



# Claves para diferenciarte EN EL SATURADO MUNDO DE LOS COACHES Y TERAPEUTAS

---

Evita errores de Marketing que  
te están costando dinero



Ana Sastre – [MarketingLibelula.com](http://MarketingLibelula.com)

*El arte de vender bienestar*



Claves para diferenciarte de tu competencia

*El arte de vender bienestar*

## QUIÉN SOY – ANA SASTRE



Mi nombre es Ana Sastre, y soy consultora y formadora en **Marketing y Captación de Clientes** para negocios de Bienestar y Desarrollo Personal, como **coaches y terapeutas**.

En mi blog [MarketingLibelula.com](http://MarketingLibelula.com) comparto artículos sobre Marketing Online y Offline para negocios con unas características concretas:

Y para eso mismo he creado esta guía, quiero darte información sobre lo que te va a funcionar A TI, por tener el tipo de negocio que tienes.

Sin recetas universales, sino pensando en tus necesidades más importantes.





## 9 CLAVES PARA DIFERENCIARTE DE TU COMPETENCIA SI VENDES BIENESTAR

Trabajar en el mundo del Bienestar y el Desarrollo personal es algo reconfortante.

Ayudar a los demás a sentirse bien te hace sentirte realizado porque sabes que estas aportando algo esencial en la vida de cualquier persona.

Pero vender Bienestar puede ser muy duro a veces:

- **Hay mucha competencia.** Muchísima. Además a veces parece que el mercado se moviera por modas ("Antes era el Pilates, ahora el Yoga").
- **Tus potenciales clientes se sienten confundidos** porque no saben lo que realmente necesitan. Hay tantos métodos y tantas soluciones milagrosas en el mercado que les es difícil decidir.
- Incluso a veces, esto se transforma en **escepticismo y desconfianza** por parte de muchas personas con respecto a la efectividad de tu trabajo.

Por eso si te dedicas a ello me gustaría indicarte algunos errores comunes que he visto que han hecho frenar a muchos de estos negocios para crecer y avanzar y algunas claves para solucionarlos.





## **Error I: Venderte Únicamente por tu título o especialidad**

Si crees que la gente va a entender lo que haces por tu título o por tu especialidad (Por ejemplo terapeuta Counselor Gestalt, Constelaciones Familiares, Transgeneracional) estás muy equivocado.

Para que la gente que está "confundida" se decida a contratarte tienes que explicarles en qué les puedes ayudar, para que ellos sepan para qué les pueden servir tus servicios.

### **La Clave: Empieza a responder las preguntas de tus clientes**

Por ejemplo

- ¿Para qué me sirve contratar tus servicios?
- ¿A qué tipo de personas se dirigen? ¿Soy yo una de ellas?

No es lo mismo:

"Hola, soy José y soy Psicólogo"

Que

"Hola, soy Alba, psicóloga, y ayudo a mamás primerizas a enfrentarse y superar los retos de la maternidad"

Verás como todos te valoran como algo único.







## **ERROR 2: FALTA DE CONCRECIÓN**

"Mis servicios te aportan bienestar y felicidad", "Hallarás la plenitud", "Aprenderás a ser feliz".

¡Dios mío! Estamos hablando de palabras mayores. De hecho "hallarás la plenitud" y "aprender a ser feliz" son promesas tan grandes y tan poco específicas que:

- Dejas que cada uno se imagine una cosa y las expectativas sean dispares
- Realmente parece que vendes una receta "estándar" para todo el mundo que al final sólo tiene el efecto de un libro de autoayuda ligerito.

### **La Clave: Piensa en el objetivo "intermedio" de tu cliente (antes de "ser feliz")**

En vez de eso, es mejor que hables de problemas concretos:

- Te ayudo a recuperar la intimidad sexual con tu pareja.
- Te ayudo a aprender a comer para mantener tu aparato digestivo sano.
- Etc.

Ahora tus servicios llamará mucho más la atención porque las personas que lo vean sentirán muy identificados.





## **ERROR 3: HABLAR SOLO DE LA SITUACIÓN DESEADA Y NO DE LOS PROBLEMAS QUE TIENE TU CLIENTE**

Todos tenemos claro que queremos tener una salud más fuerte, una vida interna más plena, etc.

Por eso nos interesan los servicios que aportan bienestar.

Pero claro, puestos a elegir, elegirías a quien sepas que te conoce mejor.

Alguien que realmente **conoce tu dolor.**

Por eso si muestras que conoces perfectamente el problema de tu cliente, y lo explicas en detalle realmente harás que confíe en ti.

