

LA RENTABILIDAD DE SER ÚTIL

Argumentario para explicar y vender una idea diferente

Anuncia-te no nace para demostrar que puede ganar más dinero que los demás. Nace de una pregunta diferente: *¿puede una herramienta digital resultar realmente útil para las personas y construir alrededor de esa utilidad una comunidad sostenible?*

“Si lo que hago sirve, aunque sea para una sola persona, ya tiene sentido.”

Este documento no pretende negar la economía digital tradicional. CAC, LTV, conversión, tráfico y costes son métricas necesarias cuando el objetivo principal es maximizar un negocio. La propuesta de Anuncia-te es añadir otra dimensión: **el valor que genera ser útil.**

1. EL ARGUMENTO DE PARTIDA

Nos han acostumbrado a medir el éxito de Internet mediante visitas, clics, conversiones, “coste de adquisición y valor de vida del cliente. Son métricas válidas, pero no cuentan toda la historia.

Hay proyectos cuyo objetivo no puede reducirse a “¿cuánto dinero genera cada usuario?”. También existe otra pregunta: “¿cuánto valor recibe una persona gracias a que este proyecto existe?”

Anuncia-te quiere situarse precisamente ahí: en la intersección entre utilidad, información y actividad económica real.

2. NO SE TRATA DE SER ANTI-NEGOCIO

Una de las objeciones más fáciles sería decir: “Eso está muy bien, pero una empresa tiene que ganar dinero”.

La respuesta es: **por supuesto**.

Anuncia-te necesita cubrir servidores, desarrollo, mantenimiento, promoción y todos los costes necesarios para seguir existiendo. La diferencia está en el orden de las prioridades:

Primero, crear utilidad. Después, construir un modelo sostenible alrededor de ella.

No se trata de despreciar el dinero. Se trata de no convertir el dinero en la única razón para existir.

3. UNA NUEVA IDEA DE RENTABILIDAD

Hay una rentabilidad financiera, pero también hay una rentabilidad social, humana y comunitaria.

Si una persona encuentra gracias a Anuncia-te a un profesional que necesitaba, un producto que buscaba, un servicio cercano o una información proporcionada directamente por quien la ofrece, ha ocurrido algo de valor.

Ese valor quizá no aparezca inmediatamente en una cuenta de resultados, pero existe.

La propuesta es sencilla: **hacer que la utilidad sea el motor y que la sostenibilidad económica sea su consecuencia.**

4. ¿POR QUÉ ANUNCIA-TE?

Porque Anuncia-te pretende poner en contacto a quienes **ofrecen** con quienes **buscan**.

El profesional puede explicar directamente qué hace, qué vende o qué ofrece. El usuario puede encontrar información procedente de quienes están en disposición de ofrecerla.

No se trata de prometer que una plataforma sabe todo. Se trata de crear un lugar donde quien tiene algo que ofrecer pueda decirlo y quien necesita algo pueda encontrarlo.

5. LA SUMA HACE LA FUERZA

La filosofía no es “yo sé más que tú”. Es “**entre todos podemos saber más**”.

Un profesional conoce su actividad. Otro conoce otra. Un usuario ha tenido una experiencia. Otro compara alternativas.

La plataforma puede convertirse en el espacio donde ese conocimiento se encuentra, se contrasta y se comparte.

Por eso la idea de “suma” es fundamental: **cada participante aporta una pieza y el conjunto adquiere más valor que cada pieza aislada.**

6. EL ARGUMENTO PARA UN PROFESIONAL O EMPRESA

La propuesta comercial no debería empezar con “paga por anunciarte”. Debería empezar con una pregunta:

“¿Qué haces cuando alguien necesita exactamente lo que tú sabes hacer, pero no sabe que existes?”

Anuncia-te ofrece un espacio para mostrarlo.

El profesional no tiene que esperar a que alguien lo encuentre por casualidad. Puede decidir qué información quiere hacer visible sobre su actividad, sus productos o sus servicios.

El mensaje comercial es:

“No te prometemos clientes. Te ayudamos a estar visible cuando alguien esté buscando lo que tú puedes ofrecer.”

7. EL ARGUMENTO PARA QUIEN BUSCA

El usuario también debe ganar.

Una plataforma centrada exclusivamente en vender publicidad corre el riesgo de olvidar a quien busca.

Anuncia-te debe convencer al usuario mediante la experiencia: encontrar información útil, identificar quién ofrece algo, comparar alternativas y poder acercarse a proveedores reales.

