



BIENVENIDOS AL ÁREA EPT - SEMANA 19 (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)



Publicado por:





3.º, 4.º y 5.º grado: Educación para el Trabajo

SEMANA 19

Aplicamos el modelo de negocios Lean Canvas (Parte III)¹

DÍAS 4 Y 5

Actividad: Comprendemos las estrategias para la captación y retención de clientes en el bloque canales (día 4)

Actividad: Formulamos las hipótesis del bloque canales (día 5)

RECURSOS Y/O MATERIALES A USAR (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)



PRIMERO, ¿QUÉ NECESITAMOS?

- Tu portafolio
- Cuaderno u hojas de papel, si son de reúso, mejor!
- Un lápiz
- Un lapicero con tinta azul o negra
- Muchas ganas de hacer las actividades
- Involucrar a tu familia





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el bloque canales del lienzo Lean Canvas)

Iniciamos informandonos



Actividad

Comprendemos las estrategias para la captación
y retención de clientes en el bloque canales (día 4)

Nos informamos

(Puedes leer o escuchar la siguiente situación)

En esta actividad continuarás trabajando el bloque “canales” del lienzo de modelo de negocios Lean Canvas. Veremos lo concerniente a la captación y retención de clientes, tanto en el canal físico como en el canal web.

Por captación de clientes, entenderemos que es el uso de diversas estrategias para lograr que ellos se direccionen hacia tu canal físico o web. Mientras que, por retención o fidelización de clientes, entenderemos que se trata de lograr que continúen siempre siendo tus clientes, empleando estrategias diferentes, si se trata de un canal físico o de un canal web.

La captación de clientes, en el canal físico, tiene cuatro etapas: atención, interés, decisión y acción.

1. En la etapa **atención**, hay que brindar a las personas algún conocimiento sobre el producto o servicio, como, por ejemplo: “Pruebe la nueva *miel mantequilla*”, o “Ideal para jugos o repostería, *miel de abeja en polvo*”. Este tipo de conocimiento del producto hace pensar a los clientes sobre el producto o servicio, “llama la atención”.
2. En la etapa de **interés**, el mensaje brindado en la etapa atención es tomado en cuenta. Los clientes piensan al respecto, y podrían reflexionar: “creo que podría probar la *miel mantequilla*” o “creo que debo usar la miel en polvo para la preparación de mis jugos”.





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos las estrategias para la captación y retención de clientes en el bloque canales)

3. Después de la etapa de interés, se está a un paso de llegar a la etapa de **decisión**, donde la reflexión puede ser más contundente: “la próxima vez que compro miel, compraré *miel mantequilla*, para probar” o “desde la próxima semana voy a probar *miel de abeja en polvo*, en la preparación de mis jugos”.
4. De ahí, a la etapa de la **acción** de comprar, hay medio paso. Entonces, el cliente decide comprar, para eso visita la tienda, abre la página web o llama al celular de contacto con la intención de hacer el pedido o la compra.

Aunque esta descripción de las acciones de relación con los clientes puede parecer simple, en realidad implica una interacción compleja entre clientes, canal de ventas, propuesta de valor y *marketing*. Cuando esto se logra, se puede estar en camino hacia un modelo de negocio escalable y rentable.



¡ sigamos aprendiendo con la lectura ...!!

facebook

Algunos consejos sobre estrategias que se pueden emplear para captar clientes:

- Al comenzar tus primeros pasos en tu proyecto de emprendimiento, prueba con estrategias gratuitas, recuerda que recién estás empezando tu emprendimiento validando tus hipótesis o suposiciones, puede que estas resulten falsas, por lo tanto, no te apresures a gastar, ya tendrás oportunidad de hacerlo cuando tus hipótesis sean comprobadas como ciertas.
- Uno de los medios gratuitos actualmente es Facebook; sin embargo, el error más común de las personas es abrir un perfil personal para vender productos u ofrecer servicios. Los perfiles personales son creados para conectar con amigas y amigos. En cambio, las llamadas páginas de Facebook sirven para mostrar tu negocio.
- Si decides invertir en estrategias de captación de clientes, que sea una pequeña inversión. Podrías hacer folletos, volantes para distribuir en ferias o mercados, siempre pensando en cuál es tu público objetivo de acuerdo a tu proyecto de emprendimiento.

