EDUCACIÓN ADVENTISTA:

#MásQueEnseñanza

EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO

SEMANA 15

MI PRIMER PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO (PARTE 10)

¡HOLA ESTUDIANTE!

Gracias por conectarte y ser parte de Aprendo en casa promovido por el Ministerio de Educación del Perú para que desarrolles tus capacidades como gestor de proyectos y te prepares para el mundo del trabajo.

En esta semana continuaremos trabajando el bloque **CANALES** del lienzo del modelo de negocio LEAN CANVAS, en lo que corresponde a la captación y retención de clientes; y la elaboración de la hipótesis. Para esto ten en cuenta las siguientes frases que te servirán mucho en tus proyectos de emprendimiento sea este económico o social:

- "Concretar una venta es importante, pero lograr la fidelidad de los clientes es vital" (Stan Rapp)
- "No basta con satisfacer a los clientes, ahora hay que dejarlos encantados". (Philip Kotler)
- "No es el empleador quien paga el salario. El sólo maneja el dinero. Es el cliente quien paga los salarios" (Henry Ford)
- "Tus clientes más infelices son tu fuente de aprendizaje más grande". (Bill Gates)
- "Un error bien atendido es la mejor oportunidad para fidelizar a cualquier cliente". (Jürgen Klaric)
- "Una regla simple y potente: siempre hay que ofrecer más de lo que el cliente espera" (Nelson Boswell)
- "No te enfoques en tus competidores, enfócate en tus clientes" (Scott Cook)
- "Crea un cliente, no una venta" (Katherine Barchetti)

Desarrolla tu espíritu emprendedor en favor de la comunidad, analiza el entorno cercano, identificar necesidades, aborda la búsqueda de soluciones, elige una posible respuesta, pon en práctica y evalúala, con acompañamiento de tus profesores, aprender sirviendo a la vez a la comunidad, es lo que queremos hacer. El que emprendas proyectos para servir a tu comunidad desarrollará en ti la iniciativa la creatividad, el compromiso, el liderazgo, la visión de futuro la autoconfianza, la capacidad de asumir riesgos, así como la tenacidad y el pensamiento positivo, ***características todas presentes en las personas con espíritu emprendedor***. *¡Empecemos!.*

FICHA 01 Comprendemos las estrategias para la captación y retención de clientes

Bueno Chicas y chicos empecemos, En esta sesión de aprendizaje conoceremos las estrategias que puedes utilizar para captar y conseguir que los clientes acceden al canal de ventas que las determinan utilizar y luego emplear estrategias para retener o finalizar a los clientes.

CAPTACIÓN DE CLIENTES

Por captación de clientes, entenderemos que el uso de diversas estrategias para lograr que ellos se direccionen hacia tu canal físico o web.

LIVEWORKSHEETS

Aunque esta descripción de las acciones de relación con los clientes puede parecer simple, en realidad implica una interacción compleja entre clientes, canal de ventas, propuesta de valor y marketing. Cuando esto se logra, se puede estar en camino hacia un modelo de negocio escalable y rentable.



Chicas y chicos para que puedan ayudarse mejor veamos a ver algunos consejos para captar clientes para el canal físico:

Utiliza estrategias gratuitas, recién estás empezando a validar sus hipótesis y suposiciones puede que sean falsas no te apresures en gastar.

Pero sí decides invertir en estrategias de captación de clientes, que sea una pequeña inversión. Podrías hacer folletos, volantes para distribuir en ferias o mercados, siempre pensando en cuál es tu público objetivo de acuerdo a tu proyecto de emprendimiento.

Uno de los medios gratuitos actualmente es el Facebook, sin embargo, no utilices un perfil personal para vender productos u ofrecer servicios, cuando esta clase de perfiles sirven para conectarse con amigas y amigos. En cambio, las llamadas páginas de Facebook sirven para mostrar tu negocio, donde puedes comprar y vender artículos con personas de tu comunidad, localidad o el mundo.

Gracias a sus herramientas, Facebook ofrece las siguientes opciones para canales físicos:

- Si has abierto un local, selecciona la opción "*Todo en este lugar*" para aumentar el alcance entre los que han pasado cerca de tu negocio.
- Si quieres que la gente sepa de alguna promoción, puedes elegir la opción "*La gente en este lugar recientemente*".
- Si tienes un producto muy específico y quieres hablar con personas que viven en una región en particular, que pueden ser tus futuros clientes, utiliza el filtro "*Las personas que viven en este lugar*".

- Si tu proyecto incluye turismo vivencial, por ejemplo, una posada o albergue, puedes seleccionar "*Las personas que visitan este lugar*" para que conozcan tu posada y hagan una reservación.
- También existen plataformas gratuitas, Wix, Wordpress, Aiuda, Weebly, Mozello, blog y otras que con plantillas puedes utilizar para tu blog de publicidad, de tu proyecto o producto que está emprendiendo.

Se debe emplear estrategias para que el cliente puede interactuar a través de descargas de e-book, pruebas gratuitas, por ejemplo, software inscribiéndose para recibir información semanal gratuita otros, cada vez es mayor el número de personas que comienzan la búsqueda de productos a través del internet.



