



Promoción de Negocios

Gestión Empresarial y Alfabetización Digital para Mujeres Microempresarias

Este módulo es posible gracias al generoso apoyo del pueblo estadounidense por medio de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Esta guía fue producida bajo el Proyecto Fronteras Digitales de DAI (Acuerdo de Cooperación AID-OAA-A-17-00033) a petición de USAID y en asociación con Mastercard.

Descripción General del Módulo



Tabla de Contenido





Parte 1: Conozcan a sus clientes	<u>6</u>
Parte 2: Upsell y cross-sell	<u>13</u>
Parte 3: Creen una estrategia de colocación de productos	<u>20</u>
Parte 4: Diversifiquen sus negocios	<u>27</u>
Parte 5: Utilicen mercados digitales	<u>31</u>



Objetivos

1. Aprender maneras de hacer crecer y promocionar sus negocios.
2. Desarrollar estrategias exitosas de relacionamiento con los clientes.
3. Identificar formas para diversificar sus negocios.
4. Familiarizarse con los mercados digitales.

En este módulo ustedes pueden...

-  identificar consejos y trucos para promocionar sus productos
-  aprender cómo agregar o reclamar sus negocios en Google Maps
-  practicar el uso de WhatsApp Business
-  crear una presencia digital para sus negocios

¡Imagínense esto!

Además de la tienda de ustedes, hay dos más en la calle, y las tres tiendas venden productos similares.

¿Cómo consiguen que los clientes compren en la tienda de ustedes?

¿Qué estrategias pueden usar para aumentar las ventas, promocionar sus negocios y obtener más ganancias?



Cómo atraer clientes a sus tiendas

Las tiendas ofrecen una variedad de productos y atienden a una gama de clientes con diferentes necesidades.

Para tener éxito y lograr que los clientes compren en sus tiendas, ustedes necesitan tener un plan que les dé una ventaja competitiva.

Ustedes deben adoptar ciertos principios para poder hacer crecer y promocionar sus tiendas:



Conozcan a sus clientes



Diversifiquen sus tiendas



Upsell y cross-Sell



Utilicen mercados digitales



Crean una estrategia de colocación de productos

PARTE 1: CONOZCAN A SUS CLIENTES

Objetivo: Aprender cómo personalizar el enfoque del negocio.

¿Están listas?



Relaciónense con los clientes



Imagínense que entran a una tienda a comprar un paquete de galletas. El dueño de la tienda es bastante maleducado y las ignora.

¿Cómo se sentirían?

¿Regresarían de nuevo a esa tienda?

El relacionamiento con los clientes es fundamental para aumentar las ventas.

- Diríjense amable y respetuosamente a los clientes, independientemente de su edad. No les hagan esperar y bríndenles una experiencia única para que prefieran comprar en las tiendas de ustedes.
- Establecer una conversación a nivel personal con ustedes brinda a los clientes una experiencia positiva.
- Tengan en cuenta el mejor interés del cliente, y ofrezcan los mejores productos, o los más adecuados, a precios competitivos.
- Ofrezcan descuentos en varios productos para ayudar a atraer clientes.

Conozcan las preferencias de los clientes

Los dueños de negocios deben conocer las preferencias de sus clientes.

- Si ustedes conocen las preferencias de los clientes, será más fácil conservarlos y crear una clientela fiel.
- Por ejemplo, sepan el tipo de champú que compran usualmente o el tipo de jabón que prefieren.
- Si un cliente no conoce las marcas que venden en sus tiendas, ustedes pueden sugerirle un producto basándose en lo que han comprado anteriormente.
- Si ustedes muestran interés en lo que los clientes elijen o prefieren, ellos estarán más dispuestos a visitar sus tiendas.