Publicado por:





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos las estrategias para la captación y retención de clientes en el bloque canales)

En el canal web, para la captación de clientes, sigue los siguientes pasos generales:

- **Adquisición:** el esfuerzo de captación debe poner el foco en atraer a tantos clientes como sea posible a la página web.
- **Activación de clientes:** el cliente muestra interés a través de una descarga o prueba gratuita, solicitando más información o una compra.

Recuerda siempre que cualquier estrategia de retención de clientes solo funciona si se cumple con todas las promesas que se hicieron durante la captación.

¡No te



olvides!

**¡ para retener a un cliente
cumple todas las promesas
que hiciste ...!!**





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos las estrategias para la captación y retención de clientes en el bloque canales)

A continuación, algunas **estrategias de fidelización o retención**:

Estrategias de fidelización en el canal físico	Ejemplos
<ul style="list-style-type: none">• Comunicarse con los clientes para ver si están satisfechos con el producto o el servicio que se les ha brindado.• Comunicarse con el cliente, haciéndole conocer que se cuenta con otros productos relacionados a su interés.• Enviarle comunicaciones periódicas con ofertas.	<ul style="list-style-type: none">• "Buen día, soy Noemí de PuryMiel SRL, le prometimos llamarla para saber cómo le iba con nuestro nuevo producto, la miel mantequilla, ¿todo bien?". "No olvide llamarnos en el caso que necesite hacer alguna consulta".• "Buen día, soy Noemí de PuryMiel SRL, le llamamos para hacerle conocer la nueva presentación de nuestro producto de la miel mantequilla, ahora viene en un envase de vidrio tipo mantequillera que le facilitará su uso. No olvide visitarnos para mostrarle esta nueva presentación".• "Buen día, soy Noemí de PuryMiel SRL, le llamamos para hacerle conocer la oferta que tenemos por el mes de agosto, llévese un kilo de miel con un descuento del 10%. No pierda la oferta, visítenos".



Publicado por:





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos las estrategias para la captación y retención de clientes en el bloque canales)

Estrategias de fidelización en el canal web

- Envío de comunicaciones de bienvenida, llamadas telefónicas agradeciendo su interés, consejos sencillos sobre cómo aprovechar mejor el producto.
- Premiación por la repetición de visitas y/o de compras.
- Concursos, seminarios web (*webinars*), eventos de interés relacionados al producto.



¡ comunicarse con los clientes periódicamente y hacerle conocer los nuevos productos es una estrategia física de fidelización ...!!

Claro
que sí.



ACTIVIDAD:

Luego de la lectura que realizaste:

- Elabora un mapa mental referido a la captación de clientes en el canal físico y otro mapa mental sobre la retención de clientes en el canal físico.
- Elabora un mapa mental referido a la captación de clientes en el canal web y otro mapa mental sobre la retención de clientes en el canal web.

Publicado por:





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos las estrategias para la captación y retención de clientes
en el bloque canales)

1

MAPA MENTAL - CAPTACIÓN CLIENTE - CANAL FÍSICO

2

MAPA MENTAL - RETENCIÓN CLIENTE - CANAL FÍSICO





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos las estrategias para la captación y retención de clientes en el bloque canales)

3

MAPA MENTAL - CAPTACIÓN CLIENTE - CANAL WEB

4

MAPA MENTAL - RETENCIÓN CLIENTE - CANAL WEB





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos las estrategias para la captación y retención de clientes en el bloque canales)



Escribe o graba en un audio la respuesta a la siguiente pregunta:

¿Para qué crees que te sirve lo que has aprendido? ¿Por qué?

5

Actividad

Formulamos las hipótesis del bloque canales (día 5)

Creamos

Es momento de redactar la hipótesis del bloque canales y seguir completando el lienzo del modelo de negocios Lean Canvas de tu proyecto de emprendimiento.

Una hipótesis no deja de ser una suposición sobre algo basándose en una información previa.

**¡ leamos detenidamente
la manera de crer la
hipótesis canales ...!!**



Publicado por:





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Formulamos las hipótesis del bloque canales)

¡algunos consejos que nos ayudaran ...!!

Algunos consejos para la formulación de tu hipótesis:



- Si una hipótesis está mal formulada, te puede llevar a hacer un mal experimento durante la validación.
- Debes tener claro lo que quieras aprender. Muchos emprendedores empiezan a experimentar y a probar, y eso está muy bien, pero no son conscientes de qué conocimiento desean obtener.
- Debes fijar claramente tus hipótesis, estas te servirán para saber si las estrategias (en este caso, en el bloque canales) que vas a plantear son correctas o no.

