

LA ESCALERA DE CUATRO OFERTAS Y LA PLANTILLA PARA ESCRIBIRLA

DISEÑÁ TU OFERTA.

Te dejamos cómo armamos una oferta de servicios creativos con IA: qué tiene que tener, los cuatro escalones por los que sube un cliente y la plantilla para escribir cada uno, con lo que incluye y lo que no.

SECCIÓN 01

"Depende del proyecto" no es una oferta.

Imaginá que entrás a un restaurante y el mozo te dice que ahí hacen lo que quieras y que después te dice cuánto sale. Te vas, aunque cocinen bien, porque no sabés qué pedir, cuánto cuesta ni si es para vos. Eso le pasa al cliente cuando le decís "depende del proyecto". Y el cliente no paga un video: paga producir más, más rápido y más barato de lo que le costaba.

CLAVE

Oferta = alcance + entregables + tiempo + precio + qué necesitás del cliente.

Una oferta es una promesa empaquetada. El alcance es la lista de lo que está incluido y, más importante, de lo que no. Los entregables son las piezas concretas que recibe el cliente. Tiene un tiempo, un rango de precio y lo que el cliente tiene que darte para que funcione. Si falta cualquiera de las cinco cosas, no es una oferta: es una conversación.

SECCIÓN 02

Cuatro ofertas, no una sola.

La objeción principal del cliente no es el precio, es la incertidumbre: no sabe si esto funciona para su marca ni si vos cumplís. La escalera le baja el riesgo: entra con poco, ve que funciona y sube.

01

Creative Test.

Chico, pago y acotado: una pieza, o una pieza con dos o tres variaciones, en dos o tres semanas y con una sola ronda de revisión. Demuestra, no gana plata. Pero se cobra siempre: lo gratis no se valora.

02

Campaign.

Una campaña completa para un objetivo: pieza principal, cortes y estáticos, entre doce y veinticinco assets, con treatment, cronograma y dos rondas de revisión.

03

Campaign System.

La campaña más el sistema para repetirla: plantillas, biblia visual, biblioteca de prompts y la capacitación para que el equipo del cliente produzca variantes. Te lo implementamos y te lo enseñamos.

04

Monthly Creative.

El retainer: un honorario fijo por mes a cambio de producción continua, prioridad en la agenda y una planificación compartida. Previsibilidad para vos, capacidad para el cliente.

SECCIÓN 03

El Creative Test, con tres límites escritos.

Es la puerta de entrada, y la más fácil de romper. Si no dice una pieza, un formato y una ronda, se convierte en una campaña entera cobrada como test.

PLANTILLA 01 Escalón 1 · Creative Test

COPIÁ Y COMPLETÁ

```
ESCALÓN 1: CREATIVE TEST
Nombre: [CÓMO LO LLAMÁS VOS]
Qué incluye: [UNA PIEZA, O UNA PIEZA CON DOS O TRES VARIACIONES]
Límite 1, piezas: [UNA PIEZA]
Límite 2, formato: [UN SOLO FORMATO]
Límite 3, revisiones: [UNA RONDA]
Qué no incluye: [LO QUE QUEDA AFUERA DEL TEST]
Duración: [DOS O TRES SEMANAS]
Qué necesitás del cliente: [LO QUE TE TIENE QUE DAR PARA QUE FUNCIONE]
Rango de precio: [EN BLANCO HASTA LA LECCIÓN DE PRICING. SE COBRA, SIEMPRE]
Para subir al escalón 2: [QUÉ TIENE QUE PASAR]
```

El rango de precio lo dejás en blanco por ahora: se completa en la lección de pricing de la Academia. Lo que no podés dejar en blanco es que se cobra.

SECCIÓN 04

Siete líneas por escalón.

Completala tres veces: una para Campaign, una para Campaign System y una para Monthly Creative. Cada oferta se tiene que poder explicar en treinta segundos.

PLANTILLA 02 Escalones 2, 3 y 4 COPIÁ Y COMPLETÁ

```
ESCALÓN [2, 3 O 4]: [CAMPAIGN / CAMPAIGN SYSTEM / MONTHLY CREATIVE]
Nombre: [CÓMO LO LLAMÁS VOS]
Qué incluye: [LOS ENTREGABLES CONCRETOS Y LAS RONDAS DE REVISIÓN]
Qué no incluye: [LO QUE QUEDA AFUERA, ESCRITO]
Duración: [CUÁNTO DURA O, EN EL RETAINER, CADA CUÁNTO SE ENTREGA]
Qué necesitás del cliente: [LO QUE TE TIENE QUE DAR PARA QUE FUNCIONE]
Rango de precio: [EN BLANCO HASTA LA LECCIÓN DE PRICING]
Para subir al escalón siguiente: [QUÉ TIENE QUE PASAR]
```

Si un campo queda vacío, la oferta todavía es una conversación. El escalón 4 no tiene "para subir": ahí ya trabajan juntos todos los meses.

SECCIÓN 05

El alcance se escribe antes de empezar.

Lo que no incluye es la parte que más cuesta escribir y la que más te cuida. Estas son las reglas que usamos para completar ese campo y el de cuándo se sube.

01

Rondas contadas.

Las revisiones son rondas limitadas: dos es lo estándar. Una ronda es una lista consolidada, y la ronda extra tiene precio. Se dice en el arranque, no el día que pasa.

02

Cambio con precio y fecha.

Si el brief crece sin que crezca el presupuesto, todo cambio de alcance tiene precio y fecha nuevos.

03

Se sacan piezas, no margen.

Ante un presupuesto ajustado, bajás alcance, no precio.

04

La duda se resuelve abajo.

Si la duda del cliente es "no sé si funciona", la respuesta es el Creative Test. Nadie te firma doce meses a ciegas.

SECCIÓN 06

Un cliente, cuatro momentos.

Un ejemplo hipotético: una marca de café de especialidad que saca un blend nuevo cada tres meses.

01

Creative Test.

Un reel de lanzamiento con tres variaciones, para que vean el nivel con su producto.

02

Campaign.

El lanzamiento completo del próximo blend.

03

Campaign System.

Las plantillas para que cada blend nuevo se produzca en una semana.

04

Monthly Creative.

El contenido de todos los meses.

NOTA

Un solo proveedor.

El mismo cliente, cuatro momentos, cuatro precios. El ejemplo tiene una línea por escalón; tu plantilla lleva las siete completas.

SECCIÓN 07

La checklist antes de mostrarla.

Si un ítem no se cumple, la escalera todavía no está lista.

- [ ] Las cuatro ofertas tienen alcance, exclusiones, duración y requisitos del cliente.
- [ ] El Creative Test se cobra y tiene tres límites.
  Una pieza, un formato, una ronda.
- [ ] Cada escalón dice qué tiene que pasar para subir al siguiente.
- [ ] Cada oferta se explica en treinta segundos.
- [ ] Podés explicar la escalera entera en un minuto.

ERROR COMÚN

Los tres errores más comunes.

Una sola oferta que se llama "lo que necesites". Querer entrar por el retainer sin haber demostrado nada. Y un Creative Test sin límites o gratis: es trabajo especulativo disfrazado.

¿TE SIRVIÓ?

Esto es una muestra. La lección completa está en la Academia.

@bistudio.ai

Esta plantilla es una muestra de la lección 5.3 de la Academia BISO. En el módulo 5 la escalera es la tercera pieza de la propuesta que le presentás al cliente, y en la lección siguiente le ponemos precio a cada escalón.

Anotate en la 2ª generación de la Academia →

El equipo de BISO

INSTAGRAM
@bistudio.ai

WEB
biso.studio

EMAIL
hola@biso.studio