



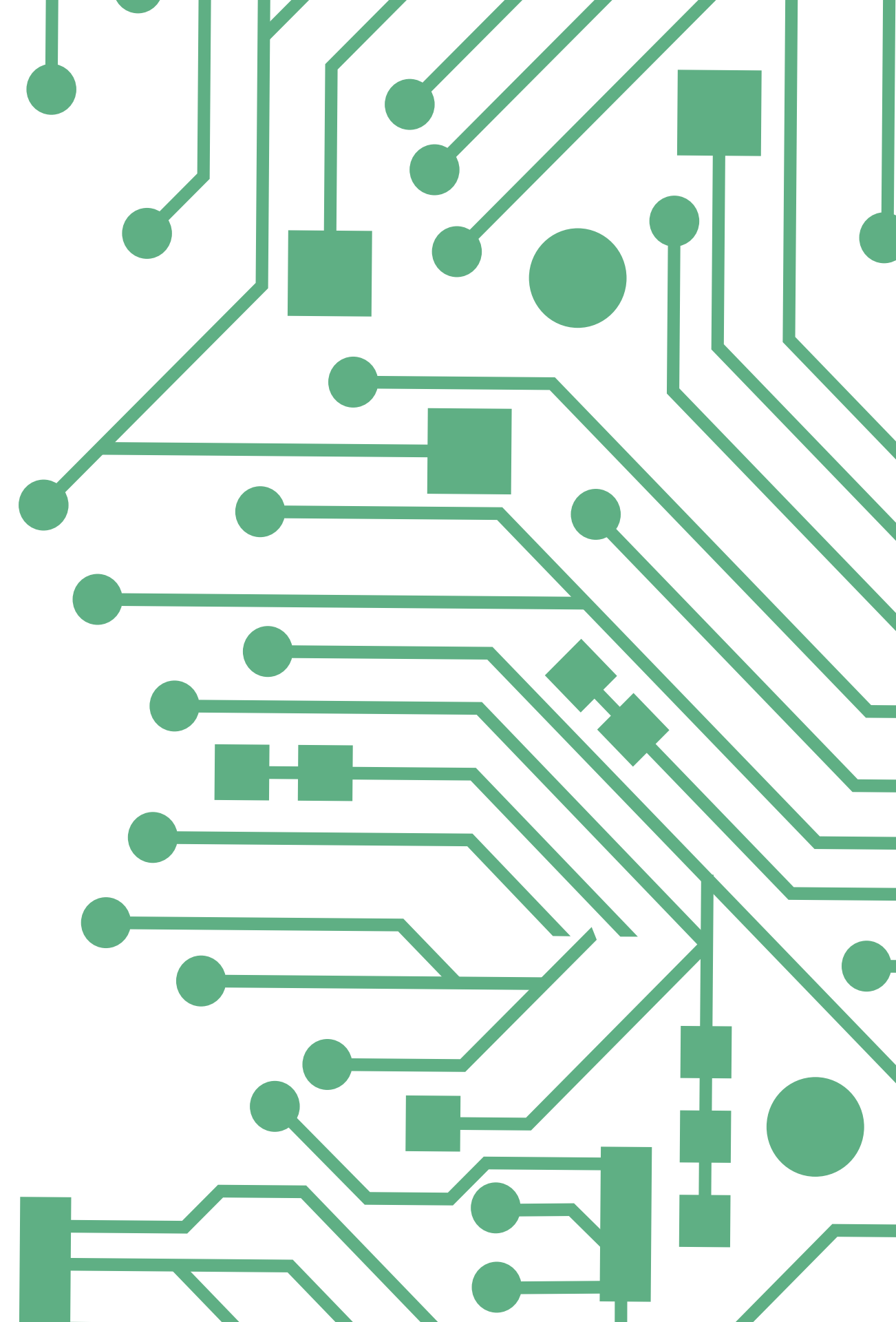
TURNING DIGITAL SKILLS INTO START-UP SKILLS

FOR YOUNG ENTREPRENEURS

MODULE TECHNICAL SKILLS

3.4

CÓMO LLEGAR A LOS MERCADOS Y CLIENTES



OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Cómo llegar a los clientes y atraerlos.

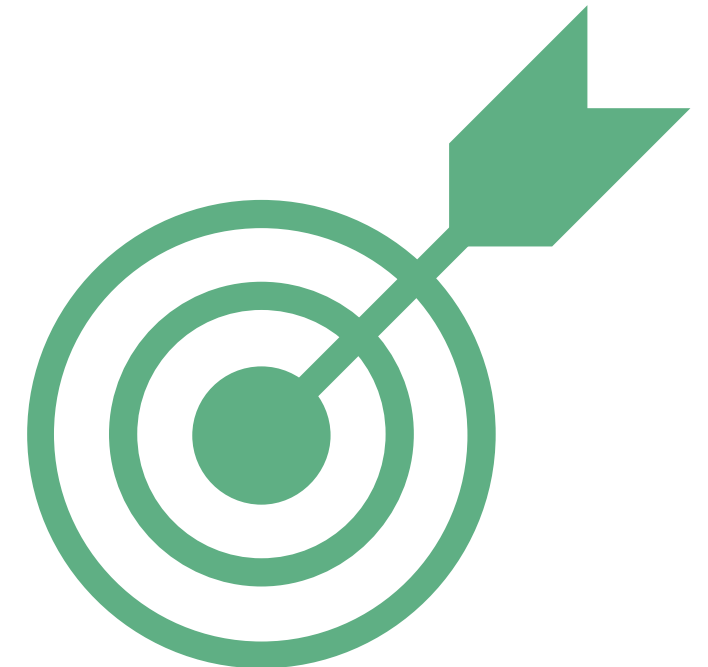
El uso de Big Data cuando llegas al cliente.

Centrarte en tu producto principal.

Mantener la satisfacción.

Utilizar las herramientas de marketing que mejor te funcionen.

Implementar un plan de acción.





MODULE TECHNICAL SKILLS

Contenido del módulo

MENTALIDAD EMPRESARIAL.

¿QUÉ ES LLEGAR AL MERCADO Y POR QUÉ ES IMPORTANTE PARA TU MARCA?

LLEGAR A TUS CLIENTES Y ATRAERLOS.

EL USO DE BIG DATA CUANDO LLEGAS AL CLIENTE.

MENTALIDAD EMPRESARIAL

Céntrate en tu principal producto.

Mantén tu discurso de venta simple.

Mantén la satisfacción.

Esquematízalo.

Utiliza las herramientas de marketing que mejor te funcionen.

Implementa un plan de acción.

Entrena el plan.



CÉNTRATE EN TU PRINCIPAL PRODUCTO

Los propietarios de pequeñas empresas no pueden competir a gran alcance.

Las pequeñas empresas deben diferenciarse enfocándose en sus capacidades únicas.

La especialización es la mayor ventaja del emprendedor.

MANTÉN TU DISCURSO DE VENTA SIMPLE

Asegúrate que esté claro lo que hace tu negocio.

Toda compañía debería tener un “elevator pitch” (discurso de venta) simple:

Mensajes cortos y concisos.

Explicar el valor del producto o servicio.

Si no tienes una explicación clara, te das cuenta por las respuestas físicas y verbales de los usuarios.

MANTÉN LA SATISFACCIÓN

Sé claro con tus objetivos y metas en tu negocio.

Delega tareas en las que no te sientas cómodo.

Aumenta tus capacidades de alineación con tus intereses y experiencia.

Asegura siempre de enfocarte en las tareas principales, y delegar otras menos importantes.



ESQUEMATIZA

Plasma tus capacidades con las necesidades de tu público objetivo, es una excelente manera de determinar una estrategia.

El valor de una pequeña empresa es que puede especializarse en servicios únicos y de alta calidad.

Crea una lista de criterios para la toma de decisiones, la cual esperas que tus clientes utilicen.

Clasifica tu negocio, dónde está posicionado en cada categoría.

UTILIZA HERRAMIENTAS DE MARKETING QUE FUNCIONEN

Identifica las dos herramientas principales de marketing que has utilizado en el pasado, y que han funcionado en tu empresa.

Decide lo que que le rendirá mejor retorno a tus esfuerzos.

Cada herramienta debe llevar un resultado que produzca ingresos de una forma u otra.

IMPLEMENTA UN PLAN DE ACCIÓN

Establece metas que pueden ser revisadas cada tres y seis meses.

Introduce acciones específicas a realizar todos los días que te ayuden a alcanzar tus metas.

Completa las acciones diarias.

Evita las tareas no planificadas. Es una pérdida de tiempo valioso que debe centrarse en alcanzar tu objetivo.

LLEGA AL MERCADO

Amplía tu audiencia y mejora el conocimiento de la marca, así podrás:

Evaluar tus estrategias existentes y ver lo que les falta.

Minimizar riesgos, planificando mejor.

Planificar con antelación, reconociendo a clientes similares que pueden beneficiarse de tu servicio o producto.

Difundir información en el momento adecuado.

Incrementar el impacto potencial de mensajes importantes.

Crear diferentes mensajes para llegar a públicos diversos y específicos.