### **La Clave: Empatiza con el dolor de tu cliente y habla con las palabras que se repite en su cabeza**

En lugar de enfocar todo como "si quieres sentirte bien y ser feliz haz esto" .

Mejor que empieces hablando del discurso que se repite él en su cabeza.

Ejemplo: "si te sientes perdido porque tu familia no te apoya, en tu proceso de reinención familiar, y tienes miedo a dar pasos en falso con el dinero porque son los ahorros familiares "

¿Ves el poder de empatía que tiene ahora el discurso?

Con este enfoque habrás conectado con él y se sentirá realmente comprendido.

Harás que tu cliente confíe en ti más que en ningún otro profesional.





## **ERROR 4: QUERER ABARCAR EL BIENESTAR EN SU PLENITUD Y EN TODOS LOS ASPECTOS DE LA VIDA**

Efectivamente si no tienes una vida equilibrada, no tendrás un bienestar real.

¿Estás bien en el trabajo y mal con la familia? Eso es que algo está fallando, claro.

Y me encanta que los negocios que aportan Bienestar tengan ese enfoque tan holístico.

Pero ojo, si intentas ser (o venderte) como terapeuta Gestalt, naturópata, psicólogo, nutricionista y profesor de yoga, te van a tachar de "Maestro Liendre" (que de todo sabe pero de nada entiende).

### **La Clave: Posiciónate como experto en un ámbito (y ya desde ahí harás crecer la experiencia con tus clientes)**

Posiciónate como alguien especializado, y luego utiliza el resto de herramientas y técnicas que conoces para mejorar aún más los problemas de tus clientes.

Por ejemplo, es mejor que seas Profe de Yoga para Bailarines (algo bastante específico) que puede aconsejar sobre nutrición y desarrollo personal a sus clientes, siempre desde el punto de vista de mejorar los resultados de sus clientes.

Verás cómo especializarte te hará destacar entre todos los demás.





## **ERROR 5: COMPARARSE DEMASIADO CON “EL VECINO”**

Si tu negocio está arrancando no te agobies comparándote con gente que lleva 5 años posicionado en el mercado. Es como comparar peras y manzanas.

Probablemente ellos no lo estén haciendo todo bien, pero como tienen suficiente boca para atraer clientes, y la gente ya conoce su marca, no hace falta mucho para que entren nuevos clientes cada semana.

Además cada negocio es un mundo y lo que les funciona a ellos no tiene por qué funcionarte a ti.

### **La Clave: Aprende de la experiencia de otros**

De nada sirve que te “machaques” porque no tienes tantos clientes o tanto éxito como otros.

Mejor que eso, invierte tu energía en conocer qué les está funcionando a los nuevos negocios que están empezando como tú.

Y también en qué fallan. Es de ahí de donde podrás sacar la información sobre cómo mejorar tus servicios con respecto a tu competencia.







## **ERROR 6: PENSAR SÓLO EN LOCAL Y NO EN EL POTENCIAL GLOBAL DE TU MARCA**

A corto plazo lo que te importa es conseguir ingresos para cubrir los gastos del mes que viene. Que te sigan llegando clientes de tu zona y que el boca a boca no pare.

Me parece genial, yo soy muy partidaria del poder del boca a boca, y de tener un buen posicionamiento en tu entorno. Pero la vida da muchas vueltas y es posible:

*Que alguna vez tengas que mudarte a otra ciudad/ Que tengas hijos/ te quedes embarazada y quieras trabajar desde casa /Que tengas que mudarte a un centro más grande o más pequeño en otra zona de la ciudad /Que quieras, cuando seas más mayor, retirarte o dedicarte sólo al asesoramiento, delegar tu negocio, o vender tu centro.*

Así que no te conviene vivir siempre mes a mes, sino hacer algunas acciones que hagan que tu negocio tenga tracción de cara a años vista.

### **La Clave: Refuerza tu marca y ten estrategias a largo plazo**

Puedes empezar con pequeños elementos que ayudan a reafirmar tu marca:

- Creando una imagen corporativa sólida.
- Teniendo una web como referencia y como escaparate virtual. Así, te mudes donde te mudes cualquiera puede encontrarte.
- Creando servicios de seguimiento online para poder atender a los que no viven cerca de tu centro.
- Creando una estrategia de atracción y fidelización de potenciales clientes con email marketing.

Además esto no sólo va a ayudar a depender menos de tu localización, si no que tu marca se verá reforzada, ganando credibilidad como profesional.





## **ERROR 7: TENER MIEDO A “MOJARSE” AL ESCRIBIR EN EL BLOG**

"¿Y si digo esto y le sienta mal a la gente?"

"¿Puedo decir que este método no me gusta en un artículo de mi blog?"

