

¿EMPEZANDO UN NEGOCIO AGROPECUARIO?

GUÍA DE PRE-PLANEACIÓN





CAPÍTULO 6

¿OTRAS PERSONAS CREERÁN EN SU IDEA?

En este punto, usted debería estar explicando su idea de negocio a todas las personas que estén dispuestas a escuchar. Al mismo tiempo, debe ser consciente de su marca y su discurso: es decir, de cómo promueve su idea de negocio.

FUNDAMENTOS DE LA MARCA (BRANDING)

Una marca es un conjunto de asociaciones en la mente del cliente que le ayudan a identificar y diferenciar su producto de otros. Es la suma de los atributos del producto que usted enumeró en el Capítulo 2.

Su marca también es usted mismo. Como dueño de un pequeño negocio, usted es visto como parte del producto o servicio que ofrece. Por lo tanto, al promocionar su marca, también debe promocionarse a sí mismo.

En otras palabras: ¡debe actuar y comunicar de manera coherente con su propuesta!

Una marca se define como el cumplimiento de una promesa hacia sus clientes:

- La calidad, beneficios, diferenciación y precio de su producto.
- La capacidad de su producto para satisfacer las necesidades más importantes de sus clientes objetivo.
- Su capacidad para ser creíble, relevante, distintivo e inspirador.

COMUNICAR SU MARCA

La publicidad es la forma en que usted planea comunicar los aspectos principales de su mezcla de mercadeo descrita en el Capítulo 2:

- Su producto (atributos y beneficios),
- Cuánto cuesta (precio),
- Cómo lo puede adquirir el cliente (distribución o canal de venta), y
- Cómo su marca debe ocupar un lugar destacado en la mente del cliente (promoción / posicionamiento de marca).

Algunas pautas para un mensaje exitoso son: que sea simple, inesperado, creíble, emocional y divertido, con la marca como el "héroe de la historia".

Los medios utilizados pueden ser impresos, televisivos, por correo electrónico o en redes sociales y plataformas digitales.

Cada tipo de medio tiene sus propias reglas y debe abordarse con estrategias diferentes.

El discurso de presentación (pitch) que se detalla a continuación es solo una de las estrategias para dar a conocer su idea al público objetivo.

CÓMO PROMOCIONAR SU IDEA ANTE UN PÚBLICO EXTERNO

El método más común de publicidad para pequeños negocios es el boca a boca. Es importante que usted sea consciente de cómo estructura ese mensaje oral.

Hay una técnica para presentar (o “vender”) su idea de negocio a otros, que se resume así:

- El propósito de su presentación (pitch) es vender su producto, no dar una clase sobre él.

- Enfóquese en llevar a su audiencia al siguiente paso en el proceso. Los pasos en la decisión de compra de un cliente son: conocimiento, comprensión, prueba, compra y recompra.
- Cuente una historia convincente, conecte con las emociones de su audiencia y demuestre cómo su producto satisface sus necesidades.

Existen excelentes recursos que explican cómo presentar su idea de la mejor manera, según el público y el medio utilizado. La mayoría refuerza los puntos mencionados arriba.

Algunos consejos adicionales son:

- Manténgalo corto, relevante y fácil de entender.
- Evite los clichés, no exagere los atributos del producto, y no se pierda en detalles técnicos o innecesarios.