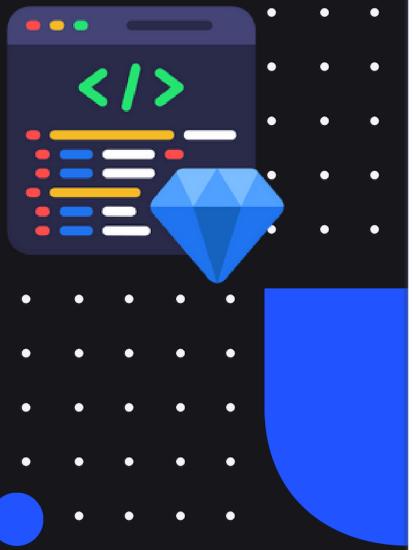


# Principios SOLID

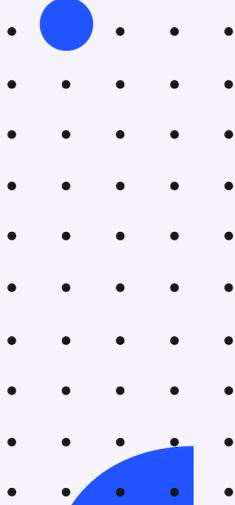
Por: Jandry Zambrano.





## Antecedentes del término SOLID.

Los principios SOLID fueron introducidos por primera vez por el famoso científico informático Robert J. Martin en uno de sus artículos en 2000. Pero el acrónimo SOLID fue introducido más tarde por Michael Feathers.



## ¿Principios SOLID?

Los principios SOLID son guías que pueden ser aplicadas en el desarrollo de software para eliminar malos diseños provocando que el programador tenga que refactorizar el código fuente hasta que sea legible y extensible. Puede ser utilizado con el desarrollo guiado por pruebas, y forma parte de la estrategia global del desarrollo ágil de software y desarrollo adaptativo de software.

- Los principios SOLID nos ayudan a escribir código limpio, mantenible y escalable.



## ● Fortalezas

¿Qué ventajas tiene tu empresa?  
¿Qué hacés mejor que nadie?  
¿Cuáles son tus propuestas únicas de venta?

## ● Debilidades

¿Qué áreas podés mejorar?  
¿Qué le hace falta a tu empresa?  
¿Qué cosas hacen los competidores mejor que vos?



## ● Oportunidades

¿Qué cambios en tecnología, política y patrones sociales pueden ser una oportunidad de crecimiento para la empresa?

## ● Amenazas

¿Qué obstaculiza el crecimiento de tu empresa? ¿Quiénes son tus competidores? ¿Qué factores variables pueden amenazar la posición de tu empresa?





# Visualizá los puntos débiles de tu empresa con un funnel pirata

El funnel pirata es un embudo de conversión creado por Dave McClure que te muestra en qué debés centrarte para optimizar tu estrategia. Se le llama "pirata" porque, en inglés, es conocido como "AAARRR" por las palabras conciencia, adquisición, activación, referencias y motivación. Usá la plantilla de la página siguiente para llenarla con tus propias métricas pirata.

## ● Conciencia

¿Cómo presentarás tu empresa a los clientes potenciales? Ejemplo: impresiones, índice de clics, visitas y métricas de redes sociales.

## ● Adquisición

¿De dónde vienen tus clientes potenciales? ¿Qué canal genera el tráfico más valioso para tu empresa? Ejemplos: nuevos potenciales clientes, suscriptores por email, chats de asistencia y ventas.

## ● Activación

¿De qué modo tus clientes potenciales probarán tu producto o servicio por primera vez? Ejemplos: nuevas inscripciones para probar el producto o servicio, ventas del producto, activación después de descargar la app.

## ● Retención

¿A cuántos de tus clientes retenés? ¿Por qué perdés a otros? Ejemplo: tasa de adquisición de clientes y tasa de cancelación de clientes.

## ● Ingresos

¿Cómo podés aumentar los ingresos? ¿Cuál es tu plan de monetización? Ejemplo: costo de adquisición de clientes y valor del tiempo de vida del cliente.

## ● Referencias

¿Cómo hacer que tus clientes recomiendan tu empresa? ¿Cuál es tu proceso sistemático para generar referencias constantemente? Ejemplo: probabilidad de que recomiendan tu producto o servicio, referencias y lo que se comparte en redes sociales.

## **Las 4 P del marketing**

# **Posicioná tu producto o servicio con las 4 P del marketing**

Las 4 P del marketing son el producto, el precio, el punto de venta y la promoción. Estos cuatro elementos ponen a disposición de los clientes un producto o servicio. El sistema fue creado por Neil Bordan en los años 50 para demostrar cómo las empresas usan las técnicas de publicidad y marketing para convertir a los compradores potenciales en clientes verdaderos.

## ● Producto

- Marca
- Características
- Packaging

El producto se refiere a los bienes o servicios que ofrecés a los clientes. ¿Qué necesidades satisface este producto? ¿Qué frustraciones cubre? ¿Qué lo hace tan atractivo para los clientes que creen que necesitan tenerlo?

## ● Precio

- Precio
- Descuentos
- Ofertas
- Términos de pago

El precio es lo que los clientes pagan por un producto o servicio y toma en cuenta el costo de producción. ¿Hay precios establecidos para este producto o servicio en el mercado? ¿De qué modo este precio se comparará con el de los competidores?



## ● Promoción

- Anuncios
- Relaciones públicas
- Redes sociales
- Email
- SEO
- Videos

La promoción se refiere a cómo darás a conocer tu producto o servicio a tus clientes objetivo. Inclú la publicidad, las relaciones públicas y las estrategias promocionales

## ● Punto de venta

- Locales
- Página web
- Online
- Marketplace

El punto de venta se refiere a cómo y dónde los clientes verán tu producto o servicio. ¿Será en un local físico o en una tienda online? ¿Cuáles serán los canales de distribución?

## Producto/ mercado



# Definí lo atractivo de tu producto con una pirámide de ajuste producto/mercado

El ajuste producto/mercado es la diferencia entre esforzarse por encontrar clientes y que ellos busquen tu producto servicio. Usá el marco en blanco de la página siguiente para llenarlo con tu propia pirámide de ajuste producto/mercado.





## 1. Identificar a tu cliente objetivo.

Usá la segmentación de mercado y créa perfiles de clientes ideales para visualizar a las personas a las que querés llegar. No es necesario ser preciso. Una hipótesis de alto nivel es suficiente para empezar pruebas y hacer modificaciones sobre la marcha.

## 2. Conocer las necesidades insatisfechas

¿Cuáles son las necesidades que tienen y que estar cumplidas adecuadamente?

## 3. Definir tu propuesta de valor.

¿Cómo vas a satisfacer las necesidades de tus clientes mejor que tus competidores? Entre todas las necesidades que podéss atender con tu producto, ¿en cuáles te vas a centrar?

## 4. Señalar las características del producto viable mínimo

Desarrollá solo lo necesario para crear un valor suficiente que les permita a tus clientes objetivos validar el rumbo de tu producto.

## 5. Hacer el prototipo de tu producto viable mínimo

Aplicá los principios de experiencia del usuario para recibir retroalimentación y dar vida a las características de tu producto a beneficio de tus clientes.

## 6. Ponerlo a prueba con tus clientes

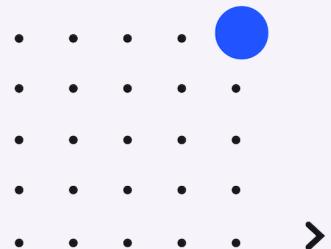
Poné a prueba tu producto con tu mercado objetivo de modo que la retroalimentación recibida te ayude a iterar tu producto en el rumbo correcto. Una encuesta para tu grupo de prueba es una buena forma de ver si el producto tiene los atributos buscados por tu cliente objetivo.



# Conocé las etapas del recorrido del cliente con un embudo de marketing

Un embudo de marketing traza las actividades de marketing de tu empresa en cada etapa del recorrido del cliente. Empezá por dar a conocer tu solución al público objetivo, seguí enviando a ese público a un proceso de evaluación y terminá con el público haciendo una compra. Usá el marco en blanco de la página siguiente para llenarlo con tu propio embudo de marketing.