Mejoren el servicio al cliente

- ✓ Tomen pedidos de forma remota de los clientes que les llaman, envían SMS o se comunican por medio de WhatsApp.
- ✓ Entreguen los productos a domicilio.
- ✓ Pidan a los clientes que devuelvan los productos si salen defectuosos, y ofrézcales un reembolso, un descuento o un crédito de la tienda.
- ✓ Pidan a los clientes que les comenten sobre los productos nuevos.
- ✓ Ofrezcan descuentos especiales o rebajas en días festivos.
- ✓ Pasen a los clientes los descuentos que ustedes reciben de los mayoristas, y coloquen letreros coloridos para anunciar los descuentos.
- ✓ Consideren contratar a alguien para que abra la tienda en horas o días en que otras tiendas permanecen cerradas. Por ejemplo, si otros abren sus tiendas a las 9:30 a.m., ustedes abran las suyas a las 8:00 a.m.

Un cliente satisfecho probablemente recomendará la tienda de ustedes a su familia o amigos, lo que ayudará a aumentar sus clientelas .



Brinden una experiencia positiva al cliente

Imagínense que ustedes entran a una tienda para comprar ingredientes para una receta.

A medida se pasean por la tienda, comienzan a notar que no está muy limpia, hay cosas derramadas en el piso, se siente un olor como a podrido y muchos de los productos están polvosos.

¿Comprarían ustedes los ingredientes para sus recetas en esa tienda? ¿Por qué o por qué no?



La apariencia de esa última tienda, y la experiencia en general, claramente no le dice a las personas: "¡Compren nuestros frescos y deliciosos alimentos y verduras!" Más bien dice: "Nunca vengan a esta tienda. ¡Nuestros productos son malos!"

Sin embargo, la apariencia de esta tienda es atractiva. Los estantes están limpios y ordenados y parece estar mucho más limpia que la otra tienda. ¿Estarían dispuestas a comprar aquí?



- La apariencia de la tienda afecta directamente la experiencia general del cliente.
- De esa experiencia dependerá si compran o no.
- ¡Mantengan sus tiendas limpias, ordenadas y hermosas, y verán cómo sus ventas aumentarán más y más!
- Una experiencia negativa en sus tiendas podría resultar en ventas perdidas.

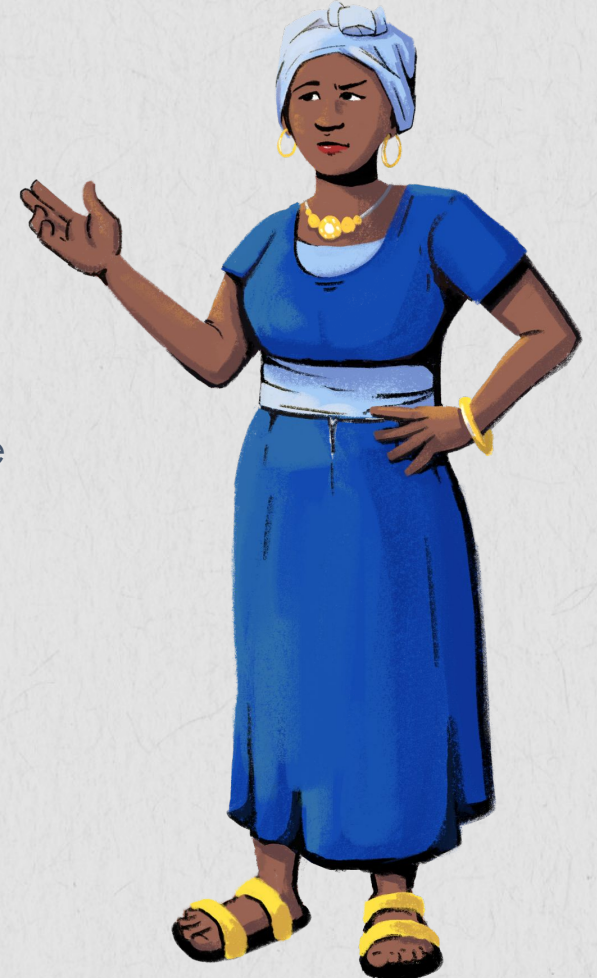
Pídanle comentarios a sus clientes

Sus clientes pueden proporcionarles información valiosa sobre cómo mejorar el servicio al cliente y el negocio. Consideren desarrollar una forma de recabar regularmente comentarios de sus clientes para saber qué les gusta o no les gusta de sus tiendas.

