

Bloque 3: ¿Cómo lo hago? Mi método

¿Cómo lo soluciono? ¿Cuál es mi método?

1. Vamos a hacer una lista de nuestra **caja de herramientas**.

Lista todas las terapias, herramientas y estrategias que usas en tu consulta. Cuanto más detallado mejor. Después lo vincularemos con sus problemas.

2. Para cada necesidad/problema del ejercicio de la página anterior aplica una herramienta.

¿Cómo lo haces? ¿En cuánto tiempo? ¿Con qué técnica?..

Cruza las necesidades y problemas con las herramientas.

Aquí creas tu Método.

Fíjate que si “destilas” bien a tu cliente vas a detectar un montón de necesidades principales y otras paralelas o secundarias que no son las “iniciales”. Por ejemplo:

- a. Mujeres con migraña.

Su problema principal es la migraña. Y lo solucionas con acupuntura. Pero... ¿Qué pasa con los otros problemas fruto de la migraña? Como otros problemas físicos o de relación con la pareja o con los hijos. Problemas en el trabajo. El problema de sentirse incomprendidas y solas, ...

Todos esos problemas posiblemente no puedas solucionarlos con acupuntura, pero quizás puedas incorporar en tus sesiones “algo” que complete tu acompañamiento, creando así un método global para mujeres con migraña. Por ejemplo, si detectas que tienen algún problema físico secundario que se pueda solucionar paseando por el parque, pues una sesión de “charla” paseando por el parque puede formar parte perfectamente de tu método.

- b. Personas que se sienten estancadas o encerradas en su vida.

Quizás podrías hacer una sesión con él paseando por el parque. Fíjate. Eso es una herramienta más que soluciona un problema.

- c. Personas que comen mal.

Una posible solución sería llevártelo al supermercado y enseñarle a comprar.

Así que, mira bien todo aquello que usas o que puedes usar más allá de la pura técnica terapéutica

Necesidad/Problema	Como lo soluciono

Ahora, de esta lista, **selecciona los 10 más importantes**

Bloque 4: Beneficios

¿Qué obtienen de la terapia o el curso? ¿Qué se llevan? Ya sea material como fruto de la terapia (emocional, mental, físico, etc.)

Ahora, de esta lista, **selecciona los 5 más importantes**.

Bloque 5: Elevator pitch

Combínalo todo (Quien son, Qué necesitan, Cómo lo soluciono y que beneficios obtienen) en un **texto resumido de máximo 20-30 segundos**.

Una posible estructura es:

Frase 1. “Llamada a la atención” : Una frase metafórica. Que llame la atención. Por ejemplo: “Me dedico a la plantación de terapeutas”.

Frase 2- Quien es tu cliente y qué problema tiene: Esta frase es muy importante. En una sola frase debemos poder combinar un mini resumen del Bloque 1: quien es mi cliente y del Bloque 2: que problema, síntoma o necesidad tiene.

Por ejemplo: “Acompaño a terapeutas (bloque 1) a poner en marcha sus proyectos (bloque 2)” o “Acompaño a mujeres (bloque 1) a librarse de la migraña (bloque 2)”

Frase 3, 4, 5... - Durante 25 segundos explica tu método. Esto es una combinación del bloque 2 (problemas, síntomas y necesidades) con el bloque 3 (herramientas) con el bloque 4 (beneficios). Redacta un texto combinando los puntos clave de cada uno de estos bloques **que has seleccionado**.

Elevator pitch:



Ejemplos:

Elevator pitch GESTION Y MARKETING PARA TERAPEUTAS

"Me dedico a la plantación de terapeutas".

Acompaño a los terapeutas a poner en marcha sus proyectos. A través de un curso de formación en herramientas de gestión y marketing, los terapeutas van tomando consciencia de aquellas resistencias, miedos o creencias que les impiden avanzar en su éxito, autosaboteando la creación de sus proyectos. El foco principal del curso es descubrir y enfocar "**a qué me dedico**", dándole forma, estructura, dirección y sobretodo energía. El curso es 100% práctico, con lo que durante el proceso van detonando los miedos en cada una de las fases de creación del proyecto, consiguiendo así trabajar en paralelo las creencias limitantes y las herramientas de gestión, control económico, marketing online, etc.. obteniendo del proceso **un enfoque claro, una página web y material de promoción** entre otras cosas.

