CUATRO POSICIONES, QUÉ COMPRA EL CLIENTE EN CADA UNA Y TU PÁRRAFO DE POSICIONAMIENTO

POSICIONATE POR EL PROBLEMA, NO POR LA HERRAMIENTA.

Te dejamos una muestra de la lección 5.1 de la Academia BISO: cómo pararte en el mercado cuando trabajás con IA, para que tu precio no se compare con el de cualquiera.

SECCIÓN 01

¿Y vos qué hacés exactamente?

Te la van a hacer en la primera reunión con cualquier cliente, casi siempre en los primeros dos minutos. Lo que contestes en esos diez segundos decide más del precio que cualquier cotización que mandes después. Si decís "hago videos con inteligencia artificial", el cliente ya te puso en una categoría, y esa categoría tiene un techo.

QUÉ TE LLEVÁS

Tres cosas, en este orden.

Cuatro posiciones en el mercado. Qué compra el cliente en cada una, que es lo que define el precio. Y un párrafo escrito que dice quién sos, para quién trabajás y qué problema resolvés: la primera página de tu propuesta.

SECCIÓN 02

Cuatro formas de pararte en el mercado.

Es la misma habilidad en los cuatro casos. Lo que cambia es lo que el cliente cree que está comprando.

POSICIÓN	QUÉ VENDE	QUÉ COMPRA EL CLIENTE	EL TECHO
Freelancer	Ejecución, por hora o por pieza.	Manos.	Las manos se comparan por precio. Cuando aparece alguien más barato, tenés que explicar por qué no.
Creador de IA	Atención y novedad.	Llegar a su audiencia o la novedad de la herramienta.	Depende del algoritmo y de la novedad, y la novedad se gasta: lo que hoy sorprende en seis meses es normal.
Estudio	Capacidad de producción: piezas, fecha, estándar y precio.	Un resultado entregado.	Sin el techo de la tarifa: la conversación es de negocio, no de tarifa.
Agencia creativa	Producción y, además, el problema de la marca: estrategia y medios.	Que alguien se haga dueño del problema.	Necesita equipo, cuentas y estructura. No es por donde se empieza.

SECCIÓN 03

El cliente no paga un video. Paga producir más, más rápido y más barato.

Cuando te parás como estudio, la pregunta deja de ser cuánto cobrás la hora y pasa a ser cuánto le costaba producir antes y cuánto le cuesta ahora con vos.

EN LA REUNIÓN	PARADO COMO FREELANCER	PARADO COMO ESTUDIO
La pregunta	¿Cuánto cobrás por video?	¿Cuánto les costaba esa campaña filmada?
Contra qué se mide tu precio	Contra otras manos.	Contra lo que le costaba producir antes.
La conversación	De tarifa.	De negocio.

CLAVE

El posicionamiento no cambia tu trabajo.

Cambia el punto de referencia contra el que se mide tu precio.

SECCIÓN 04

El error más común: posicionarte por la herramienta.

"Hago videos con tal modelo", "soy especialista en tal plataforma". Eso tiene fecha de vencimiento: la herramienta cambia cada tres meses y, cuando cualquiera puede usarla, valés lo que vale ella. El problema del cliente no caduca.

ERROR COMÚN

Tres errores que bajan tu techo.

Posicionarte por la herramienta: cuando la herramienta se vuelve commodity, vos también. Contestar "hago videos con IA" y aceptar el techo de esa categoría. Querer ser agencia sin haber sido estudio.

CÓMO LO VEMOS EN BISO

La IA acelera una fase de cinco.

Trabajamos en cinco fases: 1. Brief, 2. Concepto, 3. Biblia Visual, 4. Producción, 5. Entrega. La IA hace la fase 4 más rápida y más barata; las otras cuatro las decide el criterio y el oficio. Por eso nos posicionamos por el problema que resolvemos, no por el botón que apretamos.

SECCIÓN 05

Tu posicionamiento en cuatro pasos.

Hacelos en orden. El primero es el más incómodo y el que más importa.

01

Mirate desde afuera.

Identificá en cuál de las cuatro posiciones te ve hoy el cliente, no en cuál te ves vos.

02

Nombrá el problema.

Definí qué problema de negocio resolvés y para qué tipo de cliente.

03

Escribilo en un párrafo.

Sin nombrar una sola herramienta.

04

Leelo en voz alta.

Si suena a "hago videos", reescribilo desde el problema del cliente.

SECCIÓN 06

Tu párrafo de posicionamiento.

Cinco o seis líneas que contesten la pregunta de la reunión. Completá los cuatro campos y después escribilo de corrido, con tus palabras.

PLANTILLA Quién sos, para quién, qué resolvés, en qué te diferenciás

COPIÁ Y PEGÁ

```
Quién soy: [QUIÉN SOS].
Para quién trabajo: [TIPO DE CLIENTE].
Qué problema le resuelvo: [PROBLEMA QUE RESOLVÉS].
En qué me diferencio: [EN QUÉ TE DIFERENCIÁS].
```

Sin nombrar una sola herramienta. Leelo en voz alta como si contestaras en la reunión; si suena a "hago videos", volvé a empezar.

CLAVE

Guardalo.

Ese párrafo va en la primera página de tu propuesta comercial.

SECCIÓN 07

Antes de la próxima reunión.

Si no podés tildar las tres, volvé al paso que falla.

Tu posicionamiento está listo si

- [ ] Podés explicar las cuatro posiciones y qué compra el cliente en cada una.
- [ ] Tu párrafo de posicionamiento no nombra ninguna herramienta.
- [ ] Tu párrafo habla del problema del cliente, no de lo que vos hacés.

LO QUE SIGUE

El cliente no evalúa tu estética. Evalúa su riesgo.

Autoridad es evidencia de que decidís bien, no de que ejecutás bien. Y cuando una pieza es IA, decilo siempre: la honestidad en voz alta también es autoridad.

ESTO FUE UNA MUESTRA

La misma habilidad vale distinto según dónde te parás.

@bistudio.ai

Esta guía es una muestra de la lección 5.1 de la Academia BISO. La lección completa y el resto del módulo de negocio están en la Academia. El equipo de BISO.

Conocé la Academia BISO →

El equipo de BISO

INSTAGRAM
@bistudio.ai

WEB
biso.studio

EMAIL
hola@biso.studio