El método de hacerlo debe ser directo y sencillo para que los clientes tengan tiempo de brindar sus respuestas. Incluso hasta puede crear incentivos para que los clientes brinden comentarios, como, por ejemplo, que participen en la rifa de un cupón de la tienda.

Hay varias formas de obtener retroalimentación de sus clientes:

- Pueden poner un buzón de sugerencias en sus tiendas y proporcionar encuestas en papel.
- Si tienen las direcciones de correo electrónico de sus clientes, pueden enviarles encuestas por correo electrónico. También pueden publicar la encuesta en sus mercados en línea o sitios web y leer los comentarios en la página de Facebook o redes sociales de sus tiendas, si se tienen.



PARTE 2: UPSELL Y CROSS-SELL

Objetivo: Explorar estrategias para aumentar las ventas.

¡Comencemos!



Upsell y cross-sell de productos



Imagínense este escenario...
Están a punto de concluir una
venta y la cliente ha decidido
comprar un producto. ¿Qué
hacen ustedes?

¿Le cobran el
producto y le
dicen adiós?

○

¿Tratan de ver
cómo animarla a
comprar más?



Podemos usar dos estrategias para aumentar las compras del cliente y las ventas de ustedes

El término **upsell** significa ofrecerle al cliente una versión más cara o una versión de mayor calidad del artículo. Mírenlo como preguntarle al cliente si desea 'mejorar' su compra.

El término **cross-sell** significa recomendar al cliente un producto relacionado con el que ya lleva en su cesta. Un ejemplo sería recomendar un acondicionador a los clientes que compran champú.

Sus ventas pueden aumentar si utilizan estas estrategias en el momento adecuado.



UPSELL



CROSS-SELL





Háganse estas tres preguntas antes de intentar un *upsell* o *cross-sell* con un producto

- 1 ¿Complementa el producto el artículo que el cliente está comprando?**

Los *upsell* y *cross-sell* solo funcionan cuando están relacionadas con la compra original. Cuando ustedes realicen un *upsell* o *cross-sell* para un artículo, asegúrense de que sea: a) una versión mejor del que está comprando el cliente, o b) un producto que vaya con su compra.
- 2 ¿Está el cliente dispuesto a gastar más?**

Si el cliente ha indicado claramente que tiene un presupuesto limitado o que busca solo un producto, respeten sus deseos y no intenten venderle nada más.
- 3 ¿Realmente los beneficiará este producto?**

A veces puede ser que un artículo adicional complemente otro producto, pero no beneficiará al cliente. Por ejemplo, si bien un cierto tipo de humectante puede ir con el jabón facial que la cliente acaba de comprar, no sería una buena oportunidad para un *cross-sell* si ella no lo necesita.

Si la respuesta a las tres preguntas es "Sí", entonces pueden proceder a sugerir mejoras o productos adicionales

Haga que los clientes vean y visualicen el valor o el beneficio que están obteniendo. Sigán la "Regla de 3".

Den al cliente tres opciones de compra:

1. Muéstrenles el producto que solicitaron.
2. Muéstrenles una alternativa, algo que igual tiene relación con el artículo solicitado pero quizás de precio medio.
3. Muéstrenles algo 'soñado': algo que al cliente le podría encantar pero que es de precio más alto.



Sean razonables. El artículo que ustedes sugieran no debe costar más de un cierto porcentaje por encima del costo del artículo original.

Si un cliente compra un champú caro, tiene sentido sugerir un acondicionador más barato, pero si un cliente compra un acondicionador barato, no intenten venderle un champú caro.

