

Marketing a Tu Manera

Módulo 4

CREANDO TU PROPIO (Y MANEJABLE) PLAN DE
MARKETING

Parte 2

Marketing basado en relaciones

1

CONEXIONES INICIALES

Esto significa ampliar tu alcance y aumentar el número de personas que saben quién sos y qué haces. Requiere aumentar tu visibilidad!

2

SIGUIENTES INTERACCIONES

Construir el factor Know-Like-Trust no se logra en sólo una interacción.. Se trata de construir una relación y mantenerse comprometido con tu audiencia.

3

MÁS INTERACCIONES

Empezá a ofrecer opciones sin costo o a bajo costo para que trabajen con vos, aprendan de vos o se familiaricen más con tus servicios.

4

CONSOLIDACIÓN DE LA RELACIÓN, CONSTRUCCIÓN DE LA COMUNIDAD

Hacé que las conexiones cuenten manteniéndote en constante comunicación

5

PRESENTACIÓN DE UNA OFERTA

Dirige a tu audiencia a una nueva oportunidad para trabajar con vos

6

CREAR VERDADEROS FANS O EMBAJADORES DE MARCA

Brinda siempre más de lo previsto, sé auténtico y mantené a tus clientes contentos.

Algunas personas dirán que NO
... y eso está OK!

Tu plan de Marketing 3 pasos

PASO 1: CONEXIÓN INICIAL

¿Cómo vas a lograr hacer nuevas conexiones?

Pensá acerca de qué cosas son fáciles y divertidas para vos. Pensá en qué cosas serían un poco incómodas (estirando un poco tu zona cómoda). Pensá en qué está en sintonía con tu estilo. Y pensá dónde tu cliente potencial pasa el tiempo.

Volvé a tu ejercicio de opciones de marketing. Decide implementar 2 o 3 de esas opciones como máximo.

¿Será a través de referencias?

¿Será a través de redes?

¿Será a través de la educación?

¿Será a través de buscarlos directamente?

Tu plan de Marketing 3 pasos

PASO 2: SIGUIENTES INTERACCIONES

Una vez que lograste un nuevo contacto, ¿cómo vas a mantenerte en contacto de manera constante y consistente?

Otra vez, pensá acerca de qué maneras serían simples y entretenidas para vos, qué maneras serían un poco incómodas, qué está en sintonía con tu estilo.

Volvé a tu ejercicio de opciones de marketing.

¿Será a través de referencias? → ¿Cuál será su sistema de seguimiento con sus referentes y referidos?

¿Será a través de redes? → ¿Cómo te mantendrás en contacto y mantendrás la conversación activa?

¿Será a través de la educación? → ¿Qué más podrían querer aprender y cómo podrías ayudarlos a aprender eso?

¿Será a través de buscarlos directamente? → ¿Cómo podés interesarlos? ¿Qué podés ofrecerles?

Tu plan de Marketing 3 pasos

PASO 3: PRESENTA TU OFERTA

Una vez que construiste el factor KLT (know-like-trust) presenta tu oferta.

Es importante que ofrezcas **claramente** oportunidades de trabajar con vos. Es necesario poner tus ofertas públicamente y recordar a la gente (sugerirles) que esto está disponible y cómo se beneficiarían de esas ofertas.

¿Qué vas a ofrecer? ¿Siempre lo mismo? ¿Se construyen una sobre la otra? ¿Hay algo gratuito? ¿hay ofertas aranceladas?

Hacé esto regularmente. Decidí cuándo y con qué frecuencia vas a poner tu oferta públicamente y hacé esto de manera coherente.

Considera las ofertas con descuentos por tiempo o cantidades limitadas para animar a la gente a tomar acción rápidamente.

Cuando publiques tu oferta, asegúrate de que sea fácil para que la gente encontrarla y comprarla. Recordá darles instrucciones claras y simples de seguir.

Ejercicio 2: Tu plan de Marketing 3 pasos

DESARROLLA TU PLAN

¿Cómo vas a conectar con más personas?

