

**Plansii**  
MARKETING

PLAN TO WIN.

# One *paggers*

Mercadeo para  
*emprendedores*

plansii.com



## ● Análisis Interno



## ● Plan de Ejecución

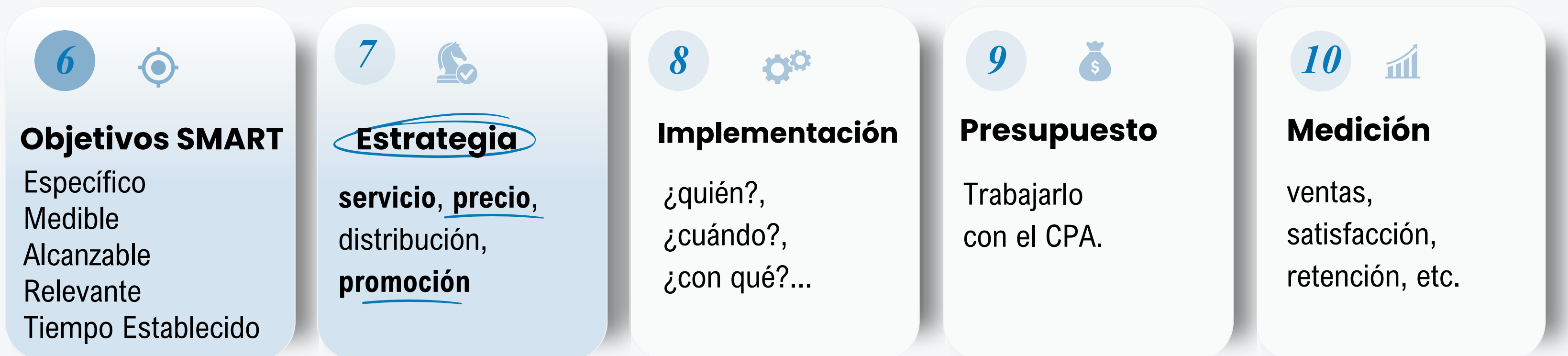




foto o avatar  
del cliente

## Nombre del Buyer Persona:

Ej: "María la Mamá Emprendedora" · "Carlos el Foodie Millennial"

## Nivel educativo

Ej: Bachillerato / Técnico

## Estado civil

Ej: Casada, con hijos

## Nivel de ingresos

Ej: \$25k – \$45k / año

## Tipo de vivienda

Ej: Renta en área metro



## Edad

Ej: 28–38 años



## Ubicación

Ej: San Juan, PR



## Ocupación

Ej: Maestra / Comerciante

## Una frase que lo describe:

Escribe una oración que resuma su actitud, motivación o forma de ver la vida...

UVP

# Tu propuesta de valor única.

Es la razón #1 por la que alguien debería comprarte a TI y no a la competencia.

## La fórmula:

¿Qué haces?

+ ¿Para quién?

+ ¿Qué resultado?

+ ¿Por qué tú?

# workbook

Llena cada caja. Al final combínalas en tu UVP.

**1** ¿Qué haces / qué vendes?

*Ej: Vendo muffin personalizados para ocasiones especiales*

**2** ¿Para quién es? (tu buyer persona)

*Ej: Para mamás en PR que quieren celebrar a sus hijos sin estrés*

**3** ¿Qué problema resuelves o qué resultado obtienen?

*Ej: Consiguen un cake único, listo a tiempo, sin salir de casa*

**4** ¿Por qué TÚ y no otro? (tu diferenciador)

*Ej: Solo yo uso sabores boricuas artesanales con entreaa el mismo día*

## UVP final

Combina las 4 respuestas en una sola oración poderosa:

*Ej: "Hago muffin artesanales con sabores boricuas para mamás en PR que quieren celebrar sin estrés, entregados el mismo día."*

Escribe tu UVP aquí...