CÓMO LLEGAR Y ATRAER CLIENTES

Cómo llegar a un nuevo mercado objetivo: Define a tu próximo cliente.

Conoce a tus clientes actuales.

Observa a tu competencia y evalúa tu producto/servicio.

Realiza un análisis DAFO de cada mercado potencial.

Luego encuentra los canales ideales para penetrar ese mercado.

CANALES PARA LLEGAR AL MERCADO

Email marketing

Incluye en tu dirección de email todas las comunicaciones.

Organiza eventos (con suscripciones para obtención de datos).

Optimiza tu sitio web para animar a las suscripciones.

Sé activo en blogs y foros.

Realiza competiciones para que la gente se entusiasme con tu marca.

Social media marketing

Realiza concursos en redes sociales donde se les pide a los seguidores que etiqueten a sus amigos.

Paga publicidad para públicos específicos.

Organiza entregas de regalos de tu producto.

Redes

Conexiones cara a cara.

Establece una comunidad online.

Encuentra algún foro o sitio web especializado en el que puedas involucrarte.

Affiliate Marketing

Trabaja junto a otro sitio web o blogger.

Escribe tus publicaciones como invitado para sites relevantes.

Posicionamiento en buscadores

Ajusta tu material de venta para satisfacer a una base más amplia de consumidores.

Cambia las palabras clave.

MANERAS CREATIVAS DE LLEGAR

Publica contenido interesante y que se pueda compartir (vídeos virales, blogs, noticias sobre eventos, etc.).

Envía Christmas a tus clientes, crear una aplicación personalizada, hazles saber que los valoras.

Notifica a los clientes futuras promociones y ofertas. Con una aplicación personalizada los mantendrás actualizados de todas las noticias sobre tu negocio.

La aplicación debe tener un mapa integrado y un servicio de ubicación por GPS para mostrarles que están cerca cuando se acerquen a ti.

La aplicación debe recibir publicaciones periódicas que informen a los clientes sobre tus productos, ofertas especiales o nuevos servicios.

Descuentos personalizados. La aplicación ofrecerá descuentos basados en artículos favoritos o en compras frecuentes.

Puntos de fidelidad y otros bonos. La app les ayudará a ir a un menú más personalizado.

EL IMPACTO DE BIG DATA

El Big Data Analytics ayuda a atraer y retener clientes. Por ejemplo Coca-Cola identifica varios patrones y tendencias relacionadas con clientes a través de Big Data .

Utiliza el Big Data Analytics para resolver problemas de anunciantes y ofrecer perspectivas de marketing. Por ejemplo en Netflix, esos datos se utilizan para darles una idea de lo que más interesa a sus suscriptores.

Utiliza el Big Data Analytics para la gestión de riesgos. Por ejemplo el Bank of Singapore, reduce el tiempo en calcular el valor en riesgo. Inicialmente tardaba 18 horas, pero actualmente sólo es necesario unos minutos.

Usa el análisis de Big Data como un motor de innovaciones y productos D. Por ejemplo Amazon Fresh y Whole Foods, usan la logística basada en datos para entender como los clientes compran alimentos y cómo interactúan con los proveedores.

Usa Big Data Analytics como desarrollo de la cadena de gestión de suministros. Por ejemplo en PepsiCo, los clientes de la compañía proporcionan informes incluyendo el inventario de su almacén para pronosticar y resolver las necesidades de producción y envío.



EXPLORA NUEVOS MERCADOS

Descubre un público al que no puedas alcanzar.

Personaliza tu enfoque.

Establece conciencia de tu marca.

Céntrate en la reputación de tu marca.

Sé el tipo de marca que tus clientes están buscando.

PEQUEÑOS CONSEJOS EN GENERAL

El boca a boca siempre funciona.

'Cosas gratis'.

Ofrece descuentos y ofertas.

Realiza un concurso/competición.

Crea una página web.

Obtén listados en directorios locales.

Ten presencia en las redes sociales.

Imprime y distribuye Flyers.

Involúcrate en trabajo voluntario.

RECURSOS GRATUITOS

<https://jalacoste.com/los-19-canales-para-conseguir-clientes-y-traccion-para-tu-empresa>

<https://www.emprendedores.es/gestion/g61993/tendencias-sobre-las-que-montar-tu-negocio/>

<https://www.baoss.es/10-ejemplos-usos-reales-big-data/>

<https://hablemosdeempresas.com/empresa/que-es-el-big-data/>

<https://www.youtube.com/watch?v=EsAkvzIoEvc>

https://www.youtube.com/watch?v=2b3xG_Yjgvl