¿Cómo vas a mantener la relación activa con tus contactos?

¿Cómo, cuándo y con qué frecuencia vas a presentarles tus ofertas?

Tu plan de Marketing, expandiéndolo a 5 pasos

PASO 4: DESARROLLA TU CAMINO PASO A PASO

Considera la posibilidad de construir un camino de compromiso y compra alrededor de tu oferta que genere confianza.

Como seres humanos tomamos mayores riesgos (es decir, gastamos mayores cantidades de dinero) una vez que hemos acumulado confianza.

Esta es confianza en el vendedor y confianza en nosotros mismos.

La confianza proviene tanto de experimentar el trabajo de alguien y la acción personal.

Tu plan de Marketing, expandiéndolo a 5 pasos

PASO 4: DESARROLLA TU CAMINO PASO A PASO

¿Cómo podés ayudar a tu cliente potencial a confiar tanto en vos como en ellos mismos a través de la experiencia y la acción?

Construyendo un camino donde a cada paso vaya aumentando el grado de compromiso y acción.

Ejemplo:

Brindando algo gratuito que implique poco tiempo / compromiso

Brindando algo gratuito que implique un tiempo y compromiso moderado

Brindando algo de bajo costo que implique un tiempo y compromiso moderado

Brindando algo de más costoso que implique un tiempo y compromiso más elevado

EJEMPLO 1

1- Gratuito. Poco tiempo / compromiso

Freebies (videotutoriales, pdf, audios)
Contenido de boletines, blog

2- Gratuito. Más tiempo / compromiso

Mi grupo de facebook Emprender Coaching Online

3- Gratuito. Más tiempo / compromiso

Desafío Visible a Tu Manera
(mails, publicaciones en el grupo, feedback a los participantes)

4- Costo moderado. Más tiempo y compromiso.

Programa de mentoría grupal Marketing a Tu Manera

5- Costo intermedio. Más tiempo y compromiso.

Mastermind Marketing a Tu Manera: 3 meses de implementación y soporte para ayudarte a ejecutar tu plan de marketing.

6- Alto Valor. Mayor tiempo y compromiso.

Tu Negocio a Tu Manera: convirtiendo tus ideas en un negocio real.

EJEMPLO 2

1- Gratuito. Poco tiempo / compromiso

Oferta gratuita en tu sitio o en Facebook.

Regalo como incentivo para que se suscriban a tu lista de novedades

2- Gratuito. Más tiempo / compromiso

Webinar - más contenido que aporta valor, pero que entregas de manera gratuita

3- Bajo costo. Más tiempo / compromiso

Cantidad limitada de sesiones / consultas individuales

4- Alto Valor. Mayor tiempo y compromiso.

Cliente privado, programa individual

Tu plan de Marketing, expandiéndolo a 5 pasos

PASO 5: CREANDO VERDADEROS FANS

Hablemos de negocios: cuál es el costo de adquirir un nuevo cliente?

Es menos costoso **mantener** a un cliente que **adquirir** uno.

¿Cómo podés crear verdaderos fans?

- **Expresa Agradecimiento**
- **Ofrece descuentos, precios y servicios especiales sólo para ellos.**
- **Hacé un esfuerzo adicional, dales más, sé generoso.**
- **Piensa en ellos, mantené el contacto, envíales por correo electrónico algo de interés, envíales un regalo personal.**

EJERCICIO 3: EVOLUCIONANDO TU PLAN DE MARKETING

AGREGANDO LOS PASOS 4 Y 5

- Hacé una tormenta de ideas (brainstorm) acerca de cuál o cuáles pueden ser tus caminos “paso a paso” para llevar a una persona a recorrer la experiencia, compromiso y acción de tu mano. Qué es lo que tu cliente realmente está buscando? ¿Podés desarrollar ofertas alrededor de eso?
- Hacé una tormenta de ideas (brainstorm) acerca de diferentes estrategias que podés implementar para crear verdaderos fans (clientes que vuelven a elegirte y te recomiendan sin parar)