# Como ponerle precio *a tu producto o servicio*

## 1. Conoce tus Costos

**COGS:** materia prima, mano de obra...

**Punto de Equilibrio:**  
¿Cuánto vendo y no pierdo?

**Margen de Ganancia:**  
bajo=límite, alto=ventaja

Capacidad de producción

## 2. Conoce tu Mercado

**Estudia 3-5 competidores**  
¿cómo se posicionan?

**Habla con tus clientes:**  
¿qué valoran? ¿cuánto pagan?

Factores de temporada

Leyes e impuestos

## 3. Ponle Precio: las 4 piezas del rompecabezas

**ESTRATEGIA**  
**Premium**  
exclusivo, boutique

**Mid-market**  
precio + confianza

**Precio Bajo**  
volumen, eficiencia

### MODELO

**Cost-Plus:** costo+\$  
**Value:** Por lo que resuelve  
**Competitive:** igual rival  
**Dynamic:** sube y baja  
**Freemium:** gratis+premium  
**Introducción:** \$5-->\$10  
**Skimming:** \$10-->5

### ESTRUCTURA

1) Por unidad	7) Iguala
2) Por hora	8) Uso
3) Proyecto	9) Resultado
4) Suscripción	10) Two Part
5) Membresía	11) Freemium
6) Paquete	12) Tiered

### TÁCTICA MENTAL

**Anchor:** ancla el alto  
**Bundle:** combo más barato  
**Psicológico:** \$999 no \$1,200  
**Loss Leader:** 1ro gratis  
**Captive:** básico+extras  
**Urgency:** "3 units left"

## 4. Comunica el Precio con Confianza

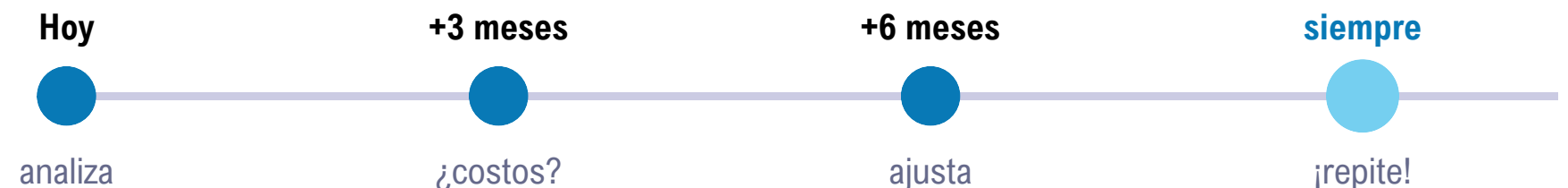
Explica qué resuelves  
y qué GANA el cliente

Di el número  
sin titubear

Cliente dice  
**¡SÍ!**

*El precio se vende ANTES de decirse.*

## 5. Revisa y Ajusta Regularmente



*Si tus costos suben → tu precio sube. Comunícalo con transparencia.*

① **COSTOS**  
¿cuánto te cuesta?

② **MERCADO**  
¿qué paga la gente?