Elevator pitch MASTER EN CRECIMIENTO PERSONAL Y TERAPIAS ALTERNATIVAS

El máster está orientado a formar terapeutas. Los acompañamos a encontrar su camino y aprender a entregarlo; conocerse mejor y adquirir nuevas competencias para tener una visión holística del mundo de las terapias. El primer año de Máster propone abrir la mente, enfocando al futuro terapeuta en descubrir lo que quiere hacer y concretarlo, dándole la opción de adquirir una base sólida de terapias variadas. El segundo año de Máster propone una especialización a través de una escuela externa de referencia, profundizando en uno de los temas ya abiertos durante el primer año. Es un máster estructurado en 3 grandes bloques: trabajo sobre uno mismo, desarrollo de competencias y masterclasses. Cada uno de estos bloques incluye diferentes disciplinas organizadas en cuerpo, mente, emoción, sutil y visión sistémica, como por ejemplo la Meditación, el Chikung, Coaching y PNL, Eneagrama, Experiencias fuera del cuerpo, constelaciones familiares, alimentación energética, sanación pránica entre otros. La finalidad de esta variedad durante el primer año es que el terapeuta profundice en sí mismo y abra la mente a cualquier tipo de terapia adquiriendo a su vez herramientas para ampliar las prestaciones que él puede proporcionar.

QUIEN SOY YO

Recorrido personal

¿Quién eres, cuál es tu historia personal? Este es un apartado de corazoncito. Explica un poco tu pasado “personal” que esté en parte relacionado con el porqué ahora estás donde estás

Experiencia profesional

Explica tu recorrido profesional, tu experiencia y tu formación. Algo más tipo currículum con alguna explicación.

¿Por qué yo y no otro?

¿Qué aportas tú que nadie más ofrece? ¿En qué eres especial? ¿Por qué tú y no otro?

Combina tu recorrido personal con tu experiencia profesional. Seguro que la vida te ha traído hasta aquí por una razón y seguro que te ha hecho un master de primera para poder hacer lo que estás haciendo mejor que nadie.

¿Para qué lo hago?

¿Cuál es mi **intención**?

¿Qué intención hay detrás de aquello que haces? ¿Qué te mueve? Busca la intención positiva de tu profesión.

Ser honesto es vital. Puede ayudar a reenfocarte. De lo contrario puedes estar caminando un camino que no es el tuyo.

“La gente no compra lo que haces, compra el por qué lo haces.” La gente se involucra si cree en lo que haces. Inspira tus valores hacia afuera.

SITUACIÓN ACTUAL

¿Quiénes son los otros?

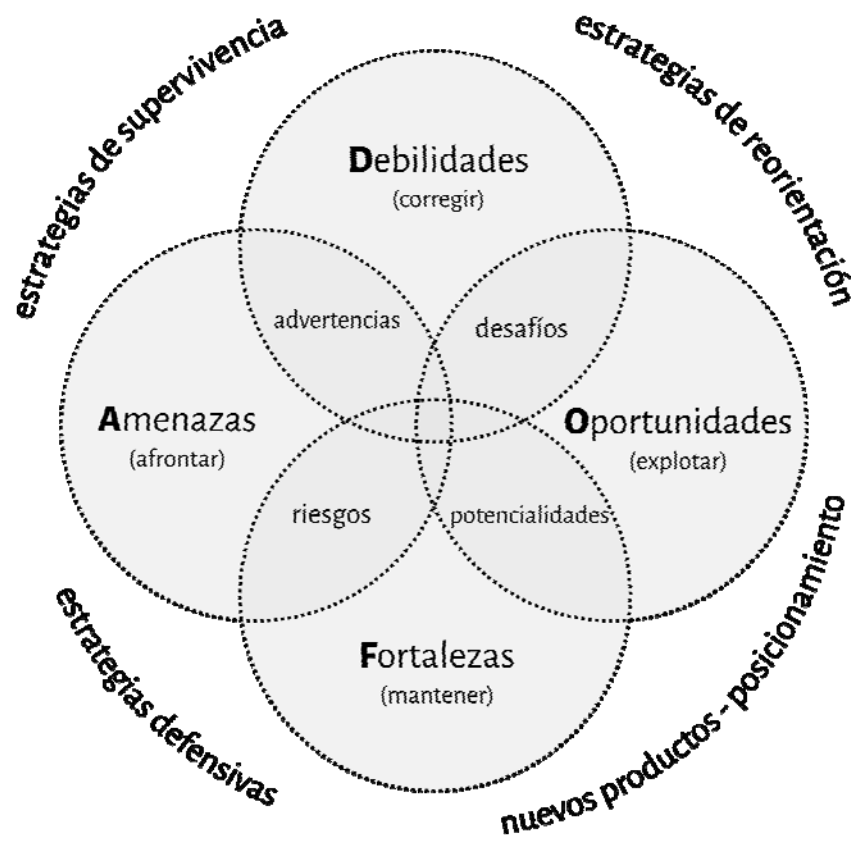
¿Quién más hace lo mismo o parecido? (por ejemplo reiki y sanación pránica). ¿Quién hace algo sustitutivo? (Por ejemplo digitopuntura o rebirthing)

Igual o parecido	Sustitutivo

¿Cómo de grande es el mercado? Busquemos gemelos. ¿Quién lo comprará?

Debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades

D.A.F.O.



1. Análisis interno

a. Fortalezas

- i. Gestión
- ii. Financiera
 - 1. Poco endeudamiento
 - 2. Ingresos recurrentes de varias fuentes
- iii. Tecnológica
 - 1. Innovación
 - 2. Uso de canales modernos de comercialización
 - 3. Uso de técnicas exclusivas o patentadas
- iv. Reputación
- v. Humana
 - 1. Experiencia
 - 2. Multidisciplinar y equilibrado
 - 3. Formación continua en nuevas tecnologías
 - 4. Poca rotación

b. Debilidades (ídem)

2. Análisis externo (fruto de terceros)

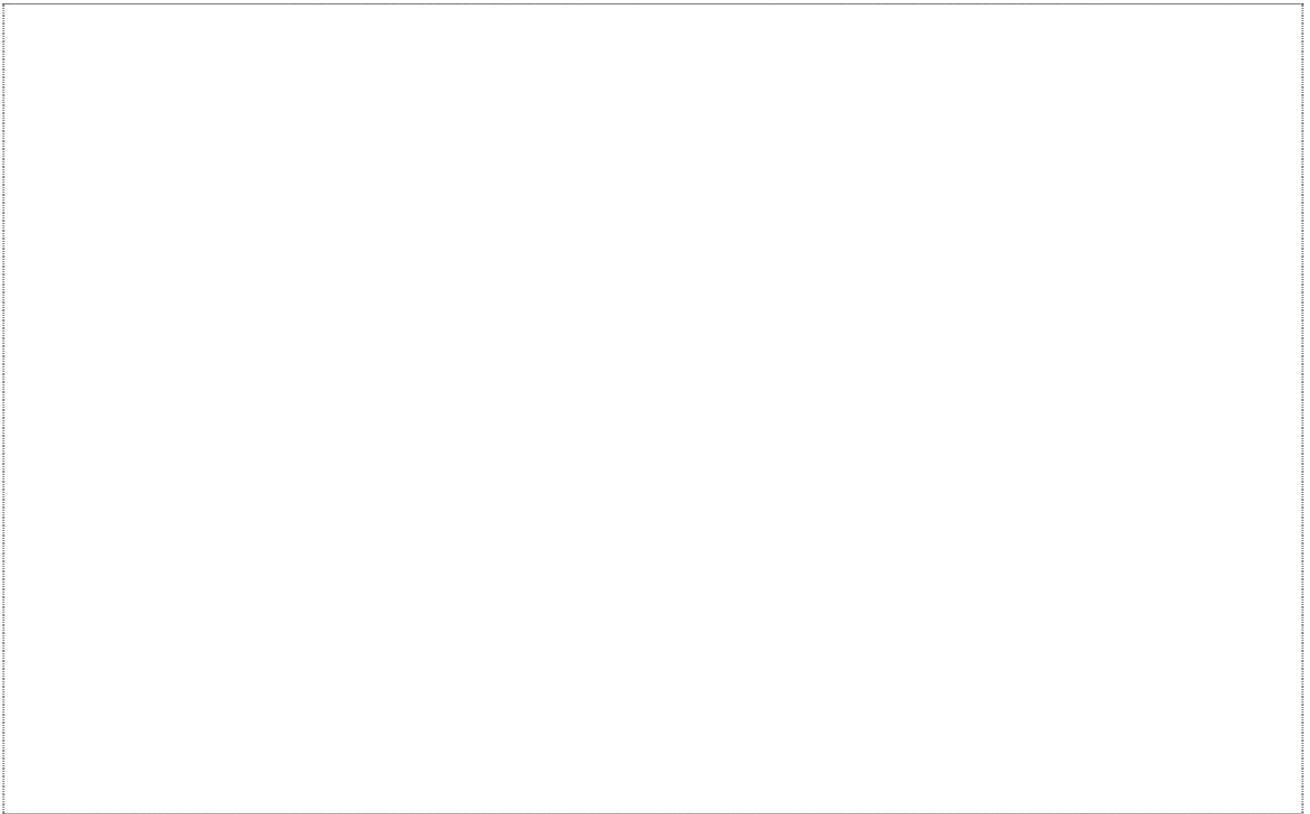
a. Oportunidades

- i. Gobierno y administración
 - 1. Nuevas Leyes
 - 2. Nuevas ayudas
 - 3. Reducción de impuestos
- ii. Bancos
