**TEMA: MI MODELO DE NEGOCIOS LEAN CANVAS - PARTE 19**

Empecemos con una fábula educativa.

En un bosque, el zorro y el búho habían puesto cada uno una tienda de café, ya que al acercarse el invierno los animalitos del lugar disfrutaban de tomar una bebida caliente antes de regresar a sus hogares, se podría decir que la cafetería del zorro y el búho competían entre sí, pero no había un claro ganador, hasta que un día el zorro decidió bajar sus precios con 10% y los clientes comenzaron a comprarle más a él. Al ver esto el búho también bajo sus precios un 10% y nuevamente los clientes se repartían entre las dos cafeterías aunque el búho no se sintió tan aliviado ya que al bajar sus precios sus ganancias ya no eran significativas. Al llegar por completo el invierno, momento en donde la venta de bebidas calientes eran las más altas el zorro decidió bajar sus precios en un 50%, esto hizo que todos los clientes vayan a él. El búho se preocupó muchísimo ya que no podía igualar tremenda promoción, estaba a punto de cerrar cuando una tarde entro una ardilla a comprarle un café y como era la única clienta del día el búho decidió conversar con ella y contarle sus mejores chistes para alegrarla, la ardilla la pasó tan bien que llamó a todos sus amigos al escuchar al irreverente búho. El búho muy emocionado vio que todos estaban encantados con sus chistes, así que decidió lanzar una promoción que no le afectaría las ganancias “café más un chiste sorpresa” y fue así como la cafetería del gracioso búho se llenó de clientes que buscaban una experiencia que les alegrara el día. Fue tan grande su éxito que decidió invitar al zorro para que se una a su cafetería, el zorro ayudaba a preparar los deliciosos cafés, mientras que el búho daba shows de comedia que todos adoraban.

Esta fábula nos invita a reflexionar sobre la importancia de tener una estrategia que nos ayude a adaptarnos a las dificultades del contexto, buscar un medio ideal en donde tus clientes puedan adquirir tu producto o servicio en el momento perfecto.

TEMA: MI MODELO DE NEGOCIOS LEAN CANVAS – PARTE 19

**¿QUÉ HAREMOS?**

El internet ha posibilitado la existencia de sitios web, en donde las personas acuden cada vez más a través de los celulares por ejemplo, y esto ha ocasionado que los negocios sin dejar de ser negocios físicos tradicionales hayan incursionado en la web para poder captar y retener clientes que tienen una presencia cada vez mayor en la web.

Comprenderás y aplicarás estrategias de captación y retención de clientes mediante el marketing digital aplicado a tiendas físicas. En este marco realizarás 2 actividades.

**Primera actividad** **comprenderás el proceso de captación y retención de clientes a través del marketing digital.**

**Segunda actividad** **aplicarás estrategias para la captación y retención de clientes a través del marketing digital.**

**PRIMERA ACTIVIDAD.** **COMPRENDEMOS EL PROCESO DE CAPTACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES A TRAVÉS DEL MARKETING DIGITAL.**

Imagina que tienes un negocio de peluquería y quieres estar en internet **¿Qué tendrías que hacer?** Para empezar tienes que tener claro **para qué quieres tener presencia en internet,** será para ¿cortar el pelo a un mayor número de gente? ¿Promover los nuevos servicios especiales que vas a ofrecer como son lavar y cortar? ¿Vender más productos de los que ofreces? Puede ser cualquiera de los tres, pero antes de que cualquier cliente quiera ir a tu negocio por los servicios que ofreces, tienen que saber que existes.

Vamos empezar con los **consejos para que te des a conocer en la web.**

* Una forma fácil de conseguirlo es anunciar gratuitamente tu negocio en los directorios locales disponibles en la red, así cuando tu gente busque un peluquero con la ayuda de un buscador como google, bing u otros o en mapas en línea aparecerá tu establecimiento.
* Después puedes crear un sitio web para publicar información sobre tu negocio, puedes incluir datos útiles como horarios de apertura, de dirección física, la peluquería, fotos y videos, tus tarifas o los servicios que ofreces.
* Crear una página en redes sociales como Facebook o twitter y compartir fotos de tus peinados, hacer ofertas especiales y conectar con tus clientes en tiempo real.

Juanita desde Cerro de Pasco envía un mensaje y pregunta **¿Todo lo que ha mencionado se puede acceder en forma gratuita?**  Si. Los directorios locales, los sitios web y las redes sociales tienen acceso gratuitos; sin embargo hay que saberlos usar y eso será lo que aprenderemos hoy.