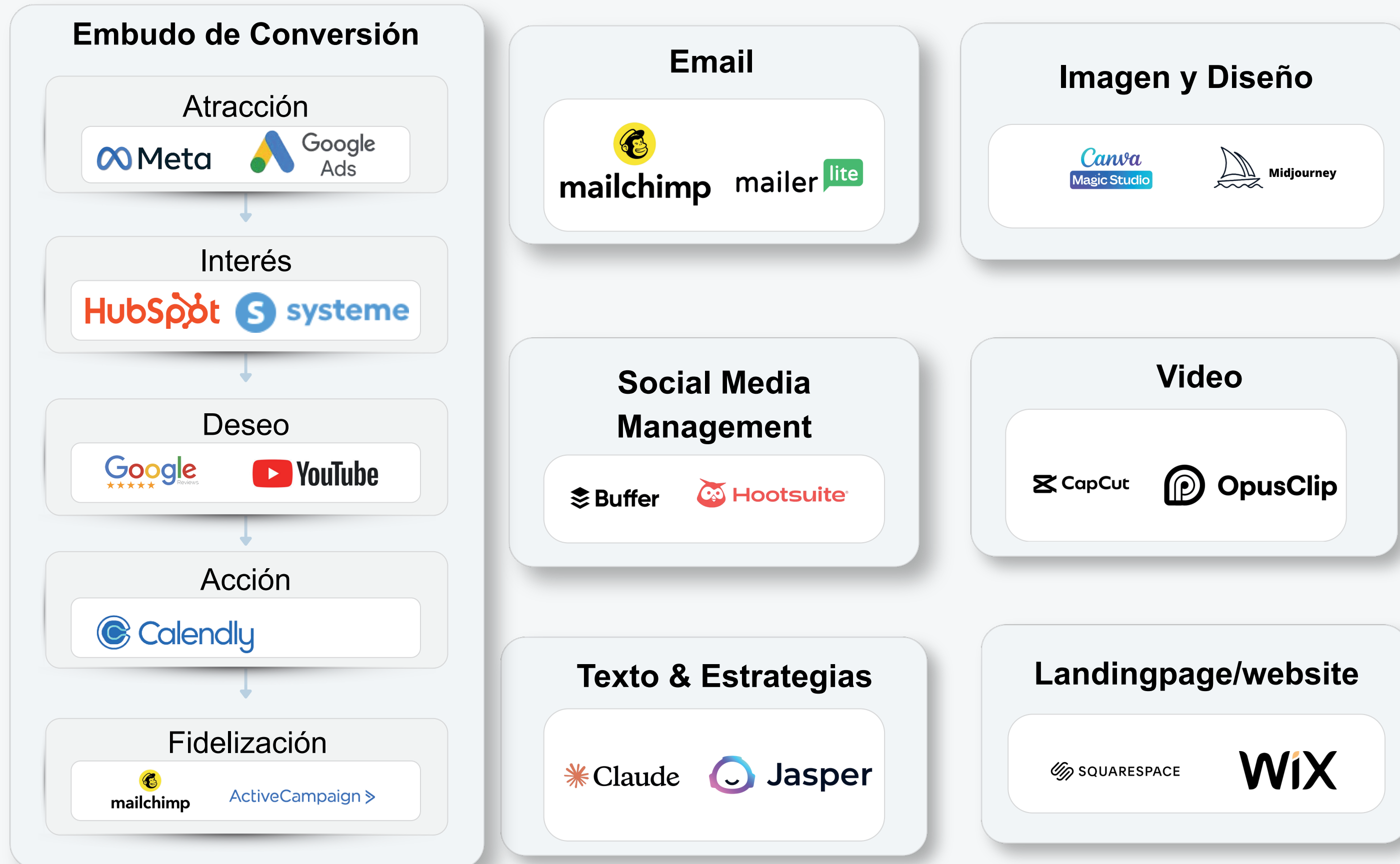
③ **ESTRATEGIA**  
modelo + táctica

④ **COMUNICA**  
primero el valor

⑤ **REVISAR**  
cada 6 meses

= SALUD

Táctica	Medios Propios	Acción Concreta	Frecuencia Mínima	Medición: KPIs
<b>Publicaciones Orgánicas</b>	Posts / Reels Instagram · Facebook · TikTok	Mostrar producto/servicio en acción, beneficio claro	3–5 posts/semana 1–2 Reels/semana	Alcance orgánico Impresiones Saves / Shares Nuevos seguidores
<b>Relaciones Públicas</b>	Vlog / Comunicados Web · LinkedIn · Email	Tutoriales, novedades, casos de éxito, producción	1–2 posts/vlog por mes 1 email quincenal	Visitas al blog Tasa apertura email Tiempo en página Menciones recibidas
<b>Ventas directas</b>	WhatsApp / Web Catálogo WA · Landing page	Catálogo activo, respuesta rápida, CTA en bio/web	Siempre activo Respuesta <2 hrs	Conversaciones iniciadas Tasa de cierre WA Visitas landing page Conversiones/ventas
<b>Descuentos y Promociones</b>	Post de promoción Stories · WA Broadcast · Feed	Oferta con urgencia real, exclusiva para seguidores	1–2 promo/mes No saturar	Clics en oferta Códigos canjeados Ingresos por promo Shares del post



# *contáctanos*

## **TELÉFONO**

(787) 308-0281

## **CORREO ELECTRÓNICO**

info@plansii.com

## **DIRECCIÓN**

San Juan, Puerto Rico

## **WEBSITE:**

www.plansii.com

**ESCANEA Y  
GUARDA EL  
CONTACTO**

