

El marketing de tu negocio

Ahora ya tienes la visión de tu negocio, estás avanzando en tu formación como *coach* y vas acumulando un montón de experiencia; también te sientes mucho más capaz de dirigir tu propia empresa y tienes una idea bastante clara del tiempo y el dinero que quieres invertir en el negocio. ¡Enhorabuena! ¡Estás sentando unas bases sólidas para que tu negocio prospere!

Muchas personas, cuando se inician en el *coaching*, creen que tener un plan de marketing es lo primero en lo que tienen que trabajar, pero como comprobarás en este documento, es importante que crees los cimientos de tu actividad antes de centrarte en el marketing.

El concepto de “marketing” es muy amplio y admite múltiples definiciones. Hay cientos (probablemente miles) de libros sobre marketing y cada uno de ellos da su propia versión de lo que significa y de cómo hacer marketing. Es importante saber que no hay un “buen” marketing o un “mal” marketing, sino maneras “más eficaces” y “menos eficaces” de hacerlo. Además, lo que puede ser “más eficaz” para una persona puede no serlo para otra— en marketing no hay “una regla de oro”. El marketing con más garantías de éxito es el que de verdad se ajusta a quién eres y cómo eres como persona única en el mundo. Así que, si tienes un Saboteador que te dice que tienes que mostrar extroversión para hacer buen marketing, o tienes que establecer un tipo determinado de red de contactos, puedes tener la seguridad de que tu Saboteador no tiene razón. Un marketing eficaz es aquel que se deriva de mostrar tu autenticidad y tu potencia como persona.

Hay dos aspectos fundamentales del marketing que son importantes durante el primer año: tu capacidad de atraer clientes y tus actividades de marketing.