Si el usuario vuelve porque allí encuentra información que le resulta útil, la plataforma está creando su activo más importante: **confianza basada en utilidad.**

8. EL ARGUMENTO FRENTE A LA OBSESIÓN POR EL TRÁFICO

Millones de visitas no garantizan utilidad. Un gran volumen de usuarios no garantiza confianza. Muchos clics no significan necesariamente que alguien haya encontrado lo que necesitaba.

Anuncia-te puede defender otra métrica complementaria:

¿Cuántas veces hemos ayudado realmente a alguien a encontrar lo que buscaba?

Esa métrica es más difícil de convertir en un titular espectacular, pero está mucho más cerca de la razón por la que una herramienta debería existir.

9. “MEJOR SOLO QUE MAL ACOMPAÑADO”

El proyecto no necesita sumar personas por sumar.

Necesita personas que compartan una idea: profesionales, emprendedores, empresas, colaboradores y usuarios que entiendan que participar puede aportarles valor a ellos y al conjunto.

Por eso la invitación no es: “Únete porque somos grandes”.

Es: **“Únete si crees que juntos podemos construir algo que por separado sería más difícil.”**

10. EL ARGUMENTO PERSONAL DEL CREADOR

Aquí hay una parte que no debería esconderse.

Detrás de Anuncia-te existe una persona que decidió convertir este proyecto en una motivación vital. No porque espere hacerse rico, sino porque quiere que su trabajo pueda resultar útil a otras personas.

Eso no sustituye a un modelo de negocio. Pero sí explica por qué existe la perseverancia necesaria para intentarlo.

El mensaje no es “créeme porque soy un soñador”. Es:

“No te pido que creas en mí. Mira lo que estamos construyendo y decide si te resulta útil.”

11. LA GRAN RESPUESTA AL ESCÉPTICO

“¿Y si esto no funciona?”

La respuesta no debe ser defensiva.

“Entonces habremos aprendido que no funcionaba como lo imaginábamos. Pero mientras haya personas a las que podamos resultar útiles, merece la pena intentarlo.”

Participar no significa tener garantizado el éxito. Significa aceptar el reto, medir, corregir, aprender y continuar mientras exista una razón para hacerlo.

12. EL MENSAJE COMERCIAL EN UNA SOLA FRASE

“Anuncia-te no quiere ser la plataforma que más presume de tener usuarios; quiere ser la plataforma que más razones da para que un usuario vuelva porque allí encontró algo que le resultó útil.”

13. EL PITCH DE 60 SEGUNDOS

“Mejor solo que mal acompañado, lo hemos oído mil veces. Pero yo creo que la fuerza está en sumar.

He creado Anuncia-te porque creo que Internet puede servir para algo más que convertir visitas en dinero. Puede ayudar a que quien ofrece algo pueda mostrarlo y a que quien busca pueda encontrarlo.

No estoy en contra del negocio. Necesitamos que el proyecto sea sostenible. Pero no quiero que el dinero sea la única medida del valor de lo que hacemos.

Quiero medir también cuántas personas hemos ayudado, cuántos profesionales han podido hacerse visibles y cuántas veces alguien ha encontrado gracias a nosotros algo que necesitaba.

Lláname soñador, iluso o raro. Yo lo tengo claro: si consigo que Anuncia-te resulte útil, aunque sea para una sola persona, habré conseguido algo que para mí tiene un valor enorme.

Y si tú también crees que la suma hace la fuerza, quizá podamos hacerlo juntos.”

14. FRASES PARA VENDER LA IDEA

- “No te prometo que Anuncia-te vaya a darte clientes. Te prometo una oportunidad para que puedan encontrarte.”
- “No queremos saber más que los demás. Queremos que entre todos sepamos más.”
- “El dinero mantiene el proyecto; la utilidad explica por qué merece existir.”
- “No queremos ser la plataforma que más habla de sí misma. Queremos ser la que más útil resulta.”
- “Si una persona encuentra gracias a nosotros lo que necesitaba, ya ha ocurrido algo de valor.”
- “No te pido que creas en Anuncia-te. Te pido que compruebes si te resulta útil.”
- “La suma hace la fuerza: tú aportas lo que sabes, otro aporta lo suyo y el usuario decide.”
- “Ser útil también es una forma de rentabilidad.”

15. LA IDEA QUE DEBE QUEDAR

ANUNCIA-TE NO PRETENDE GANAR LA PARTIDA ANTES DE JUGARLA.

Pretende participar con una convicción: que una herramienta construida alrededor de la utilidad, la información directa y la colaboración puede encontrar su propio lugar en Internet.

Y si además consigue ser económicamente sostenible, crecer y ayudar a muchas personas, mucho mejor.

Pero el punto de partida es otro: resultar de utilidad.

ANUNCIA-TE · "TU PLATAFORMA AMIGA"