Para elaborar tus hipótesis en el canal físico te puedes apoyar en las siguientes preguntas:

- ¿Cuál creo que es la mejor forma de distribuir mis productos? ¿Cuál es la prueba más sencilla que se puede ejecutar para confirmar mi suposición?
- Con respecto a la captación de clientes: ¿Cuál creo que es la mejor forma de captar clientes, en un inicio, si estoy en un canal físico?
- Y con respecto a la retención: ¿Cuál creo que es la mejor forma de retener clientes, en mis inicios, si estoy pensando en un canal físico?

Para elaborar tus hipótesis en el canal web te puedes apoyar en las siguientes preguntas

- ¿Cuál creo que es la mejor forma de distribuir mis productos? ¿Cuál es la prueba más sencilla que se puede ejecutar para confirmar mi suposición?
- Con respecto a la captación de clientes: ¿Cuál creo que es la mejor forma de captar clientes, en un inicio, si estoy en un canal web?
- Y con respecto a la retención: ¿Cuál creo que es la mejor forma de retener clientes, en mis inicios, si estoy pensando en un canal web?





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Formulamos las hipótesis del bloque canales)

Actividad

Formulamos las hipótesis del bloque canales (día 5)

**¡ sigamos respondiendo
las interrogantes ...!!**



Para elaborar tus hipótesis en el canal físico te puedes apoyar en las siguientes preguntas:

- ¿Cuál creo que es la mejor forma de distribuir mis productos? ¿Cuál es la prueba más sencilla que se puede ejecutar para confirmar mi suposición?

6

- Con respecto a la captación de clientes: ¿Cuál creo que es la mejor forma de captar clientes, en un inicio, si estoy en un canal físico?

7





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Formulamos las hipótesis del bloque canales)

Actividad

Formulamos las hipótesis del bloque canales (día 5)

**¡ sigamos respondiendo
las interrogantes ...!!**



- Y con respecto a la retención: ¿Cuál creo que es la mejor forma de retener clientes, en mis inicios, si estoy pensando en un canal físico?

8

Para elaborar tus hipótesis en el canal web te puedes apoyar en las siguientes preguntas

- ¿Cuál creo que es la mejor forma de distribuir mis productos? ¿Cuál es la prueba más sencilla que se puede ejecutar para confirmar mi suposición?

9





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Formulamos las hipótesis del bloque canales)

Actividad

Formulamos las hipótesis del bloque canales (día 5)

**¡ sigamos respondiendo
las interrogantes ...!!**



- Con respecto a la captación de clientes: ¿Cuál creo que es la mejor forma de captar clientes, en un inicio, si estoy en un canal web?

10

- Y con respecto a la retención: ¿Cuál creo que es la mejor forma de retener clientes, en mis inicios, si estoy pensando en un canal web?

11





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Formulamos las hipótesis del bloque canales)

Actividad

Formulamos las hipótesis del bloque canales (día 5)

¡ finalmente redactamos la hipótesis canales ...!!



Una vez que tengas definidas las respuestas correspondientes, redacta de la forma más resumida posible tus hipótesis, en notas adhesivas (*post-it*) o cartulinas pequeñas, y pégalas en tu lienzo Lean Canvas.

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA	VENTAJA ESPECIAL	SEGMENTO DE CLIENTES
Problemas top 3 (Alternativas)	3 Características del producto/servicio MÉTRICAS CLAVES Actividades clave a medir	Una frase clara, simple, sencilla que explique qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema.	Qué te hace especial/diferente CANALES Vía de acceso a clientes	Segmento objetivo
ESTRUCTURA DE COSTES		FLUJO DE INGRESOS Cómo vamos a ganar dinero		
Gastos				

12

Publicado por:





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Formulamos las hipótesis del bloque canales)

Actividad

Formulamos las hipótesis del bloque canales (día 5)

¡Reflexionemos lo aprendido...!!



¡Excelente trabajo!, has comenzado a aplicar el lienzo del modelo de negocios Lean Canvas a tu proyecto de emprendimiento.

Reflexiona

Responde a la siguiente pregunta:

- ¿Crees que lo que has aprendido hoy te servirá para tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?

13

Publicado por:

