

Cómo construir una página de servicios que genera confianza (y clientes)



BLOQUE 01

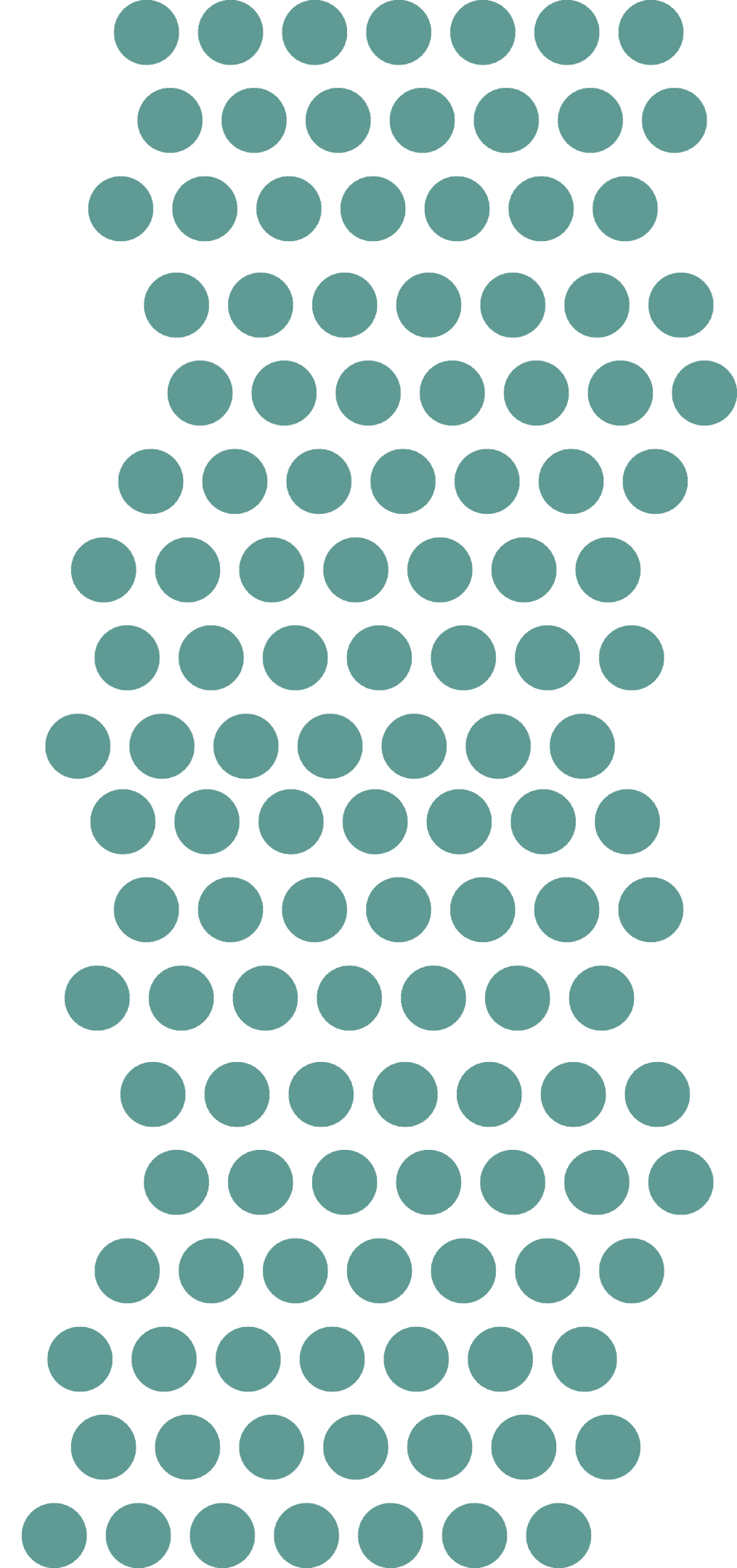
¿Por qué no conviertes tu página de servicios?



Dos preguntas para el público

¿Cuántos tenéis una página de servicios?

¿Cuántos estáis contentos con los contactos que os genera?

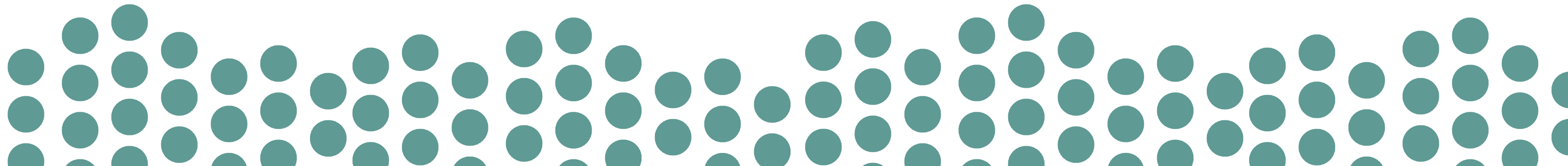


El error de fondo,



Construimos páginas para nosotros, no para quien llega.

El cliente no viene a ver tus habilidades. Viene con un problema



Construimos páginas para nosotros, no para quien llega.

18 servicios listados.

¿El cliente sabe cuál necesita?



Construimos páginas para nosotros, no para quien llega.

Títulos universitarios y títulos.

¿En serio hace falta poner eso?



Construimos páginas para nosotros, no para quien llega.

Listas de las tecnologías.

El cliente desconecta y se va



- **Al cliente NO LE IMPORTAS** one mierda, y tu servicio menos.
- **El cliente NO SABE** lo que busca.
- **El cliente solo sabe que tiene UN DOLOR** que quiere resolver

Entonces... ¿para qué estás construyendo una página hablando de ti?





BLOQUE 02

¿Qué debería de hacer tu página de servicios?

¿Qué debería de hacer tu página de servicios?

ESCAPARATE

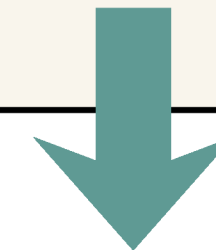


Muestras todo lo que
sabes hacer

ESPEJO



El cliente reconoce lo
que lee



*"Esto es justo lo que estoy
buscando"*

¿Qué debería de hacer tu página de servicios?

La regla del NO catálogo

**Máximo
3-4 servicios.**

1 página por servicio

Nombre claro
que el cliente lo entienda

Descripción breve que
especifique el problema

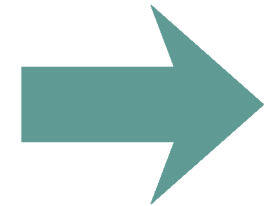
Página bien desarrollada
con todo detalle

¿Qué debería de hacer tu página de servicios?

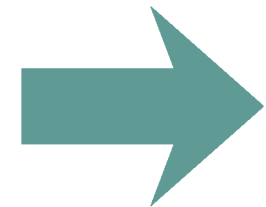


Ejemplos

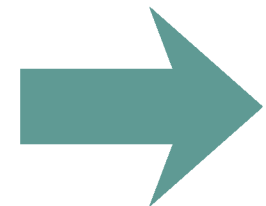
Consultoría estratégica



Desarrollo web a medida



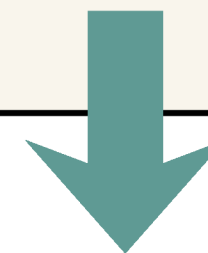
Gestión de redes sociales



Te ayudo a aparecer en Google cuando tu cliente te busque

Construiremos una web que sea una herramienta de citas para tu negocio

Deja de perder el tiempo con tus redes, automatiza la captación



"Esto es justo lo que estoy buscando"

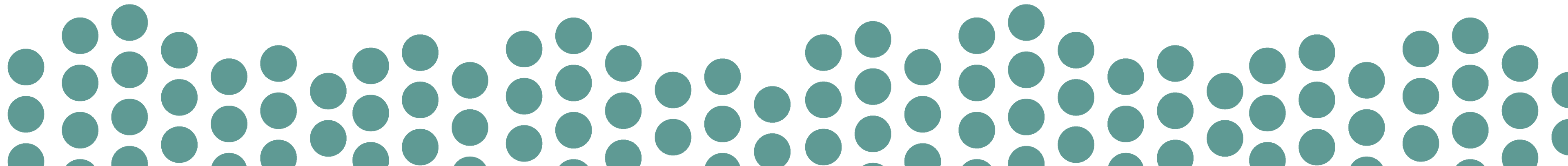


Antes de escribir nada, responde a esto



- **¿Quién es la persona que va a llegar a esta página?**
- **¿Qué problema concreto tiene cuando te busca?**
- **¿Qué cambia en su negocio después de trabajar contigo?**

Presta mucha atención a estas preguntas y sé honesto en las respuestas



¿Qué debería de hacer tu página de servicios?

