

15 ERRORES COMUNES AL VENDER TUS SERVICIOS DE *Psicología*



A Alejandra
Can Ortiz

www.maternidar.org

Los errores al vender bienestar

¡Bienvenida!

Mi nombre es Alejandra Can Ortiz y te guiaré en un recorrido a través de los 15 errores más frecuentes que he identificado que se cometen al intentar vender servicios de psicología.

Desde 2017 ofrezco el curso online **Marketing para Psicólogas**, por el que han pasado más de 250 alumnas de diversas ciudades. La gran mayoría de ellas también son madres de niños pequeños, por lo que necesitan equilibrar su vida personal y familiar con un negocio rentable y flexible que les permita trabajar en horarios cómodos incluso desde casa.

En estos años he escuchado de cerca sus necesidades, retos y problemas y les he ayudado a generar estrategias de marketing para vender sus servicios de forma sencilla y efectiva, usando las herramientas digitales como aliadas.

A partir de sus preguntas más frecuentes y nuestras largas conversaciones, he preparado esta guía que hoy es tuya. Deseo que te sirva para identificar esos errores comunes al vender bienestar, y así poder evitarlos desde hoy mismo en tu emprendimiento.

 Alejandra
Can Ortiz



ERROR #1

Ofrecer servicios comunes y estándar, sin diferenciación.

"Brindo terapia individual, familiar y de pareja".

"Ofrezco terapia para adolescentes y adultos".

"Doy talleres para padres y terapia infantil".

Antes de empezar a trabajar con las alumnas de mi curso de Marketing para Psicólogas suelo preguntarles qué servicios ofrecen, y sus respuestas casi siempre son parecidas a las frases de arriba. La mayoría ofrece servicios estándar, genéricos, demasiado amplios y comunes. ¿Cuál es el problema de vender servicios tan comunes? Que hay miles de psicólogas y psicólogos ofreciendo algo casi idéntico. ¿Por qué alguien que aún no te conoce habría de elegirte a ti, si aparentemente ofreces servicios similares a otras tantas profesionales? ¿Qué es lo que te diferencia? ¿Cuál es ese enfoque o tema que será tu sello único? ¿Qué tipo de problemas, procesos o personas atenderás? ¿Qué enfoque o perspectiva auténtica puedes ofrecer? Responder estas preguntas es un primer paso para dejar de ser "una psicóloga más", y empezar a ser LA PSICÓLOGA especializada en _____, a la cual las personas buscan para acceder a soluciones hiper específicas para sus problemas hiper específicos.

▶ **¡No cometas este error!**
Aprende cómo diferenciar tus servicios en el módulo 2: Tu nicho + perfil de cliente.

[IR AL CURSO](#)

ERROR #2

Usar un nombre de marca similar a otros

"Centro Integral de Atención Psicológica"

"Centro Integral de Desarrollo Humano"

"Centro de Psicoterapia Integral"

Haz un experimento: escribe en Google cualquiera de los nombres de arriba y descubre cuántos negocios existen con un nombre prácticamente idéntico. Un nombre común es una fórmula perfecta para pasar desapercibida y camuflada. Si lo que quieres es destacar y diferenciarte, necesitarás un nombre que de verdad te distinga y sea fácil de recordar. Otro error común respecto al nombre del negocio es usar palabras en lenguas extranjeras o indígenas, acrónimos o palabras que son muy significativas para ti, pero que tus clientes no entienden, ni recuerdan.

▶ **¡No cometas este error!**
Aprende cómo elegir un buen nombre para tu negocio en el módulo 5: Tu marca

[IR AL CURSO](#)

ERROR #3

Usar tecnicismos para vender tus servicios.

"Ofrezco terapia con enfoque cognitivo conductual".

"En el curso tratamos temas de parentalidad positiva".

"Taller de intervención conductual desde la familia".

Es posible que para ti sea muy obvio de qué tratan los servicios de arriba, pero créeme: la mayoría de tus clientes no tendrá ni idea de qué significan esos conceptos. Y, si no entienden, no compran. Es indispensable que aprendas a traducir tus servicios a un lenguaje sencillo y comprensible por personas no especializadas en tu área. No escribas para tus colegas: escribe para tus clientes. Y te diré una cosa más: la mayor parte de las veces, tus clientes conocen bien su problema pero no conocen cuál es la solución. Por ejemplo, saben que se sienten ansiosas, deprimidas, preocupadas o estresadas, pero no saben si la solución es un proceso terapéutico con enfoque cognitivo conductual. ¿Me explico? Por eso no tiene sentido usar tecnicismos al momento de redactar tus textos publicitarios. Es mucho mejor enfocarte en describir los beneficios de tus servicios con palabras sencillas y accesibles.