Es normal que tus prioridades evolucionen con el tiempo y que por ejemplo pases de centrarte en aumentar el tráfico de tu sitio web a trabajar para convertir esas visitas en línea en clientes reales y más adelante puedes poner otra tienda en línea para vender artículos de belleza si tu rubro fuese la peluquería.

Iris desde Junín nos dice **¿Cómo funciona una búsqueda local?** Vamos a verlo con un ejemplo. Recuerden que hoy en día la gente busca cosas desde su celular, si están buscando un producto, un servicio que ofreces y se encuentra en tu barrio es la oportunidad perfecta para llamar su atención.

Imaginemos que un señor busca una tienda de bicicletas que esté cerca de su casa, para ello hace una búsqueda en su celular de tiendas de bicicletas en la que incluye como término el nombre de su ciudad o de su barrio. A continuación obtendrá una lista de negocios locales con su dirección, número de teléfono y horarios de apertura, si ha realizado la búsqueda desde un teléfono móvil puede hacer clic para llamar por teléfono a la tienda o incluso puede usar el Gps del smartphone para que le oriente para llegar hasta el establecimiento. Esta última es una buena opción si ya se encuentra en la calle y está cerca de la dirección.

Sonia desde Moquegua nos envía un mensaje y nos dice **¿Cómo es esa forma fácil de anunciar gratuitamente un negocio en los directorios locales disponibles en la red?** En la web existen directorios locales gratuitos uno de ellos es **google mi negocio,** lo que puedes hacer es poner en el buscador **google mi negocio** y aparece la página, ahí te ofrecen publicar fotos y ofertas en tu perfil para mostrar los aspectos que hacen que tu negocio sea único y darles a los clientes motivos para elegirte siempre. El perfil de negocio gratuito es más que sólo una ficha local ya que te permite administrar cómo aparece tu empresa en la búsqueda de Google y google maps.

Los negocios locales necesitan ser visibles para las personas que buscan sus productos o servicios en el barrio desde cualquier dispositivo, alguien que quiere comprar en una ubicación específica por lo general tiene mejor predisposición a gastar, así que asegúrate de que tu tienda sea la elegida.

Willberto pregunta **¿Qué puedo hacer para mejorar la visibilidad de mi negocio ante los posibles clientes que se encuentren cerca? ¿Qué ventajas obtengo? ¿Qué datos debo de poner prioritariamente?**

* Se puede hacer lo siguiente procura que el número de teléfono, la dirección y el horario de atención de tu negocio sean fáciles de encontrar.
* La ventaja es que hay más posibilidades de que los usuarios descubran tu negocio a través de los buscadores.
* Los 3 datos que debe de incluir en primer lugar en tu ficha directorio local deberían ser **nombre de tu negocio, dirección y número de teléfono.**

Elabora un mapa mental de la comprensión de la captación y retención de clientes a través del marketing digital para tu negocio.

**SEGUNDA ACTIVIDAD.** **APLICAMOS ESTRATEGIAS PARA LA CAPTACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES A TRAVÉS DEL MARKETING DIGITAL.**

**El marketing de contenidos** es una estrategia de captación y retención que **utiliza contenido que puede ser de mucho interés para el público para quien estas escribiendo**, de esa forma si tienes por ejemplo un pequeño negocio de venta de zapatos, un buen contenido puede ser publicar algo relacionado con consejos útiles para conseguir alargar la vida de tus zapatos.

Desde tumbes Samuel nos dice, podrá comentarnos algo más y tal vez un ejemplo más. **Un buen contenido** sólo te será posible si conoces a tus clientes, tienes que saber ¿Qué es lo que quieren? ¿Qué es lo que les frustra y cómo piensan? Cuanto más sepas a cerca de ellos, más fácil te será saber qué debes escribir para tener contenido útil, de esa manera tendrán interés en tu negocio, trata de considerar los desafíos o puntos de preocupación que enfrentan tus clientes y luego adapta tu contenido a estos conocimientos. Por ejemplo para los clientes que se preocupan por una alimentación saludable y tú tienes un negocio de verduras y frutas, uno de los buenos contenidos podría ser “15 recetas irresistibles preparadas con brócoli”.

Otra estrategia es **estar presente en las redes sociales.** Imagina que eres el propietario de una tienda de juguetes educativos para niños, es posible que tus clientes ya estén usando las redes sociales para hablar sobre tu negocio y hasta estén compartiendo las experiencias de sus niños con los juguetes que han comprado en tu negocio. Invitar a tus clientes a publicar en sus redes sociales sobre tus productos, te ayudará a llegar a más personas de forma digital. También puedes aumentar tu participación en redes sociales comentando o compartiendo fotos de tu producto con otros clientes satisfechos, estas personas podrán ver tus publicaciones y compartirlas con otros padres que quieren darles a sus hijos juguetes no tóxicos, divertidos y a la vez desarrollen su creatividad, lo cual se traduce en nuevos seguidores y contactos; además, de que pueden ser en sí futuros clientes potenciales. Imaginemos a un cliente potencial que está leyendo reseñas o ésta viendo videos de personas reales que dan excelentes opiniones sobre los juguetes que han comprado en tu tienda, este estará más convencido de comprar tus productos.

