

CÓMO HACER UN LANZAMIENTO Y GANAR 10.000€ SIENDO NUTRICIONISTA

El mapa de las 4 semanas para cerrar 10 plazas de tu programa.
Sin invertir un euro en publicidad. Sin miles de seguidores.

SE LEE EN 6 MINUTOS

CLAUDIA GUTIÉRREZ

Nutricionista y mentora

@clauditanutri

EMPECEMOS POR LA CUENTA

10.000€ no son 200 consultas. Son **10 personas.**

Haz la cuenta conmigo un segundo. Es la misma que hice yo cuando estaba en clínica facturando 1.000€ al mes con el mejor expediente de mi promoción.

LO QUE VENDES	CUÁNTA GENTE NECESITAS	AL MES
Consulta suelta a 50€	200 pacientes	10.000€
Bono de 4 sesiones a 200€	50 pacientes	10.000€
Programa de 6 meses a 1.000€	10 pacientes	10.000€

Mismo dinero. Pero doscientas consultas no te caben en el mes, y si te cupieran acabarías con el cuerpo roto y la agenda llena de planes que cancelas por trabajar. Diez personas sí caben. Y a esas diez puedes darles un acompañamiento de verdad, del que sale un caso de éxito.

Ese es todo el cambio. No es facturar más atendiendo a más gente. Es dejar de vender tu tiempo a trozos.

"Es que yo no tengo audiencia para eso"

Mounir entró con **400 seguidores**. Cuatrocientos, literal. Estuvo a punto de no entrar por esa idea. Hizo su primer lanzamiento siguiendo el guion y cerró **9.000€ en una semana**.

No era falta de seguidores. Era falta de método.

Porque el número de personas de habla hispana que necesitan un nutricionista es prácticamente infinito. No te falta mercado. Te falta que las correctas te encuentren y que, cuando te encuentren, haya algo montado esperándolas.

Un lanzamiento es exactamente eso. En vez de vender un poquito todo el año a quien pase por ahí, dedicas cuatro semanas a preparar a tu gente y abres las plazas en una ventana concreta. Se abren, se llenan, se cierran. Y el dinero llega después, como consecuencia del trabajo, no como el titular.

En las próximas páginas tienes el mapa de esas cuatro semanas.

EL MAPA

Las 4 semanas de un lanzamiento

Una semana, una misión. En este orden y no en otro. Si te saltas una, la siguiente no funciona.

01

SEMANA

Que confíen en ti

Aquí no hablas de tu programa. Casi ni de nutrición. Cuentas de dónde vienes, por qué te dedicas a esto, qué día a día tienes, qué se te ha dado mal. El 50% de la venta es confianza: tu audiencia tiene que tratarte como a su mejor amiga, y a tu mejor amiga le cuentas las cosas como son.

Error típico: saltarse esta semana porque "eso no es contenido de valor".

02

SEMANA

Que quieran el resultado

Antes de querer tu programa tienen que querer el cambio. Un día enseñas lo que cambia en la energía. Otro, en la relación con la comida. Otro, en el descanso, en la analítica, en la cabeza. Y explicas cómo funciona tu método hasta que te sientas tonta de repetirlo. Nadie compra lo que no entiende.

Error típico: dar por hecho que ya saben lo que haces. No lo saben.

03

SEMANA

Que te quieran a ti

Ahora sí: por qué contigo y no por su cuenta, con YouTube o con la de al lado. Autoridad (dónde has estado, quién te consulta), criterio (contenido que solo puede dar quien ha pasado consulta) y testimonios. El testimonio que más vende no es el de la cifra más alta: es el emocional, el que cierra una objeción concreta que tu gente tiene en la cabeza.

Error típico: capturas de resultados sin historia detrás. No venden.

04

SEMANA

La venta

Anuncias que abres un número concreto de plazas —diez— y que después cierras y no vuelves a abrir en una temporada. Quien quiere entrar no compra por un link: agenda una llamada contigo. Y a partir de ahí las plazas se van cerrando poco a poco, y tú lo vas contando. Quedan siete. Quedan cuatro. Queda una. La escasez no te la inventas: la enseñas mientras ocurre.