▶ **¡No cometes este error!**
Aprende cómo redactar tus textos publicitarios en el módulo 8: Tus textos e imágenes publicitarios.

[IR AL CURSO](#)

ERROR #4

No se entiende el beneficio de lo que vendes

Las personas no necesitan un taladro: necesitan un hueco en la pared.

Las personas no necesitan una sesión de terapia: necesitan bienestar.

Visto así, tus servicios son la solución a los problemas de tus clientes, pero ellos necesitan enterarse de cuáles son los beneficios de tus servicios. Para ti están muy claros, pero para ellos quizá no tanto. ¿Por qué ir a terapia? ¿Para qué inscribirse a tu taller? ¿Qué encontrarán o aprenderán en tu curso? ¿Cómo se transformarán? ¿Qué habilidades desarrollarán? ¿Cómo se sentirán al concluir? ¿Qué aspectos de su vida podrían mejorar? Necesitas explicar con claridad todos los beneficios de contratar tus servicios para que tus clientes puedan comprenderlos y desearlos.

▶ **¡No cometes este error!**
Aprende cómo diseñar tus servicios y comunicar su valor en el módulo 4: Tus servicios.

[IR AL CURSO](#)

ERROR #5

Hablar en plural aunque solo estés tú en tu negocio

"Somos un centro de psicología que ofrece servicios de...".

"Te brindamos la mejor atención en nuestros servicios de...".

"Te invitamos a inscribirte al taller..."

Que tu negocio esté compuesto solo por ti no es un defecto. Hay muchísimos negocios unipersonales que son sumamente rentables y exitosos. Si estás sola en tu negocio (o si tienes un equipo pero quieres ser tú la cara pública de tu marca) es mucho mejor que te expreses en singular, hablando en primera persona y más aún: que te muestres en tus redes sociales para que tus clientes potenciales puedan identificarte, empatizar contigo y confiar en ti. Escribe esto en un post it y no lo olvides: Para que tu cliente te elija, primero tiene que confiar en ti. Hablar en singular mostrando tu lado humano, tu cotidiano, tus anhelos y anécdotas conecta mucho más que hablar en un frío plural que suena a institución.

▶ **¡No cometas este error!**
Aprende cómo redactar tus textos publicitarios en el módulo 8: Tus textos e imágenes publicitarios.

[IR AL CURSO](#)

ERROR #6

Pensar que no necesitas marketing porque los clientes llegan solos.

"Si eres buena psicóloga, los clientes llegarán solos".

"Los clientes llegan por recomendación".

"Usar marketing para vender tus servicios es poco ético".

Estas son algunas de las creencias que con más frecuencia he encontrado en mis alumnas. Veamos: ¿Los clientes llegan solos? ¿Todos tus clientes llegan por recomendación? Difícilmente, en especial si estás cometiendo el error #1. Pero incluso aunque tus clientes llegaran por recomendaciones, te encontrarás que muchas veces esos clientes son los clásicos "amigos de amigos" que quieren descuentos o un precio especial, lo cual no es nada positivo para tu negocio, en especial si buscas vivir de él. Por otra parte, si temas usar marketing porque piensas que es "poco ético", déjame decirte que vender por sí mismo no es algo negativo. Vender es sinónimo de conectar y entregar: conectar con las personas que te necesitan y entregarles tus servicios. ¿Existen tácticas de marketing engañosas y poco éticas? Por supuesto, pero no tienes que elegir las. El universo del marketing es inmenso y somos cada vez más las personas que apostamos por un marketing ético, humanizado y respetuoso hacia nuestros clientes.

▶ **¡No cometas este error!**
Aprende cómo usar tácticas respetuosas de marketing a tu favor en mi curso Marketing para Psicólogas.

[IR AL CURSO](#)

ERROR #7

Republicar contenido de otras páginas

Esto me pasa muy seguido: me encuentro con una página de Facebook de un negocio de servicios de psicología, entro para revisar sus contenidos y noto que la mayoría de sus publicaciones son compartidas y 'reposteadas' desde otras páginas: viñetas que alguien más hizo, frases de otro autor, consejos de otra psicóloga, ilustraciones y reflexiones que alguien más puso en las redes. El problema de compartir contenido ajeno de manera frecuente es que estás desaprovechando tu espacio digital para darle poder a alguien más. Quien tiene la voz tiene el poder y la autoridad. Para ser una autoridad en tu tema y una referente en tu nicho necesitas desarrollar tu voz propia: ¿qué es lo que tú quieres decir? ¿Cuál es tu punto de vista sobre tal o cual tema? ¿Cuáles son tus reflexiones, tus anécdotas y tus ideas? Es mucho mejor compartir tus ideas que replicar las de alguien más. Al final, queremos que tus clientes confíen en TI, ¿no? El mundo (y tu cliente, en particular) necesita escuchar o leer tu voz.

▶ **¡No cometas este error!**

Aprende cómo crear buenas publicaciones para tus redes sociales en el módulo 9: Tus redes sociales.

IR AL CURSO 

ERROR #8

No tener un objetivo claro

Si te pregunto cuál es tu objetivo de ventas en este momento, ¿qué me responderías? Y, más allá de eso, si te preguntara cuál es tu objetivo a nivel personal o familiar, ¿lo tendrías claro? Una pregunta más: ¿Tu negocio es capaz de adaptarse a tu vida para que puedas cumplir tus objetivos personales y familiares? Te comparto que es muy común ver un negocio desorganizado, desordenado y sin rumbo: un negocio en el que cada día vas improvisando, "apagando fuegos" sin saber bien hacia dónde quieres llegar.

Un negocio sin objetivos es como un barco a la deriva: no basta avanzar, es preciso saber a qué puerto te diriges para poder elegir qué camino (qué estrategia) tomar.

▶ **¡No cometas este error!**

Aprende establecer tus objetivos en el módulo 1: Tus objetivos.

IR AL CURSO 

ERROR #9

Fijar precios muy bajos

¿Te identificas con esto? No sabes cómo fijar los precios de tus servicios, así que "para no fallar" y pensando que vender barato te ayudará a conseguir más clientes, pones precios muy bajos. Sin embargo, no vendes y tu primera reacción es ofrecer descuentos y bajar aún más tu precio.

Aunque no lo creas, vender barato puede ser una de las principales causas por las que no vendes más. El precio es un reflejo del valor de tu servicio, y si tu servicio profesional tiene un precio demasiado bajo tus clientes potenciales podrían interpretar: "Si el servicio es tan barato es porque es de baja calidad", "Quien lo ofrece seguro tiene muy poca experiencia y dominio del tema".

A menos que trabajes para una ONG o una organización caritativa, no te recomiendo fijar precios demasiado bajos para tus servicios. Es mucho mejor poner un precio que comunique el valor verdadero de lo que ofreces.

Pero, además, fijar precios demasiado bajos ocasiona otro problema severo: para poder pagarte un buen sueldo, necesitarás muchísimos más clientes. Y eso significa trabajar muchísimas horas, incluso más de las que en realidad puedes permitirte en este momento. Por lo tanto, si no calculas bien tus precios es posible que tu negocio ni siquiera sea rentable; es decir, es posible que trabajes y trabajes y aún así no consigas cubrir tus costos o pagarte el sueldo mínimo viable para continuar trabajando en tu proyecto. Los precios bajos ocasionan un efecto dominó que tristemente en muchas ocasiones acaba con el negocio obligándolo a cerrar.

▶ **¡No cometas este error!**
Descarga la hoja de cálculo incluida en el módulo 6: Tus precios y re-calcula el precio de tus servicios.

[IR AL CURSO](#)

ERROR #10

No automatizar tus ventas

Si tienes poco tiempo disponible no puedes depender de esperar a "tener tiempo" para intentar vender tus servicios. Necesitas una forma de automatizar tus ventas, y el mundo digital te ofrece numerosas alternativas. Imagínate poder activar un botón que atraiga a diario nuevas personas interesadas en tus servicios. Esto es posible con la combinación de herramientas digitales como los anuncios en Facebook y los sistemas de marketing automatizado.

Automatizar tus ventas es una forma inteligente de aprovechar tu tiempo al máximo, especialmente cuando tienes una agenda muy llena, una vida muy ocupada, hijos pequeños o cuando simplemente quieres hacer rendir cada minuto de tu día.

▶ **¡No cometas este error!**
Aprende técnicas para automatizar tus ventas en el módulo 10: Estrategias de marketing online para psicólogas.

[IR AL CURSO](#)

ERROR #11

No invertir en anuncios pagados, o hacerlo mal

No me canso de insistir en que los anuncios en Facebook e Instagram son una herramienta súper potente para ganar visibilidad y buenos clientes, siempre y cuando se hagan bien. ¿Y qué significa hacerlos bien? Significa pensarlos de forma estratégica, redactar un buen texto publicitario, elegir imágenes atractivas, crear una segmentación correcta* y configurar el anuncio dentro del Administrador de anuncios.

*La "segmentación" es el proceso de dividir un grupo grande de personas en otros grupos más pequeños con características similares. Una buena segmentación te ayuda a encontrar en las redes sociales, de manera más rápida y eficiente, a las personas correctas que desearían ser clientes de tus servicios. Si encontraste esta guía mediante un anuncio de Facebook & Instagram, es debido a la segmentación que usé para mostrar mi contenido a psicólogas.

▶ **¡No cometes este error!**
Aprende a crear correctamente un anuncio básico en Facebook & Instagram en el módulo 11: Estrategias de marketing online para psicólogas.

