



BIENVENIDOS AL ÁREA EPT - SEMANA 25 (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)



Publicado por:





Secundaria



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

SEMANA 25

Aplicamos el modelo de negocios Lean Canvas* (Parte IX)

DÍAS 4 Y 5

Actividad: Comprendemos las métricas en el canal web (día 4)

Actividad: Formulamos las hipótesis del bloque métricas (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 las métricas en el canal web)

Iniciamos informandonos



Actividad

Comprendemos las métricas en el canal web (día 4)

iNos informamos!

(Puedes leer o escuchar la siguiente situación)

Estamos en el bloque métricas, la semana anterior trabajaste las hipótesis del modelo de negocio, referido a un canal físico, esta vez las trabajarás refiriéndote a un canal web.

El mercado en el comercio web está creciendo a un ritmo bastante veloz, las personas están cambiando su comportamiento de compra y están comprando más seguido por este medio.

Cada vez hay más posibilidades para tener tiendas en línea, existen varias plataformas que ofrecen esos servicios, como:

- **Shopify.** Es una plataforma que te permite vender donde quiera que estén tus clientes, ya sea en línea, en persona o en cualquier punto intermedio.
- **Yahoo Store.** Es una nueva plataforma orientada a proporcionar a las pequeñas empresas la oportunidad de contar con una tienda en línea.





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos las métricas en el canal web)

Para vender un producto físico a través de un canal web, como puede ser una tienda de ropa en línea, debemos establecer métricas en cada una de las fases en las que el cliente interactúa:

- **Fase 1.** Si logras que un visitante eventual se convierta en un cliente potencial interesado. Esto podría suceder si se mantiene activo, y por un tiempo considerable, mientras visita las secciones de tu página web. Sería importante saber cuántos visitantes realizan esta acción.
- **Fase 2.** Si logras que el cliente interesado se suscriba a tu lista de inscripciones para que reciba más información sobre el producto y temas relacionados. Aquí la clave es que cumplas con la promesa de los envíos, pueden ser noticias sobre tu producto, catálogos u otros.
- **Fase 3.** Si el visitante vuelve a tu sitio web e ingresa con su usuario de registro, será una muy buena señal de que tus productos le interesan.
- **Fase 4.** Si logras que el cliente interesado realice la compra y efectúe el pago por el producto, será una buena culminación.

A diferencia de un canal físico, donde tienes contacto directo con el cliente y puedes interactuar con empatía y buen trato, en el canal web no existe un contacto físico, y tienes que idear cómo transmitir un buen trato y empatía hacia el cliente manejando los medios que tengas a la mano. Por ejemplo, el teléfono es el aparato que hace más sencilla esta interacción, puedes llamar a tus clientes para agradecer su subscripción y ofrecerles ayuda para su compra, también puedes abrir una línea de WhatsApp o email para cualquier consulta o duda que tengan.



**i bien ... sigamos
realizamos la
lectura ... !**





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos las métricas en el canal web)

Es de suma importancia que, al igual que en el canal físico, controles tus emociones, esto se hace necesario sobre todo en los reclamos que se puedan hacer vía telefónica, ahí la clave es tu empatía, colocarte en el lugar de la persona que reclama, comprender su reclamo, tal vez en ese momento debes recordar la frase “el cliente siempre tiene la razón”, quizás no la tenga, pero aun así él tiene la razón. Es importante que desarrolles la autorregulación de tus emociones, saber controlar las emociones negativas y canalizarlas de la mejor manera, lo que permite afrontar situaciones como la mencionada o los fracasos, sin caer en la ira o la frustración.

Luego de la lectura realizada, elabora un mapa mental relacionado a las fases en que interactúa el visitante en tu página web o tienda virtual.

iMuy bien!

Anota o registra la actividad realizada, que luego colocarás en tu portafolio. Estos insumos te ayudarán para realizar la siguiente actividad y las que irás desarrollando en los siguientes encuentros.

Google Analytics

bien ... ahora
realizamos nuestra
actividad ... !

A cartoon illustration of a man in a suit holding a fishing rod and a large fish.





Secundaria

APRENDO
en casa

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos las métricas en el canal web)

01 – mapa mental



Publicado por:





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Formulamos las hipótesis del bloque métricas)

Actividad

Formulamos las hipótesis del bloque métricas (día 5)

¡ lee detenidamente para que comprendas ...!!

¡Creamos!

Felicitaciones! Estamos en el octavo bloque del lienzo Lean Canvas, estableciendo sus hipótesis. Ahora, determinaremos las métricas del bloque para negocios relacionados con canales web.

Existen fases o momentos en que el visitante interactúa con la tienda en línea, ocasión para establecer las métricas necesarias y, luego, de acuerdo con los resultados, tomar una decisión para mejorar.

- **Fase 1.** La métrica podría ser cuántos visitantes entran a tu tienda en línea y revisan sus secciones. Esta es la primera relación del visitante con tu página web, aquí es clave una presentación y diseño atractivos y de fácil manejo para el usuario. Si la métrica te indica que el posible cliente cierra tu página al poco tiempo de visitarla, habría que revisarla, quizás deberías brindar más información sobre el producto.
- **Fase 2.** La métrica podría ser medir los visitantes que se suscriben a la página web de tu tienda en línea.
- **Fase 3.** La métrica podría ser contabilizar las veces que el suscrito regresa a tu tienda en línea.
- **Fase 4.** La métrica sería el número de personas que adquieren tu producto, y de la mano, una métrica extra sería cuántas veces vuelven a comprar. Estos datos te pueden servir para lograr que los clientes siempre te compren, lo que se le llama fidelizar al cliente.





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Formulamos las hipótesis del bloque métricas)

Reto - hipótesis de métricas

En el caso de tiendas en línea, como la que estamos viendo, lo ideal es incorporar las métricas en cada fase y, de acuerdo con los resultados, mejorar o reorientar tu negocio.

Luego de la lectura, tu reto será establecer las hipótesis del bloque métricas, sin embargo, ten en cuenta lo siguiente: todo depende de tu proyecto. Si usas un canal físico, las métricas serán las que trabajaste la semana pasada. Y solo en el caso desarrolles un proyecto por el canal web, debes establecer las hipótesis para un canal web.

LIENZO LEAN CANVAS



02





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Formulamos las hipótesis del bloque metricas)

Reflexiona

¿Crees que lo aprendido hoy te será útil para la implementación de tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?

03



**buen trabajo
ya casi terminamos
sigue así ...!**





Secundaria



ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Formulamos las hipótesis del bloque metricas)

¡Recuerda las ideas clave que aprendiste en esta guía!

Existen diferentes fases que suceden cuando las personas interactúan con tu página web o tienda en línea, cada una de estas fases se puede medir, y el resultado de estas mediciones debe dar pie a acciones o estrategias para mejorar el desempeño de tu emprendimiento.

- Puedes interactuar con tu cliente a través de los medios con los que dispongas, correo electrónico, WhatsApp u otro.
- El control de las emociones es necesario sobre todo al momento de tratar con clientes que reclaman vía telefónica; la clave es la empatía, colocarte en el lugar de la persona que reclama, y comprender su reclamo.

¡Recuerda!

Sé creativa/o y organiza lo elaborado utilizando el material que tengas a tu alcance. Asimismo, comparte tu producción final con tu familia. ¡No te olvides de guardar tu producción en el portafolio!

¡Tú eres valiosa/o!

**El distanciamiento social reduce la velocidad de contagio del COVID-19.
No lo olvides.**