Den recompensas, incentivos o descuentos a las compras adicionales.

Ustedes pueden motivar a sus clientes a comprar los productos adicionales que está sugiriendo proponiendo darles un descuento si compran productos 'en paquete'. Por ejemplo, si un cliente compra tanto el champú como el acondicionador, obtiene un 10% de descuento en el 'paquete' de productos, pero si no compra el acondicionador, pagará el precio normal del champú.



Aprendizajes clave



1. Conozcan sus productos:

- Sepan cuáles productos van bien juntos para que puedan proponérselos a los clientes al hacer un *cross-sell*.
- Cuando intenten hacer un *upsell*, tengan en mente los productos que ustedes podrían recomendar como alternativas o como productos "soñados".

2. Conozcan a sus clientes:

- Traten de averiguar el presupuesto del cliente y lo que les motiva a comprar ciertos productos. Esto les ayudará a ustedes a ofrecerle al cliente lo que necesita cuando les sugieran nuevos productos.

3. Sean innovadoras:

- Introduzcan varios métodos que les puedan ayudar a realizar *upsell* y *cross-sell* de sus productos. Estos pueden incluir colocar los productos en un lugar diferente u ofrecer incentivos.

4. No lo hagan muy complicado:

- No abrumen a los clientes con demasiadas opciones. Esto podría desalentar a los clientes de comprar los productos que ustedes sugieren.

PARTE 3: CREEN UNA ESTRATEGIA DE COLOCACIÓN DE PRODUCTOS

Objetivo: Saber cómo colocar los productos de manera que promuevan las ventas.

Aprendamos cómo organizar sus tiendas y sus productos de manera estratégica para maximizar sus ganancias y aumentar las ventas.



Colocación en la parte delantera de la tienda

Mantener los artículos más buscados o los que se venden rápidamente en el frente de la tienda los hace más accesibles para los clientes, lo que lleva a compras rápidas de estos productos.



Colocación a la altura de los ojos

- La colocación de productos a la altura de los ojos es un método excelente para aumentar las ventas. Un producto se venderá muchísimo más si está a la altura de los ojos de los clientes.
- Los productos de valor alto muchas veces se colocan en el estante del medio para aumentar las probabilidades de que las personas los vean y los compren. Esta sección también se puede utilizar para productos que son nuevos en el mercado.
- Quienes busquen productos de un precio más bajo generalmente los encontrarán a la altura de las rodillas.
- Los artículos grandes que pueden ser difíciles de cargar, como las bolsas de arroz, deben colocarse abajo para que los clientes no tengan que estirar los brazos para alcanzarlos.



Colocación contigua

- Ciertos productos se colocan junto a otros a propósito.
- Muchas veces ustedes encontrarán las papas fritas muy cerca de los refrescos, ya que la compra de uno conduce a mayores ventas del otro.
- Al colocar los artículos uno cerca del otro, ustedes están sugiriendo productos que se complementan entre sí, lo cual es una buena manera de realizar un *cross-sell* de sus productos.

¿Se les ocurren otros productos que deberían colocarse uno al lado del otro?



Colocación de productos premium

- Los productos premium están en un entorno sutilmente diferente al de los productos de todos los días.
- Los ingredientes caros y de especialidad a menudo se exhiben en estanterías de color diferente a los de los ingredientes normales.
- Tanto el lugar donde se coloca como la forma en que se coloca ese tipo de productos en la tienda hacen sentir a los clientes que están comprando algo especial.



Colocación en la caja de pago

- Las tiendas pueden colocar productos que son atractivos para los clientes en el mostrador de la caja de pago. La decisión de qué productos promocionar puede depender del clima o del precio de los artículos.
- Por ejemplo, en el mostrador coloquen productos baratos y de venta rápida que no requieren que el cliente piense mucho en el precio, como chicles o barras de chocolate. En los días lluviosos, coloquen paraguas en el mostrador, y en los días soleados coloquen lentes de sol.
- Mientras el cliente hace fila en la caja para pagar, por lo general verá una variedad de dulces, revistas, productos y material de lectura ligera que llaman su atención.