Si no puedes cubrirlo todo tú solo...

Crea servicios colaborativos.

Busca un colaborador que complete lo que te falta.
Juntos ofrecéis la solución completa





BLOQUE 03

Los imprescindibles de tu página de servicios

Una página de servicios no es una ficha técnica. Es una conversación



Los imprescindibles de tu página de servicios

01. Título o promesa de valor

02. Descripción del servicio

03. Historia (si es real)

04. Beneficios, no características

05. Testimonios

06. Llamada a la acción

07 FAQ's

Página única para el servicio



Los imprescindibles de tu página de servicios

01 Título o promesa de valor.

Tienes 2 segundos.

Y quieres que el cliente piense “esto es para mí”

EJEMPLO:

¿Te gustaría tener una web para conseguir más citas pero no eres nada tecnológico?

Esto no es un título. Es un espejo.



02. Descripción del servicio

**Escribe una
descripción
NO TÉCNICA
de tu servicio**

Confirma que está en el
lugar correcto:

- ¿Qué va a obtener?
- Cómo cambia su situación

02. Descripción del servicio

**Escribe una
descripción
NO TÉCNICA
de tu servicio**

Explica TU MÉTODO
paso a paso

El cliente deja de imaginar y
piensa a ver soluciones

¿Qué debería de hacer tu página de servicios?

03. Cuéntale una historia

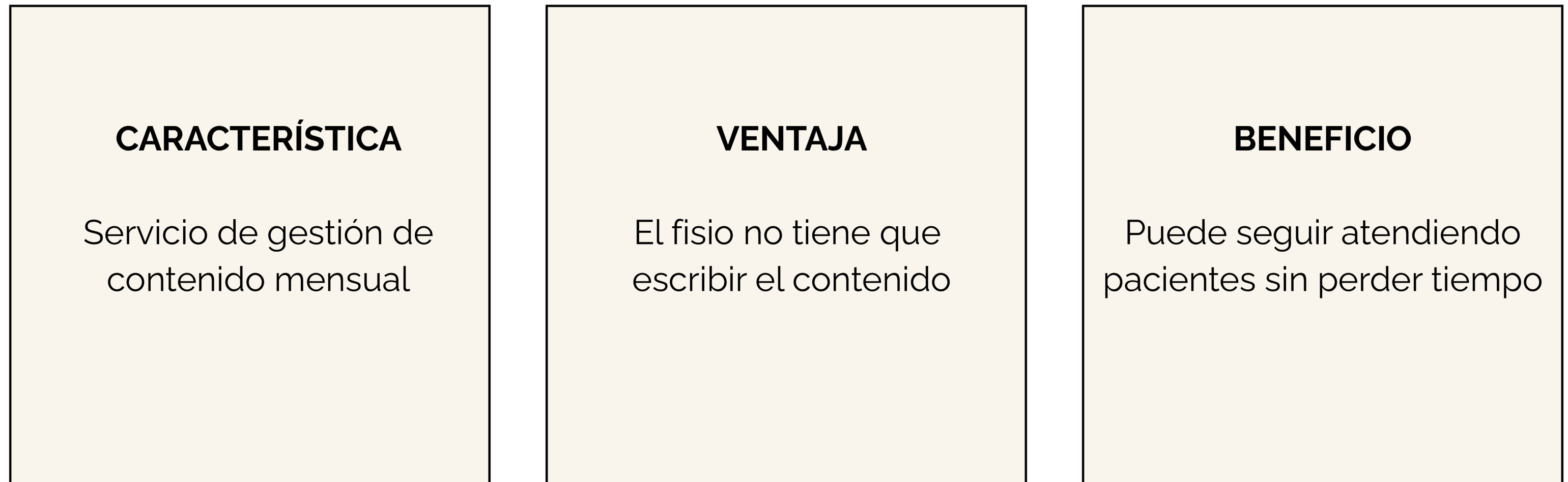
**Si es real, úsala.
Si no, no mientas.**

El viaje del héroe mal contado genera rechazo.

Es mejor no tener historia que tener una historia de cartón-piedra.

Los imprescindibles de tu página de servicios

04. Beneficios, no características



La característica la entiende quien sabe de webs. El beneficio lo entiende cualquiera.

Última idea: habla del deseo, no del miedo.



Los imprescindibles de tu página de servicios

05. Testimonios

“Mónica es muy profesional
y me ayudó mucho.”

Antes/Durante/Después
Situación real - resultado
concreto obtenido

Pide un testimonio con
preguntas concretas.

Si no tienes no lo pongas.

Una página honesta sin testimonios es mejor que testimonios de cartón.



Los imprescindibles de tu página de servicios

05. Llamada a la acción

BOTÓN DE LLAMADA

“Hablamos y despejamos dudas”

RESERVA DE CITA DIRECTA

Calendly, serían servicios donde está todo muy claro

FORM. DE PREGUNTAS

El cliente responde, tú cualificas el proyecto y después llamas y concretas

Regla de oro: busca que el cliente sepa exactamente qué va a pasar cuando haga clic.



¿Qué debería de hacer tu página de servicios?

06. Preguntas frecuentes. FAQs

**Las FAQs no
generan dudas.
Las eliminan.**

El truco de las FAQ's es que
convierta tus desventajas
en ventajas.

Qué eres más caro > justifícalo.
Qué tardas más > explica por qué.
Que no trabajas con todos > dilo.

Usa preguntas reales, lo que te suelen preguntar.

Un cliente sin dudas estará más cerca de contratarte.



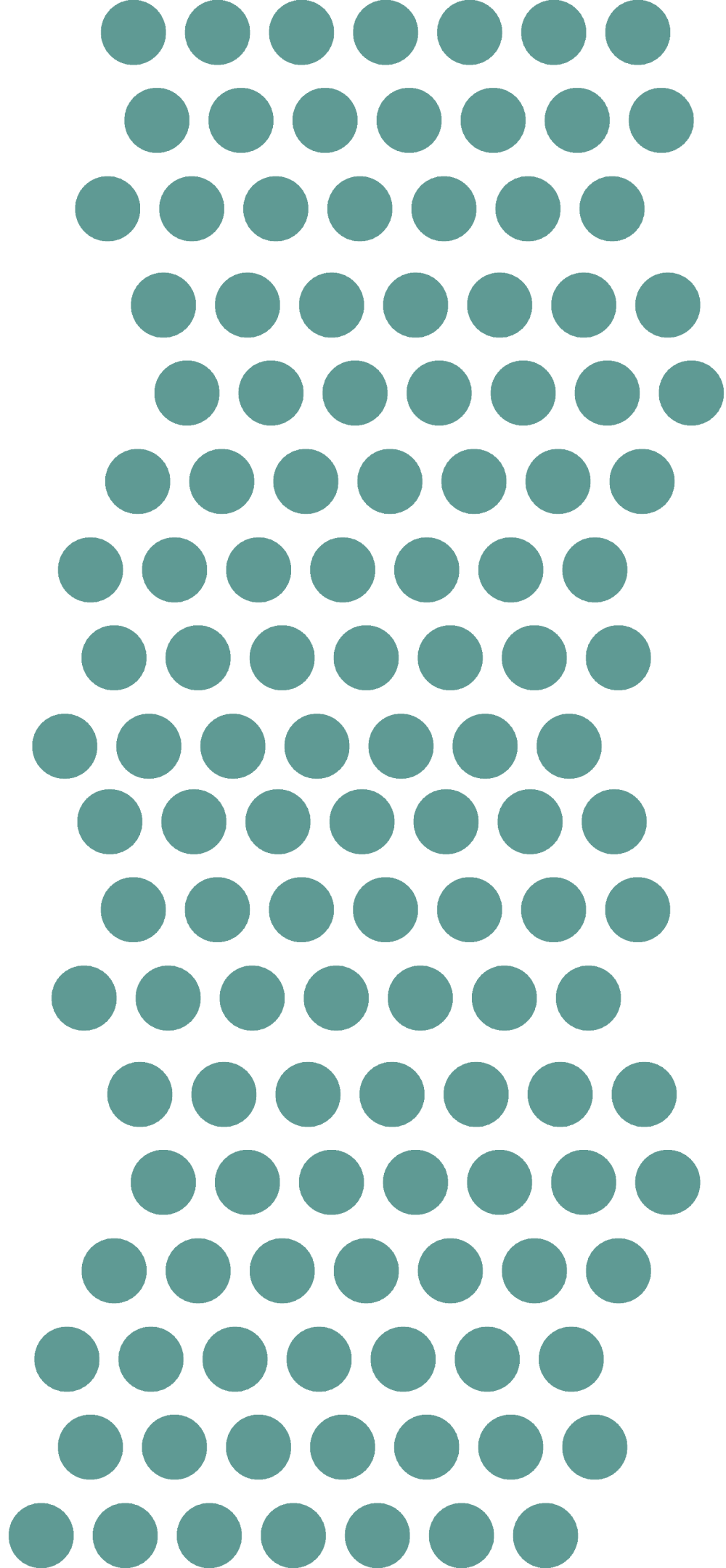
Para cerrar...

Crea servicios para que tu cliente se reconozca en ellos.

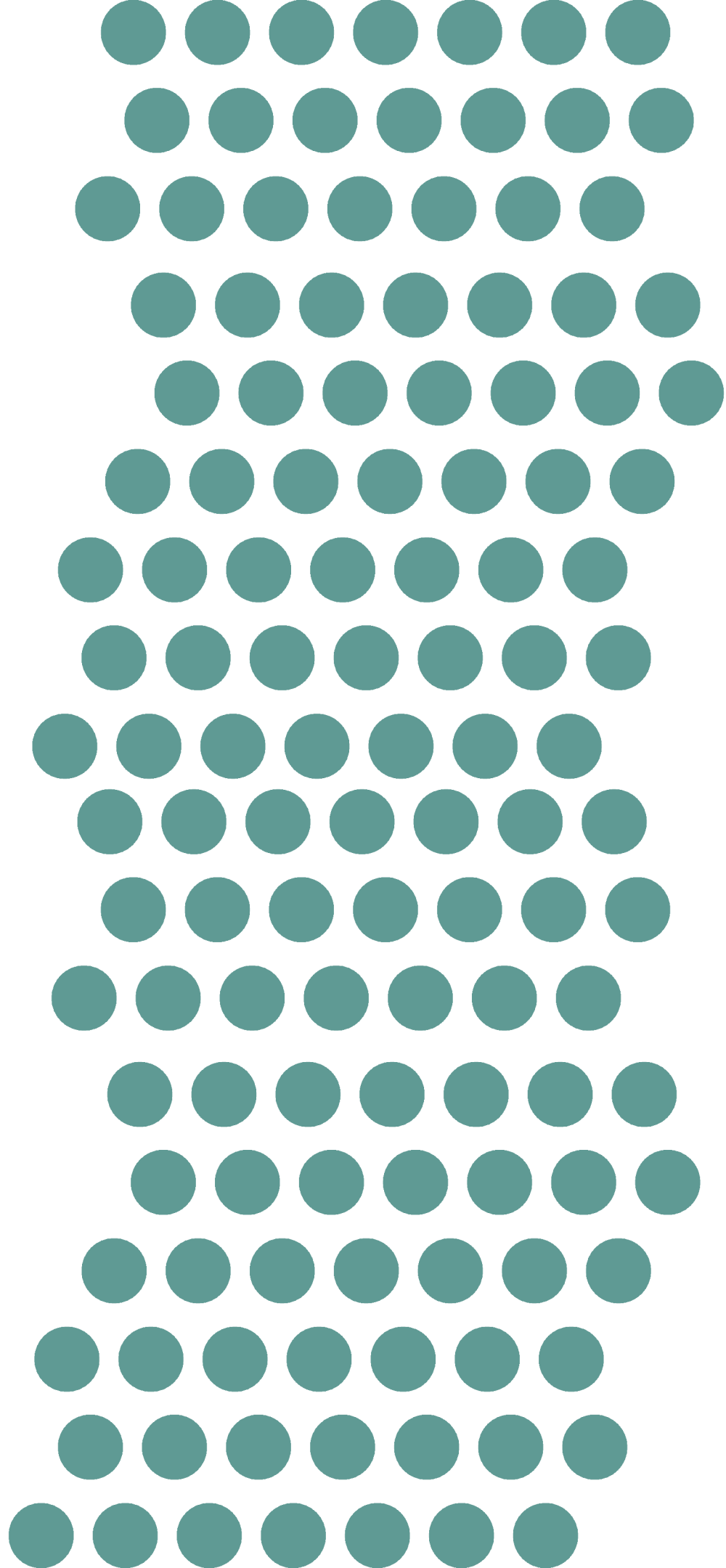
Explícalos como te gustaría que te los
explicasen a ti.

Sé auténtico. Sé un servidor >>>> NO un cobrador de servicios.





Mónica Saavedra,
yo estoy
**emprendiendo como
desarrolladora
web freelance**



Gracias

**Cuéntame tus
SERVICIOS “OCULTOS”, je**