



“LAS PERSONAS NO COMPRAN LO QUE HACES, SINO POR QUÉ LO HACES”

- Céntrate en el para qué
- Enfoca qué resuelves
- Establece la transformación que se lleva a cabo con tu producto
- Deja claros los beneficios concretos
- Destaca tu valor diferencial con respecto a tu competencia

PUV

--