Introduzcan conceptos innovadores

- Ustedes pueden bajarle el precio a los productos que están próximos a vencerse y, del mismo modo, pueden proponer descuentos diarios en productos frescos que tienen una vida útil corta, como el pan. Estos descuentos pueden fomentar la venta de estos productos hacia el final del día.
- Pueden colocar las muestras de los productos en la parte delantera de la tienda o en un lugar donde llame la atención de los clientes.
- Ustedes también pueden coordinar con los proveedores o los representantes de las marcas para organizar festivales de venta. Para esta estrategia, ustedes necesitan entablar relaciones con los proveedores y mayoristas para así obtener mejores precios en productos.



PARTE 4: DIVERSIFIQUEN SUS NEGOCIOS

Objetivo: Entender por qué ofrecer más productos y servicios puede ayudar a que crezcan sus negocios.

¡Exploremos cómo pueden diversificar sus productos y servicios!



¿Qué es la diversificación?

La diversificación es cuando un negocio agrega nuevos productos a su inventario u ofrece nuevos servicios.

Diversificar sus negocios puede aumentar sus ventas y ganancias, ya que atraerán a una mayor cantidad de clientes con diferentes necesidades y gustos. Además, es más probable que los clientes vengan a sus negocios si saben que pueden comprar la mayor parte de lo que necesitan en las tiendas de ustedes, ya que esto les evita la molestia de tener que andar de tienda en tienda buscando artículos.

Algunos métodos que ustedes pueden utilizar para diversificar sus negocios son:

- agregar nuevos productos o ampliar la gama de productos que ya tienen.
- ofrecer nuevos servicios, tales como entregar las compras a domicilio o permitir a los clientes recoger sus pedidos en la acera o puerta de sus tiendas.
- registrar su tienda para poder ofrecer servicios de billetera móvil o dinero móvil.



Diversificación de productos

Antes de agregar más productos, ustedes pueden realizar una pequeña encuesta entre sus clientes para tener una idea de lo que ellos necesitan, desean y prefieren.

Con esta actividad, ustedes se están relacionando con sus clientes y dándoles a entender que ustedes valoran sus opiniones.

Cuando estén intentando diversificar la oferta de productos, ustedes pueden considerar realizar inversiones para crecer. Por ejemplo, pueden comprar un refrigerador si los clientes indican que quieren comprar helados y bebidas frías. Un refrigerador sería una inversión que valdría la pena hacer, ya que los productos tienen demanda y ustedes verán un aumento en las ventas de esos artículos.





¡Discutamos esto!

¿De qué manera han diversificado sus negocios?

¿Se les ocurren otras formas de diversificar sus negocios?

¿Qué otros beneficios trae la diversificación de los negocios?

PARTE 5: UTILICEN MERCADOS DIGITALES

Objetivos:

1. Conocer las oportunidades digitales para el mercadeo y el comercio.
2. Identificar estrategias para competir con las grandes plataformas de comercio electrónico.

¿Están listas para aprender sobre los mercados digitales?





¡Discutamos esto!

¿Cuáles mercados digitales conocen ustedes?

¿Quiénes aquí tienen una página en redes sociales para sus negocios?

¿A alguien se le ocurre qué beneficios tiene usar mercados digitales?

Mercados digitales

Los mercados digitales pueden ser una herramienta poderosa para sus negocios. Estos mercados las conectan con sus clientes por medio de una plataforma en línea donde ustedes pueden anunciar sus productos. Sus clientes también pueden mirar los productos que ustedes ofrecen, pedirlos y, a veces, hasta recibirlos en la puerta de sus casas.