Desde chorrillos en Lima Kimberly dice: nos podría decir **otra estrategia gratuita.**

**El marketing por correo electrónico o email** **marketing.-** Este es un complemento perfecto del resto de actividades de marketing digital que realices, tiene 2 ventajas **es gratuito y funciona muy bien en los celulares.** Para esto debes de tener un listado de personas que hayan mostrado cierto interés en tu negocio.

Soyla pregunta **¿Cómo obtenemos los correos de las personas que nos visitan?** Una estrategia, aunque también hay otras, primero elaboras un cupón para un sorteo al final del mes de un panetón. En el cupón aparte de algunos datos más, te pueden dar su correo, su número telefónico y les comunicas que les vas a enviar información sobre el sorteo y novedades de los productos. Lo mismo puede suceder con WhatsApp web, les puedes decir que lo vas a incorporar a una red de WhatsApp.

José del Callao pregunta **¿Cómo podemos emplear el correo electrónico** **en el email marketing?** Ahora que ya tienes una lista de personas que quieren recibir tus correos electrónicos o pertenecer a tu red de WhatsApp, ha llegado el momento de pensar la forma en la que el email marketing te puede ayudar a alcanzar los objetivos de tu negocio.

* Para tener éxito en esta estrategia debes imponerte **ciertas reglas**.
* No abrumes con correos electrónicos que contienen demasiada información o enviando demasiados mensajes seguidos. Empieza con una presentación breve.
* Envíe información acerca de tu tienda y las líneas de productos que vendes.
* También puedes utilizar el marketing por correo electrónico para averiguar más cosas sobre sus intereses, pregunta a tus suscriptores si les interesa recibir notificaciones acerca de otros productos o servicios.
* También les puedes preguntar cómo prefieren recibir las comunicaciones. Por ejemplo ¿Quieres recibir mensajes una vez a la semana o una vez al mes?
* Registra todo lo que vayas averiguando en tu base de datos de contactos para futuras campañas de correo electrónico.
* Envía información que puede interesarle.
* También puedes incluir descuentos del 20% de su marca preferida.

Si el contenido es útil tus suscriptores valorarán tus correos, de este modo es más probable que tu tienda sea su primera opción cuando tengan que ir a comprar.

* Por último puedes usar los correos electrónicos para pedir las opiniones de tus contactos sobre su experiencia comprando en tu tienda o acerca del servicio que han recibido.

Elabora un mapa conceptual de las estrategias de captación y retención de clientes referidas al marketing de contenido y el email marketing.

Define qué estrategias vas a utilizar en tu proyecto de emprendimiento de acuerdo con tu contexto y aplícalo en cuanto puedas.

Reflexiona ¿Crees que lo aprendido te será útil para la implementación de tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?

**¿QUÉ HEMOS TRABAJADO?**

* Elabora un mapa mental de la comprensión de la captación y retención de clientes a través del marketing digital para tu negocio.
* Elabora un mapa conceptual de las estrategias de captación y retención de clientes referidas al marketing de contenido y el email marketing.

**¿QUÉ APRENDIMOS?**

* Si quieres estar en internet, primero debes tener claro para qué quieres tener presencia en internet, será para ¿tener más clientes? ¿vender más productos? ¿vender más productos nuevos de los que ofreces? Eso te ayudará a planificar bien tu presencia en internet.
* Formas de estar en internet. Una forma fácil de estar en internet es anunciar gratuitamente tu negocio en los directorios locales disponibles en la red.
* También puede ser, crear un sitio web para publicar información sobre tu negocio.
* Otra opción es crear una página en redes sociales como Facebook o twitter.
* Una gran estrategia para captar y retener clientes es estar presente con tu negocio en las redes sociales.
* El email marketing es un complemento perfecto del resto de actividades de marketing digital que realices.

**Ministerio de educación en el gobierno del Perú el Perú primero.**

***IMPORTANTE: la transcripción requiere implementar con algunos signos de puntuación.***

***SUSCRÍBETE, DALE LIKE Y COMPARTE (presione la tecla Ctrl + Clic sobre el enlace):***

<https://bit.ly/2H2Pbgn>

***[](https://www.youtube.com/channel/UCgHBfhi2CDKs-HOxQN1W1EA)***