Después de observar y comprar precios y productos muchos de ellos se dirigen a los canales físicos o realizan sus compras, otros pueden hacer sus pedidos a través del canal web y pagar igualmente mediante formas de pago como PayPal y otros, por tanto, la estrategia del marketing online está importante para quienes están en el canal físico como para los que están en el canal web.

Ahora pasemos a las estrategias de retención o fidelización de los clientes que has logrado que se convierta en tus clientes pero que debes tratar de lograr que sean tus clientes de por vida.

RETENER O FIDELIZAR CLIENTES

Cuando hablamos de retención o fidelización de clientes, entenderemos que se trata de lograr que continúen siempre siendo tus clientes, empleando estrategias diferentes, sí se trata de un canal físico o de un canal web

- Recuerda el siguiente consejo es más barato retener un cliente que captan uno nuevo, por tanto, esmérate en retener a tus clientes, gasté en ellos porque si se van, te costará más caro conseguir uno nuevo.
- Otro que es importante chicas y chicos es que deben tener en cuenta que cualquier estrategia de retención de clientes solo funciona si cumples con todas las promesas que hiciste durante la captación.

Algunas estrategias de fidelización en el canal físico pueden ser:

Comunicarse con los clientes para ver si están satisfechos con el producto o el servicio que se les brindó.

Por ejemplo, "Buen día, soy Nataly de ECOMIEL SRL, le prometimos llamarla para saber cómo le iba con nuestro nuevo producto, la miel mantequilla, ¿todo bien?". "No olvide llamamos en el caso que necesite hacer alguna consulta".

LIVEWORKSHEETS

Comunicarse con el cliente para hacerle conocer que se cuenta con otros productos relacionados a su interés.	Por ejemplo, "Buen día, soy Nataly de ECOMIEL SRL, le llamamos para hacerle conocer la nueva presentación de nuestro producto de la miel mantequilla, ahora viene en un envase de vidrio tipo mantequillera que le facilitará su uso. No olvide visitarnos para mostrarle esta nueva presentación".
Comunicarse con el cliente para enviarle comunicaciones periódicas con ofertas.	Por ejemplo, "Buen día, soy Nataly de ECOMIEL SRL, le llamamos para hacerle conocer la oferta que tenemos por el mes de agosto, llévese un kilo de miel con un descuento del 8%. No pierda la oferta, visítenos".

Algunas estrategias de fidelización en el canal web pueden ser:

- Envío de comunicaciones de bienvenida, llamadas telefónicas agradeciendo su interés, consejos sencillos sobre cómo aprovechar mejor el producto, comunícate con un trato personalizado ya sea que lo hagas telefónicamente por correo o por cualquier otro medio, tu comunicación debe ser como si estuvieras cara a cara, trata preferiblemente a las personas por sus nombres antes que por sus apellidos recurre al humor sé natural, debe ser muy empático ante un reclamo ponte en sus zapatos y comprende no olvides que el cliente siempre tiene la razón.
- Organiza un grupo de clientes en relación a sus preferencias y enviarles información mensual especializada para ese grupo.
- Brinda ayuda online y consejos para el uso el producto por ejemplo enviar boletines virtuales sobre el producto, resuelve los reclamos, escúchalo obtén la información que necesitas para poder resolver el problema y actúa con rapidez, discúlpate de manera sincera, dele la gracias al cliente por compartir su problema y promete solo lo que puedas ofrecer, si todo sale bien habrás conseguido fidelizar a un cliente para siempre.

FICHA 02 Formulamos el bloque canales

Ahora estimados estudiantes teniendo toda esa información reformulamos la hipótesis del bloque canales para el canal físico y seguir completando nuestro lienzo del modelo de negocios lean canvas de tu producto de emprendimiento.

En esencia una hipótesis no deja de ser una afirmación sobre algo que puede o no ser posible basado en una información previa.

Algunos consejos para la formulación de hipótesis:

- Una hipótesis mal redactada te puede llevar a hacer un mal experimento durante la validación.
- Debes tener claro lo que quieras aprender, saber sí es verdadero o falso antes de experimentar o probar, Muchos emprendedores empiezan a experimentar y a probar, y eso está muy bien, pero no son conscientes de qué conocimiento desean obtener.
- Debes fijar claramente tus hipótesis, estas te servirán para saber si las estrategias (en este caso, en el bloque canales) que vas a plantear son correctas o no.

LIVEWORKSHEETS

Chicos y chicas consideremos que los canales de distribución son el conjunto de medios que utiliza la empresa para hacer llegar el producto desde el fabricante hasta el cliente final. Para elaborar las hipótesis tendremos en cuenta, la propuesta del EQUIPO ECOMIEL, y te puedes apoyar en las siguientes preguntas:

PARA LA DISTRIBUCIÓN

¿Cuál creo que es la mejor forma de distribuir mis productos?



Por ejemplo: Mediante DELIVERY **con entrega a domicilio y reparticiones en bloques a cada tienda comercial o bodegas** de mi localidad, ya que la propia empresa se hará cargo será empresa a cliente.

PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES

¿Cuál creo que es la mejor forma de captar clientes, en un inicio, si estoy en un canal físico?



Volantear por todo el perímetro de la localidad y pegar afiches publicitarios en puntos estratégicos que hay mayor concurrencia de la población, promocionando productos nuevos y mencionando la calidad y precio del producto.

PARA LA RETENCIÓN DE CLIENTES

¿Cuál creo que es la mejor forma de retener clientes, en mis inicios, si estoy pensando en un canal físico?



Por ejemplo: Ofrecer ofertas semanales que por comprar más tres mismos productos el cuarto le sale gratis y sorteos cada fin de mes para quienes acumulan cupones de compra.

Así mismo estimados estudiantes para elaborar tus hipótesis en el canal web te puedes apoyar en las siguientes preguntas:

PARA LA DISTRIBUCIÓN

¿Cuál creo que es la mejor forma de distribuir mis productos?

Por ejemplo: Mediante un Blogger de Google donde comprarán y pagarán por el producto y las entregas se realizarán a través de Courier (Ejemplo: Olva Courier)

PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES

¿Cuál creo que es la mejor forma de captar clientes, en un inicio, si estoy en un canal físico?



Por ejemplo: Redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube, Etc. Descarga de aplicativo de venta gratis, el cual tiene incorporado música y vídeos gratis.

PARA LA RETENCIÓN DE CLIENTES

¿Cuál creo que es la mejor forma de retener clientes, en mis inicios, si estoy pensando en un canal físico?



Por ejemplo: Premiación por la repetición de visitas y /o de compras y concursos, seminarios web (webinars), eventos de interés relacionados al producto.

Una vez que se tenga definidas las respuestas correspondientes, redactaremos de la forma más resumida posibles hipótesis, en una nota adhesiva (post-it), cartulina pequeña, o escríbela en el espacio que reservaste en tu lienzo lean canvas (Ejemplo):

- Atención de clientes mediante delivery con entrega inmediata a su domicilio o tienda comercial sin costo adicional.
- Promoción de productos nuevos, la calidad y precio justo a través de Facebook, volantes y afiches publicitarios.
- Ofertas semanales de tres por cuatro y sorteos mensuales para quienes acumulan sus cupones de compra.
- Atención al cliente mediante Blogger para comprar y pagar su producto y ceben a través de corrieres.
- Promoción de productos por las redes sociales y descargas gratis de aplicativo de venta el cual tiene incorporado música y vídeo gratis.
- Premiación por la repetición de visitas y/o de compras y concursos, seminarios web (webinars), eventos de interés relacionados al producto.

Y luego LO PEGAMOS la reformulación mejorada en el lienzo Lean Canvas (BLOQUE CANALES).



RETO 01 Demostramos lo aprendido.



No te olvides de enviar tus evidencias con tus datos completos:

Nombres: .....Grado: .....Sección: .....

1. Elabora un **mapa mental** referido a la CAPTACIÓN de clientes y otro mapa mental referido a la RETENCIÓN de clientes.

LIVEWORKSHEETS

CAPTACIÓN DEL CLIENTE

RETENCIÓN DEL CLIENTE

LIVEWORKSHEETS

2. Según tu producto de emprendimiento que vienes desarrollando, describe las hipótesis del bloque canal de acuerdo a las preguntas de apoyo.

PARA LA DISTRIBUCIÓN: ¿Cuál creo que es la mejor forma de distribuir mis productos?

Físico ..... Web .....

....

....

....

CAPTACIÓN DE CLIENTE : ¿Cuál creo que es la mejor forma de captar clientes, en un inicio, si estoy en un canal físico?

Físico ..... Web .....

....

....

....

RETENCIÓN DE CUENTES: ¿Cuál creo que es la mejor forma de retener clientes, en mis inicios, si estoy pensando en un canal físico?

Físico ..... Web .....

....

....

....

DESARROLLA LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES:

1.- Relaciona las FRASES vitales con su respectivo autor:

- "Tus clientes más infelices son tu fuente de aprendizaje más grande".
- "Crea un cliente, no una venta"
- "No basta con satisfacer a los clientes, ahora hay que dejarlos encantados".
- "No te enfoques en tus competidores, enfócate en tus clientes"
- "Un error bien atendido es la mejor oportunidad para fidelizar a cualquier cliente".

- Katherine Barchetti
- Scott Cook
- Jürgen Klaric
- Katherine Barchetti
- Bill Gates

2.- ESCRIBE FALSO (F) Y PARA VERDADERO (V) LAS SIGUIENTES PREMISAS.

a) En el canal físico la captación de clientes tiene 4 etapas: atención, interés, decisión y reacción. _____

b) Utiliza un perfil personal para vender productos u ofrecer servicios, por Facebook _____

c) Para el canal web para la captación de clientes usa activación de clientes. _____

d) Fidelización de clientes, entenderemos que se trata de lograr que continúen siempre siendo tus clientes, empleando estrategias diferentes. _____

e) canales de distribución son el conjunto de canales que utiliza la empresa para hacer llegar el producto desde el cliente hasta el fabricante final. _____

LIVEWORKSHEETS