- Ustedes pueden captar a los clientes que no tienen tiempo para ir a sus tiendas o a los que no pueden ir de tiendas debido a otras circunstancias.
- Estar en línea les da una ventaja competitiva por encima de otros negocios que no tienen una presencia en línea.
- Tener una presencia en línea hará que sus negocios sean menos vulnerables a circunstancias imprevistas que impiden llegar físicamente a las tiendas, tales como desastres naturales o pandemias.
- Los mercados digitales pueden venir en varios formatos. Algunos están disponibles como aplicaciones y otros son sitios web. Por lo general se puede acceder a estas plataformas con un teléfono inteligente, una *tablet* o una computadora.



Ejemplos de mercados digitales

	Jumia	Lazada	Mercado Libre
REGIÓN	África	Sudeste de Asia	América Latina
DESCRIPCIÓN	Jumia es un mercado digital muy popular en África, con operaciones en más de 10 países, incluyendo Nigeria, Kenia y Tanzania.	El Lazada Group es el principal mercado digital del sudeste asiático, con presencia en Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia y Vietnam.	Mercado Libre es el mercado digital más grande de América Latina. Opera en más de 18 países, incluyendo México, Argentina, Brasil, Colombia y Chile.
RECURSOS DE APRENDIZAJE	<u>Vídeo: Cómo registrar una cuenta de vendedor</u>	<u>Artículo: Cómo agregar productos y personalizar perfiles</u>	<u>Artículo: Una guía detallada sobre cómo vender en la plataforma</u>

Cómo utilizar los mercados digitales

ELIJAN LA PLATAFORMA ADECUADA.

1

Comiencen por investigar los mercados digitales que están disponibles en sus regiones y que son populares entre los compradores. Consideren cuál plataforma se adapta mejor a los tipos de productos que ustedes venden.

REGÍSTRENSE COMO VENDEDORAS.

2

La mayoría de las plataformas incluyen una guía detallada sobre cómo registrarse como vendedor, y generalmente es un proceso diferente al de registrarse como comprador. Por lo general se necesita una dirección de correo electrónico y un número de teléfono para verificar las cuentas del vendedor.

AFINEN SUS PERFILES.

3

Asegúrense de incluir información básica sobre sus tiendas, como el horario de atención y la ubicación. Ingresen todos los productos que ustedes ofrecen para que sus clientes los vean. También pueden tomar y publicar fotos de sus productos. Activen las notificaciones del mercado digital para que nunca se les escape o pierdan un pedido.

Usen las redes sociales para promocionar sus negocios



Las redes sociales son una herramienta poderosa para promocionar sus negocios.

Por medio de las aplicaciones de redes sociales, ustedes pueden interactuar con los clientes, publicitar sus negocios y compartir novedades, como la llegada de nuevos productos o el inicio de nuevas ofertas.

Consideren elegir una plataforma que sea popular en la región y entre sus clientes, como Instagram, Facebook, Pinterest o WhatsApp.

Comiencen por crear un perfil dedicado para sus negocios, y acumulen seguidores manteniéndose activas en la plataforma. Asegúrense de publicar contenido regularmente e interactuar con los clientes. Además, monitoreen las secciones de comentarios en sus publicaciones y respondan a los comentarios con regularidad.

También vean si sus competidores están utilizando las redes sociales para publicitar los productos de ellos. Investigar a la competencia puede ayudarles a obtener nuevas ideas para sus propias páginas de redes sociales.

¿Tienen ustedes una cuenta de redes sociales dedicada a sus negocios?

¿Qué plataformas de redes sociales utilizan ustedes?



Creen un perfil de negocio en Google Maps

Google Maps brinda información sobre dónde están ubicadas las tiendas, cuándo están abiertas y qué productos tienen. Muchos clientes miran Google Maps para decidir en qué negocio comprar. Tener a sus negocios en Google Maps les da mucha visibilidad y puede ayudarles a atraer clientes.