[IR AL CURSO](#)

ERROR #12

No tener claro quién es tu perfil de cliente

Este error es un error inmenso y grave. Si no sabes cuál es el perfil de tu cliente ideal, es imposible hacer buenas segmentaciones, buenos textos publicitarios, buenos anuncios y en general buenas estrategias de venta. Querer vender sin saber a quién te diriges es como salir a repartir volantes en un parque con la esperanza de que alguno de los transeúntes se interese en lo que vendes. Pero lo más probable es que la mayoría tire el volante en el bote de basura más cercano.

Y no es porque lo que vendes no sea valioso: es porque se lo estás mostrando a personas que no son las adecuadas, personas que no están interesadas en lo que vendes o quizá ni siquiera tienen una necesidad que tú les puedas ayudar a resolver.

▶ **¡No cometes este error!**
Aprende a definir bien tu perfil de cliente en el módulo 2: Tu nicho + perfil de cliente

[IR AL CURSO](#)

ERROR #13

Descuidar los detalles de tu oficina o consultorio

¿Sabías que lo que tus clientes perciben con sus cinco sentidos influye en su nivel de satisfacción? Un ambiente agradable y controlado (por ti) te ayuda a que tus clientes se sientan más cómodos y felices. Y ya sabemos que los clientes felices están más dispuestos a volver y a recomendarte con sus amigas(os) y conocidas(os).

Así que, si tienes un espacio físico donde ofreces tus servicios, ya sea una oficina privada, un consultorio compartido o una sala que rentas ocasionalmente, es importante cuidar los pequeños detalles que hacen de este ambiente un lugar confortable y disfrutable.

¿A qué huele el lugar? ¿Hay algún aroma especial? ¿Qué miran en las paredes? ¿Qué estímulos se encuentran? ¿Qué escuchan? ¿Hay música ambiental? ¿Qué pueden hacer mientras esperan? Estos son algunas de las preguntas que puedes formularte para empezar a controlar tu espacio físico y ofrecer una mejor experiencia a tus clientes. No fijarse en estos elementos definitivamente es un error muy común.

 **¡No cometas este error!**

Hazte las preguntas necesarias para mejorar tu espacio físico, con el contenido del módulo 7: Tu consultorio u oficina.

[IR AL CURSO](#) 

ERROR #14

Hablar demasiado de ti misma, y muy poco de tus clientes

Aunque suene extraño, cuando tus clientes potenciales te conocen no necesitan saber sobre ti, sino sobre la forma en la que puedes ayudarles. Hablar sobre tu experiencia profesional, tus certificaciones, diplomas y logros académicos puede aburrir y ahuyentar a más personas de las que crees. En cambio, hablar acerca de cómo puedes ayudarles activa su interés y les motiva a conocer más acerca de tus servicios y, más tarde, acerca de ti.

Dicho de otro modo: para atraer a nuevos clientes, primero necesitas hablarles de ellos mismos: hacerles ver que conoces bien sus problemas y que sabes cómo ayudarles. Ya que tengas su atención, puedes contarles más sobre ti, tu experiencia y logros, para aumentar la confianza hacia ti como profesional.

 **¡No cometas este error!**

Descubre cómo hacer mejores publicaciones con el módulo 9: Tus redes sociales.

[IR AL CURSO](#) 

ERROR #15

No formarte en marketing

Para aprender a ofrecer servicios terapéuticos, talleres y formaciones en tu área necesitaste estudiar psicología. Para aprender a vender y desarrollar un emprendimiento, necesitas estudiar lo básico de marketing, porque un negocio no se construye por azar o por suerte.

Piensa en algún referente internacional, en psicología o en cualquier otro tema, y luego trata de recordar cómo vende sus servicios. Esos anuncios que tú ves son la cara "visible" del marketing pero detrás hay muchos hilos que le dan vida y sentido a la estrategia de ventas.

Es por eso que resulta importante que conozcas los aspectos esenciales del marketing para aprender a diseñar estrategias eficaces que vendan tus servicios. No formarte en marketing y te lleva a improvisar o tratar de adivinar qué hacer para que tu negocio funcione.

Aprender a entender, pensar y aplicar estrategias de marketing te dará una visión más profunda para tomar el control de tu negocio y conectar con los clientes adecuados en el momento en el que lo necesites.



¡No cometas este error!

Entra ahora mismo al curso online
Marketing para Psicólogas.

IR AL CURSO





¡Esto es todo por aquí!

Te dejo a la mano algunos enlaces útiles:

ÚNETE A NUESTRO
GRUPO DE
APRENDIZAJE
GRATUITO

curso online
MARKETING PARA
Psicólogas



 Alejandra
Can Ortiz