## Embudo de marketing





### ● **TOFU (parte superior del embudo)**

Actividades que facilitan la conciencia  
Hacé que tu público objetivo sepa el problema que estás abordando y cómo lo estás resolviendo

- Publicaciones y anuncios en redes
- Marketing por mail
- Videos promocionales
- Boletines de prensa

### ● **MOFU (parte media del embudo)**

Actividades que facilitan la evaluación  
Convertí a los interesados en clientes

- Descuentos
- Ofertas exclusivas
- Evento
- Prueba gratuita

### ● **BOFU (parte inferior del embudo)**

Actividades que facilitan la conversión  
Guiá a los clientes a tomar una decisión de compra informada

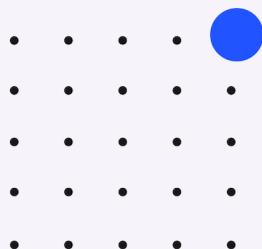
- Demostración
- Retroalimentación
- Historias de éxito
- Hojas comparativas

# **Declará la misión, la visión y los valores de tu empresa**

Definir con claridad la misión, la visión y los valores de tu empresa es una poderosa forma de alinear a tu equipo y cumplir tus objetivos. Usá el marco en blanco de la página siguiente para llenarlo con tu misión, visión y valores propios.



# Misión, visión y valores



## Misión



La misión es el motivo por el que tu empresa existe. Es el efecto visible y tangible que querés que tu empresa tenga en tus clientes y en el mundo.

## Visión

La visión es lo que tu empresa percibe como el éxito. Es lo que tu empresa aspira a convertirse en el futuro. Es cómo se va a ver el mundo cuando hayas cumplido tu misión.

## Valores

Son los principios rectores que van a influir en tus acciones para cumplir la misión y la visión de tu empresa.

# **Ilustrá la estrategia, las tácticas y la ejecución de tu empresa**

Para cumplir las metas de tu empresa, es fundamental tener una estrategia, una lista de tácticas y el conocimiento para ejecutarlas. Usá el marco en blanco de la página siguiente para llenarlo con tu propia estrategia, tácticas y ejecución

# Estrategia , tácticas y ejecución



## Estrategia



La estrategia se refiere a cómo tus métodos, tiempo y recursos se unen para cumplir la misión y la visión de tu empresa.

## Tácticas

Las tácticas son los métodos, recursos y técnicas específicos que vas necesitar para lograr tu estrategia.

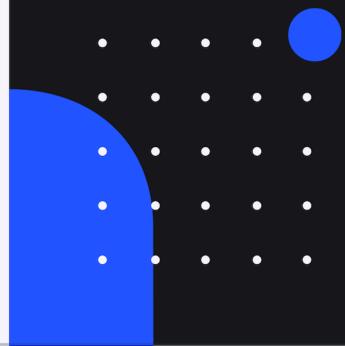
## Ejecución

La ejecución se refiere a cómo vas a emplear las tácticas elegidas. Contemplá los resultados medibles, como los plazos y los productos.

# **Conocer a fondo a los clientes usando representaciones de los clientes ideales**

**Representaciones de los clientes ideales**

El término inglés "buyer personas" se refiere a las representaciones semificticias de los clientes objetivo. Estos clientes ideales se basan en las investigaciones de mercado y los datos reales sobre las personas que son tu objetivo. Lo ideal es tener dos o tres representaciones de clientes ideales. Mientras más detallada sea la representación del cliente ideal, mejor. Usá el marco en blanco de la página siguiente para llenarlo con tus propias representaciones del cliente ideal.



- **Demografía**

(Género, edad, estado civil, empleador)

- **Necesidades**

- **Recorrido del comprador**

(Conciencia, consideración, compra, defensa)

- **Roles de compra**

(Encargados de la toma de decisiones, influencers)

- **Objeciones**

- **Canales**

(redes sociales, otras actividades digitales, actividades no digitales)

- **Metas y responsabilidades**

- **Frustraciones**

- **Fuentes de información**

(Contenido que influye en las decisiones de compra)



# Recursos gratuitos

Podés cambiar el color de estos íconos e ilustraciones gratuitos y usarlos en tu diseño de Canva.