Es común encontrar páginas webs o de Facebook de negocios de bienestar que sólo hablan de las bellezas de la vida y que ponen frases motivadoras.

Genial, pero la motivación y las frases bonitas en su justa medida.

Porque llega un momento que empalagan, y además tampoco te sirve para mostrar lo que puedes ofrecer como profesional.

### **La Clave: Recuerda que la gente quiere la opinión de un profesional**

Si la gente te contrata es porque quiere la opinión, el asesoramiento y el acompañamiento de un profesional. Con lo cual, necesitan que digas lo que te parece bien y no.

Lo que recomiendas y lo que opinas es importante.

¿Puede que venga alguien y te lleve la contraria?

Puede, pero no hay que darle mayor importancia. Se le responde educadamente y listo. Saldrás aún más reforzado tras tu respuesta.

Así que no tengas miedo de dar tu opinión, ni pienses que los de tu sector se van a indignar.

Tu objetivo es dar muestra de lo que pueden conseguir contigo. Y si es información, útil, práctica, específica para su problema, lo apreciarán con creces y te diferenciarás de tu competencia.





## **ERROR 8: HABLAR DE CONCEPTOS AVANZADOS Y ABSTRACTOS SIN DARSE CUENTA DE QUE EL CLIENTE ESTÁ EN UNA ETAPA ANTERIOR**

Algo que es fascinante de los terapeutas y coaches es que al tiempo que han aprendido un método, han experimentado grandes cambios en su propia vida.

Si este es tu caso, genial. Lo importante es que seas consciente de que no que una reflexión interior tuya para un artículo, texto de tu web, o conversación con un cliente, si éste aún no tiene la preparación mental suficiente como para captar la esencia de lo que dices, puede ser demasiado compleja.

Me explico: si llevas muchos años practicando yoga y has profundizado en temas como la meditación y la energía, debes analizar bien si tu cliente está preparado para hablarle de temas como "chakras" o "clarividencia".

Los conceptos más profundos o avanzados, pueden confundir a los que vienen de nuevas y hay que saber cuándo y cómo darles la información.

### **La Clave: Habla con las palabras que utilizan tus clientes y estarás comunicándote en su idioma**

Tanto para tu Blog, los textos de tu web, o las conversaciones con clientes no olvides que tú una vez estuviste ahí, y no entendías los conceptos básicos, ni aquello que era un poco más abstracto.

Parecerá que hablas de "simplezas" o temas fundamentales. Pero es precisamente eso lo que suelen necesitar tus clientes antes de valorar la utilidad de lo que haces y hasta qué punto puede ser valioso en sus vidas.

Acercarles al mundo del Bienestar Interior de forma tan cercana, les llegará al corazón.





## **ERROR 9: NO VENDER SUS SERVICIOS DE FORMA PRÁCTICA Y TANGIBLE**

Pues sí, parece que si eres coach vendes sesiones por hora y punto.

Y si eres un gimnasio, vendes la mensualidad y listo.

Si vendes tus servicios es un formato en el que solo se cuentan "las horas del servicio" y el "precio por hora", entenderás que la gente compare y se vaya al sitio más barato que encuentren.

Pero ¿existe otra alternativa?

Claro, sólo tienes que adaptar tus servicios a distintos formatos.

### **La Clave: Vende el mismo servicio, pero adaptando a las preferencias de tus clientes**

Te doy algunas ideas:

- Ofrece servicios de seguimiento online a tus clientes. Esto no lo hace casi nadie y la tranquilidad de tener a alguien al otro lado del email para decirte si vas bien suele valorarse mucho.
- Ofrece paquetes a precios cerrados. Por ejemplo, un pack de 10 sesiones para trabajar unos puntos muy concretos. Esto ayuda a que la persona no piense que cae en saco roto de dinero.
- Crea infoproductos (ebooks, video cursos) podrás dar valor a tus clientes a un formato más asequible u ofrécelo como material de apoyo a tus clientes habituales. Les sorprenderá gratamente.
- Prueba a hacer actividades en grupo. Sesiones de formación, talleres grupales etc. te permitirán llegar a mucha gente a un precio asequible.





Claves para diferenciarte de tu competencia

*El arte de vender bienestar*

Sólo necesitas diversificar un poco tu oferta, y verás cómo las personas que te conozcan apreciarán la flexibilidad de poder trabajar contigo de diferentes maneras.

## **¿Qué más ACCIONES AÑADIRÍAS?**

**Me encantará saber tus impresiones, así que te animo a que me escribas un email a [ana@marketinglibelula.com](mailto:ana@marketinglibelula.com) y me compartas tu experiencia con esta guía.**

