



## Guía II : ¡Lanzamiento de tu Empresa!

### Definiciones Clave

**Atención al cliente** – asegurar la satisfacción del cliente atendiendo a sus necesidades

### Aprendizaje

### Marketing y Ventas durante la Fase de Lanzamiento

Piensen cómo **promocionar y vender sus productos** inicialmente durante el lanzamiento de la empresa, para captar la atención del público hacia sus productos/servicios. Algunas ideas de estrategias promocionales son:

- Organizar un **evento de lanzamiento** – inviten a potenciales clientes, miembros de la comunidad y a la prensa
- Vender su producto/servicio con un descuento especial, o incluso entregando muestras gratuitas.
- **Red de contactos** – **Participen y háganse ver** en actos, festivales, conferencias, ferias y otras actividades de su comunidad.
- **Reparto de volantes/folletos publicitarios** – Elaboren y repartan material impreso con la información básica de su empresa. ¡Utilicen un diseño atractivo, información simple, concisa y directa!
- **"Carteles Humanos"** – Pueden colgar carteles o ¡convertirse en uno!

#### Consejos esenciales para su estrategia promocional

- Siempre destaquen lo que es novedoso y emocionante de su empresa
- Proporcionen un excelente servicio de atención al cliente para asegurarse que sus primeros clientes vuelvan por más y ¡ayuden a difundir las novedades de su empresa de forma gratuita a través del **boca a boca!**

### Tu empresa escolar en los medios de comunicación

Lograr que la empresa salga en los medios de comunicación locales o nacionales es una forma fantástica de asegurar que **la gente conozca sus productos/servicios**. Pueden practicar sus habilidades de escritura creando un **comunicado de prensa**: un texto que se prepara para su divulgación en los medios de comunicación (periódicos, canales de televisión y radio, sitios web, etc.). Hay cuatro partes claves:

1. **Título:** Escriban un título conciso, breve y claro, que llame la atención del lector.
2. **Primer Párrafo:** Escriban un breve resumen de la historia tomando en cuenta: quién, qué, cómo, cuándo, dónde y por qué. El primer párrafo debe tener una extensión máxima de una o dos oraciones.
3. **Cuerpo Principal:** Narren la historia principal y algunos detalles: – ¿a quién y cómo afecta su comunicado? Asegúrense de incluir el nombre y tipo de empresa y una cita de un miembro del equipo o un cliente.
4. **Final:** Incluyan el recuento de palabras, su/s nombre/s y datos de contacto al final del comunicado de prensa.

## Buena Atención al Cliente

**La atención al cliente** trata de satisfacer las necesidades de sus clientes. Es importante ofrecer una buena atención y servicio al cliente para que la gente compre sus productos/servicios y no los de la competencia. A continuación encontrarán algunos consejos que pueden seguir como **protocolo de buenas ventas**:

- 1. Conozcan su producto/servicio** – ¿Qué tiene de especial lo que venden y por qué lo querría la gente? Si comprenden estos aspectos y se muestran entusiasmados, entonces les será fácil transmitir su entusiasmo.
- 2. Conozcan cómo vender su producto/servicio** – Tienen que saber qué cantidad pueden vender, cuándo lo tienen que vender y durante qué periodo el cliente puede utilizarlo antes de reponerlo nuevamente
- 3. Sean amables** – Puede que a veces tengan que lidiar con clientes difíciles pero es muy importante que siempre se comuniquen de manera educada, ej. en la negociación de un descuento solicitado por el cliente.
- 4. Escuchen** – Si el cliente está enojado o tiene una queja, escúchenlo. Tomen nota de su queja y asegúrense que ese problema no se repita en el futuro, y quizás ofrézcanle una compensación (si lo consideran necesario).

## Retroalimentación de Clientes

La retroalimentación de clientes les brinda información muy valiosa sobre lo que piensan los clientes acerca de su producto/servicio. Puede ayudarlos a crear un producto que los clientes quieran comprar y una experiencia de compra que exceda las expectativas de los clientes ¡para que vuelvan a comprar más! Pueden elaborar una **encuesta de retroalimentación de clientes** para preguntar a sus clientes lo que les gusta. **Las opiniones positivas potencian la empresa, mientras que las críticas los ayudarán a mejorar su oferta.**

## Revisión

Intenten responder estas preguntas para comprobar lo que han aprendido. Si no están seguros de las respuestas, revisen esta guía nuevamente antes de continuar.

- 1. ¿Cuáles son las 3 maneras diferentes en las que podrían promover el lanzamiento de su empresa?**
- 2. ¿Para qué sirve un comunicado de prensa?**
- 3. ¿Por qué es importante la buena atención al cliente?**

## Actividades

¡Una vez hayan puesto en marcha su empresa escolar, necesitarán promoverla! **Luego de haber gestionado la empresa escolar durante al menos 3 meses**, podrían escribir sobre su marketing y ventas iniciales en la siguiente sección en su **plantilla BRONCE de Informe Anual**.

**Realicen estas actividades:**

**Completen en su plantilla BRONCE de Informe Anual: Hecho** 

1	Promuevan el lanzamiento de su empresa escolar	Sección D: Nuestros Logros, Desafíos y Soluciones	
---	------------------------------------------------	---------------------------------------------------	--