 - 1. Bajada de tipos interés
 - 2. Más créditos
- iii. Proveedores / colaboradores
 - 1. Nuevas tecnologías
 - 2. Posibilidades de colaboración
- iv. Clientes
 - 1. Más demanda de “algo”
 - 2. Cambio de mentalidad en algún aspecto
 - 3. Economía de consumo activa
- v. Sector / competidores
 - 1. Segmento de mercado libre
 - 2. Competidores poco flexibles o con pocos recursos para acceder a oportunidades
 - 3. Competidores pequeños y pocos
- vi. Tecnologías
 - 1. Nuevas tecnologías relacionadas y aplicables

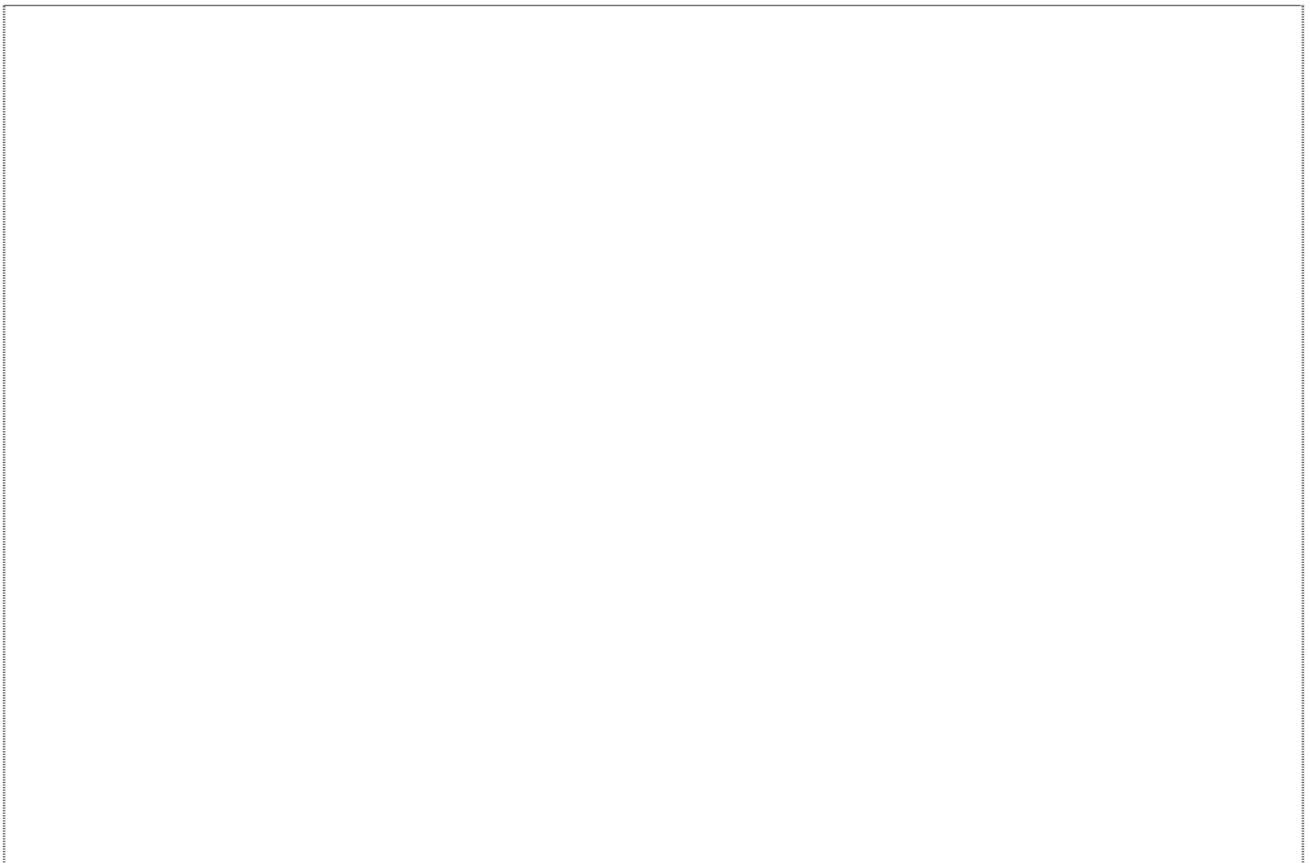
b. Amenazas (ídem: poder de negociación en clientes o proveedores,...)

Ejemplo de INDITEX: <https://modarapida.wordpress.com/dafo/dafo-y-came/>

Fortalezas



Debilidades



Oportunidades



Amenazas

