnos en 23 países.

¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta área?

En digital desde 2018.

¿Qué características considera lo más impresionante de su perfil?

Mi experiencia. Mas de 35 años acumulados en el mundo empresarial, en la parte personal madre, esposa, abuela. Mi capacidad de reinención. Públicamente me he transformado con éxito en diversas ramas del negocio y de la vida. Aun caigo, siempre emerjo con mas fuerza

¿Ha ganado alguna vez reconocimiento público?

si varios premios de Comunicación y como Líder de vida. Premios de negocio digital el Hotmart Black

¿Cuál son los tres pilares de tu marca como infoproductor?

Experiencia probada. Congruencia. Honestidad

¿Qué resultados ha obtenido ya aplicando lo que enseña en el Curso?

Muchas mujeres más despiertas que han mejorado su relación con ellas mismas y de pareja . Una conciencia mayor hacia su auto cuidado . Mas libres. Mas conscientes. Con mayor capacidad para empezar a gestionar limites.

¿Cuál es el nombre de su producto?

Me quité la capa no soy la Mujer Maravilla

¿Cuál es la transformación que su producto genera en el cliente?

- Reconocimiento de creencias autosaboteadoras
- Reconocimiento de relaciones sanas vs. tóxicas
- La importancia de crear un camino de autocuidado
- Poner limites
- Soltar culpas

-Abrirse a crear desde el merecimiento y placer
-Menos Culpas, Mas placer
-Menos miedo y mas amor propio

¿Qué resultados han obtenido ya sus alumnos con lo que enseña en su curso? Si tienes testimonios en vídeo, pon el enlace aquí.

Lo mismo que respondi en la pregunta anterior.
No tengo videos pero puedo gestionar un par

¿En qué nicho y subnicho de mercado funciona su producto?

Mujeres de 40 años y mas. Profesionales. Con múltiples responsabilidades. Que se ocupan de todos. Agotadas. Salvan a todos en "su mundo" y Con deseos de que alguien les diga que es tiempo de ocuparse de ellas mismas.

Pon la información principal que tienes sobre los 4 principales competencia de tu producto

No tengo referencias al respecto, tendría que evaluar opciones

¿Cuál es el diferencial de su producto con respecto a sus competencia?

En fase de exploración.

Creo que mi historia de vida es una diferenciación.

Me case a los 18. Me divorcié a los 37.

Me case por segunda vez a los 48. Me divorcie a los 56.

Fui la principal proveedora de mi hogar por años.

Siempre quise resolver los problemas y necesidades de todos.

Mantener un éxito profesional que me llevo a tener 4 trabajos a la vez.

Dos hijas y un marido.

El tiempo era para otros. Nunca para mi.

Hasta un dia que lo perdí todo.

Matrimonio. Trabajo y una situación de salud de mi hija que me hizo reordenar mis prioridades.

Y luego esa posposición de mi misma la repetí y pague con creces en el 2021, cuando atravesé una nueva crisis existencial al acompañar a mis padres (ambos con diagnostico de cancer con meses de diferencia) y tras la muerte de mi padre, decide divorciarme y atravesar "la noche oscura del alma" con la transformación de vida mas radical y contundente.

Ahi es cuando decido enfocar mi mensaje a "Espléndidas" y crear comunidad para hablarle a mujeres de 40 años y mas que quieran volver a conectar con ellas mismas, sustentadas en 3 Pilares: Espiritualidad, Mentalidad y Propósito.

¿Cómo será la entrega de su producto?

Un seminario de 2 horas minutos dividido en lecciones de 30 minutos cada una.

Un cuaderno descargable.

Una serie de audios (7) sobre Espiritualidad, Mentalidad y propósito.

¿Cuánto cree que es justo cobrar por su producto?

197US\$

Si tiene una página de ventas para su página de ventas de productos, o cualquier página que información al respecto, publique aquí el enlace:

<https://www.speakerdeimpacto.com/inscripciones-mujer-maravilla/>

En esta fase, me gustaría que hablara un poco sobre la identidad visual, cómo le gustaría que su producto se vea en Internet. Pon aquí el enlace

https://drive.google.com/drive/folders/1kiJ5RuqUQE4PF3-n7uMHgBYlly-VAlRb?usp=share_link Esta es la identidad gráfica de la comunidad de Espléndidas. Me gustaría que Mujer Maravilla fuera el primer producto de

de las páginas, imágenes y vídeos que cree que su producto y su identidad visual deben ser similares:

la escalera de valor, que estuviera en Evergreen para aquellas que se registran para ser parte de la comunidad.

¿Cuál es el rango de edad de su cliente?

40 a 62 años

¿Cuál es el nivel de estudios de su cliente?

Carrera Universitaria

¿Cuál es el estado civil de su cliente?

Casada en matrimonio de mas de 12 años o divorciada

¿Cuál es la profesión o profesiones de su cliente ideal?

Directoras de empresas, emprendedoras exitosas.

¿Cuál es la clase social de su público?

Media alta, alta

¿Su público tiene una predominante?

Son mujeres muy productivas pero agotadas, quieren reinventarse

¿Cuáles son las 10 principales objeciones de las que habla tu cliente cuando va a comprar tu producto?

Tecnología
Tiempo
No terminan los cursos online o no les gustan
Están muy ocupadas
Prefieren presencial

¿Cuáles son los 10 principales dolores de tu cliente?

- Dependencia emocional de la pareja
- Síndrome del nido vacío
- Agotada por mucho tiempo dedicada a la carrera
- Ha pospuesto sus sueños por largos años
- Relaciones de pareja rutinarias y desgastadas
- Divorcios y soledad
- No encuentran nueva pareja
- Prejuicios sobre el rol de la mujer
- Se creen salvadoras de su entorno y están agotadas física y emocionalmente
- Quieren hacer nuevas amigas afines a ellas

¿Cuáles son las 10 principales pretensiones de su cliente ideal?

- Sentirse conectadas con ellas mismas
- Tener una relación de pareja mas equilibrada
- Encontrar una nueva y buena pareja
- Prepararse para una nueva etapa laboral
- Equilibrar sus energías masculina y femenina
- Reinventarse profesionalmente
- Mejorar su aspecto físico
- Cuidar mas su salud a través de alimentación mas sana e incorporar hábitos de ejercicios
- Tener una comunidad de apoyo