Error típico: decir "quedan pocas" sin que sea verdad. Si dices diez, son diez. Se nota.

Cuatro semanas. Orgánico. Cero euros de publicidad. La publicidad viene después, cuando ya sabes que esto funciona: se acelera lo que ya tira, no se sustituye.

LO QUE DECIDE SI CIERRAS O NO

Las 3 piezas que van **antes**

1

Una oferta validada, no inventada

No es la que a ti te apetece vender: es la que tu gente quiere comprar. Se valida hablando. Eliges a diez personas de tu audiencia, les cuentas lo que estás pensando montar y les pides una reserva pequeña. Ahí es donde salen las objeciones de verdad.

2

Un documento con sus objeciones

De esas conversaciones sale un folio con sus miedos y sus deseos escritos con sus palabras. Ese folio es tu lanzamiento entero: cada pieza de contenido de las cuatro semanas cierra una línea. El día que abres plazas ya no queda ninguna.

3

Un embudo con números, no con fe

Un lanzamiento se mide en cada paso: si sabes dónde pierdes gente, sabes qué arreglar la próxima vez. Una referencia realista para una cuenta pequeña:

PASO DEL EMBUDO

PERSONAS

Ven tus stories cada día	1.000
Levantán la mano al abrir plazas	45
Agendan llamada de venta	22
Cierran plaza (programa de 1.000€)	10 → 10.000€

Es una referencia de trabajo, no una promesa. Tus porcentajes serán los tuyos: por eso se miden.

Y ahora la parte incómoda

Esto es el mapa. El mapa no es el terreno. Lo que no cabe en cinco páginas es justo lo que decide el resultado:

- Cómo se construye una oferta de 1.000€ a 3.000€ que se venda sola y qué va dentro
- Qué publicas exactamente cada día de las cuatro semanas, con el guion delante
- Cómo se anuncia la apertura de plazas y cómo se comunica cada cierre
- El guion de la llamada de venta y qué hacer con las que no cierran ese día

ANTES DE QUE CIERRES ESTA GUÍA

Ojalá alguien me hubiera dado esto a mí.

Si has llegado hasta aquí es porque algo de lo que has leído se parece a tu día a día. Y sé bastante bien cómo se siente, porque yo estuve exactamente ahí: salí de la carrera sabiendo muchísimo de nutrición y nada de cómo vivir de ella. Dejándome la piel cada mes para acabar en el mismo sitio y pensando que el problema era yo.

No lo era. Solo me faltaba que alguien me enseñara la otra parte. Como no apareció nadie, tardé años en ordenarla sola, chocándome con todas las piedras del camino. Y de ahí salieron cuatro fases, que son las que aplico hoy y las que enseño dentro de **ORIGEN**:

- **01 CIMIENTO** — Defines a quién atiendes y montas tu oferta de alto valor
- **02 ESTRUCTURA** — Posicionamiento y contenido con cabeza para ser referente en tu nicho
- **03 LANZAMIENTO** — Cierras tus primeras ventas reales con un guion probado
- **04 ESCALA** — Metes publicidad encima de lo que ya funciona, no para sustituirlo

Con mentorías en directo conmigo, comunidad privada, plantillas, guiones y la IA aplicada a tu día a día. Y no estoy sola en esto: detrás hay un experto en publicidad, un copywriter y un director comercial. Básicamente, el acompañamiento que a mí me habría encantado tener.

Solo te pido una cosa, y prefiero decírtela ahora: aquí hay que crear contenido y dar la cara. Si te da vergüenza, tranquila, a mí me daba pánico. Eso también se trabaja dentro, y no tienes que hacerlo sola.

Escríbeme la palabra LANZAMIENTO por mensaje directo.

Instagram · @clauditanutri

Te cuento cómo funciona ORIGEN por dentro y miramos juntas tu caso, sin prisa y sin venderte nada que no necesites.