1

Visiten <https://www.google.com/business/> e inicien una sesión en sus cuentas actuales de Google My Business o creen una cuenta gratuita.

2

Luego, usen la barra de búsqueda para escribir el nombre de sus negocios. Si sus negocios aparecen, significa que ya están en Google Maps. Cualquiera puede agregar un negocio a Google Maps, así que tal vez es por eso que el negocio de ustedes ya está allí.

3

Si los negocios de ustedes aparecen allí, ustedes necesitan reclamarlos y verificar que ustedes son las propietarias de los negocios.

Si los negocios de ustedes no aparecen, hagan clic en "Crear un negocio con este nombre". Luego se les pedirá que ingresen el nombre de sus negocios, la categoría, la ubicación, las áreas de servicio y los detalles de contacto. Una vez que hayan completado estos datos, Google les dará un par de opciones para poder verificar que ustedes son las propietarias de los negocios, como, por ejemplo, enviar un código de verificación por correo, correo electrónico o una llamada telefónica.

4

Una vez verificados los negocios, ustedes podrán personalizar aún más las páginas de sus negocios y agregar elementos como sus horarios de atención, una descripción y fotos.

Usar WhatsApp Business

WhatsApp es una de las aplicaciones de mensajería más populares del mundo, y además les da la opción de tener una cuenta de WhatsApp Business. Con esta cuenta ustedes pueden anunciar y vender sus productos, interactuar con los clientes y publicar actualizaciones de estado sobre sus negocios.



1

Para comenzar, descarguen la aplicación WhatsApp Business de la tienda de aplicaciones. Si no tienen una cuenta, creen una. Si ya tienen una cuenta, ustedes pueden transferir sus historiales de chat y sus medios. Luego se les pedirá que proporcionen el nombre de sus negocios, la categoría del negocio y una imagen para el perfil.

2

Luego, comiencen a construir el perfil de sus negocios. Pueden incluir una descripción del negocio, el horario de atención, la dirección y la información de contacto.

3

Una vez completado el perfil, visiten el catálogo para cargar fotos y descripciones de sus productos y compartir información sobre precios.

4

Ahora que ya han completado el perfil y el catálogo, ¡pueden comenzar a promocionar sus productos entre sus contactos y empezar a aceptar pedidos!

5

Comiencen a usar sus cuentas. Una vez que se hayan aprobado sus solicitudes, ¡pueden comenzar a usar sus cuentas para todas sus necesidades financieras!

Consejos para promocionar negocios digitales

En las plataformas digitales, el perfil debe ser tan atractivo como la tienda física. Aquí hay algunos consejos a tener en cuenta:



Tomen y suban fotos de alta calidad de sus productos.



Incluyan descripciones breves y precisas de sus productos.



Actualicen regularmente la información sobre los horarios de atención, los productos y las promociones.



Publiquen regularmente en sus páginas de redes sociales para que sus publicaciones lleguen a los 'feed' de los clientes.



Configuren sus tiendas digitales para que automáticamente sugieran a los clientes artículos que con frecuencia se compran juntos.



Creen una imagen de marca limpia y singular.



Ofrezcan cupones a los clientes que recomienden sus tiendas en línea a sus amigos.



Incluyan información de contacto en sus páginas para que los clientes puedan comunicarse con ustedes.

Usar el comercio electrónico con éxito



Si bien vender en sitios de comercio electrónico grandes puede ser ventajoso, estos sitios también pueden impedir que los negocios pequeños logren crecer en línea porque contienen muchos negocios competidores. Sin embargo, hay varias estrategias que ustedes como empresarias pueden usar para que sus negocios sobresalgan entre la multitud, ya sea que ustedes opten por vender en línea o solo en sus tiendas físicas.

Cómo lograr que sobresalgan sus negocios



Mejorar la retención de clientes. Como negocios pequeños, la ventaja competitiva que ustedes tienen es que pueden desarrollar relaciones más estrechas con sus clientes. Mejorar el servicio al cliente e interactuar regularmente con los clientes puede ayudarles a desarrollar una clientela fiel que continuará prefiriendo los negocios de ustedes.



Conozcan a la competencia. Investiguen las plataformas que más usan los clientes de sus zonas. Analicen sus precios, los productos que tienen y que no tienen, sus servicios de envío y la experiencia general del usuario. Esto puede ayudarles a identificar las áreas en las que ustedes pueden superar a la competencia, como, por ejemplo, ofreciendo productos diferentes.



Desarrollen un nicho. Un mercado de nicho es un segmento de clientes con necesidades y preferencias singulares. Ustedes pueden desarrollar sus nichos enfocándose en un grupo demográfico específico de clientes o en ciertas categorías de productos. Al ofrecer un servicio o un producto que los clientes no pueden encontrar en ningún otro lugar, ustedes tendrán una ventaja competitiva por encima de vendedores que no ofrecen esos artículos.

Cómo lograr que sobresalgan sus negocios



Hagan énfasis en consideraciones sociales o ambientales. Hoy en día, los clientes están cada vez más conscientes del impacto ambiental y social que causa lo que ellos deciden comprar. Ustedes también pueden ser más conscientes, decidiendo usar productos ecológicos y proveedores locales y sostenibles. Además, pueden destacar estas decisiones en sus tiendas o en sus sitios web para que sus clientes sepan que estos temas son importantes para ustedes y sus negocios.



Mejoren las negociaciones con sus proveedores. Una forma de reducir costos es mejorar sus habilidades de negociación con los proveedores. Primero, ustedes deben recabar información sobre los precios que ofrecen otros proveedores y compararlos con los precios que les ofrecen los de ustedes. Luego, establezcan una buena relación con sus proveedores. Una comunicación frecuente y una buena relación comercial en general pueden hacer que sus proveedores estén más dispuestos a reconsiderar sus precios. Preparen un precio ideal, un precio aceptable y un precio inaceptable que no están dispuestas a pagar, y traten de averiguar cuáles son esos precios en la opinión de sus proveedores. Usen estratégicamente esa información que tienen. No necesitan revelar todo lo que saben inmediatamente.

Consejos para usar los mercados digitales de forma segura

Los mercados digitales pueden presentar oportunidades excelentes y seguras para hacer crecer sus negocios. Sin embargo, deben tomar precauciones al usarlos para garantizar de que ustedes y sus negocios estén protegidos:



No compartan las contraseñas de sus cuentas y plataformas. Además, deben usar contraseñas diferentes para cada plataforma y cuenta, y actualizarlas periódicamente.



Si un cliente hace un pedido grande, pidan que les den un depósito o que les paguen por adelantado (si es que la plataforma no tiene este requisito).



No compartan su información personal con los clientes en estas plataformas. Siempre utilicen la dirección, las direcciones de correo electrónico y los números de teléfono del negocio.

RECURSO DE APRENDIZAJE

Aprendan acerca de los mercados digitales con Oye Amiga



Lecciones de Oye Amiga

Lección 20: ¿Cómo puedo usar una aplicación digital / mi teléfono para aumentar mis ventas?



¡Recapitulemos!

**Veamos lo
que han
aprendido.**



Cómo promocionar sus negocios

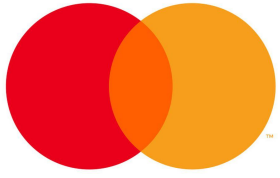
- Conozcan a sus clientes
- Upsell y cross-sell
- Creen una estrategia de colocación de productos
- Diversifiquen sus negocios
- Utilicen mercados digitales



¡Compartan sus dudas y preguntas!

¿Les resultó útil la sesión?

¿Pondrán en práctica alguna de las ideas que vieron hoy?
De ser así, ¿cuáles?



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

STRATEGIC
IMPACT
ADVISORS



www.siaedge.com

Línea Dos
Línea Tres

