

COMUNICACIÓN

Para Emprendedores

Como armar tu plan para
salir a contar TU HISTORIA

Suara

PROBLEMÁTICA

- Tenés que **PRESENTAR** un nuevo producto o servicio.
- Querés convertirte en **REFERENTE** en tu segmento de mercado.
- Hacés comunicación pero no tenés el **EFECTO** deseado.
- No tenés idea de qué **OPINA** la gente de tu producto/servicio.

NECESITÁS COMUNICARTE



¿POR QUÉ COMUNICAR?

- Para **TRANSMITIR** tu propuesta de valor y diferenciarte.
- Para **PERSONALIZAR** y **ENFOCAR** tus mensajes según el público.
- Transformarte en **REFERENTE** en el mercado.
- Ser **RECONOCIDO** por una mayor cantidad de personas.
- Fomentar las **RELACIONES** con tus seguidores.
- Obtener un **FEEDBACK** de tus productos/servicios para **MEJORAR**.
- **DESTACARTE.**



PREMISAS

TODO COMUNICA

Cada acción emite un mensaje
y es un elemento de información para el público.

GENERA EXPECTATIVAS

Tu comunicación describe y promete
y lo que hagas repercutirá
en el grado de satisfacción de tus clientes.

DEBE ESTAR INTEGRADA

Cada paso del proceso debe respetar la
estrategia de comunicación para generar un
efecto sinérgico y mucho más potente.

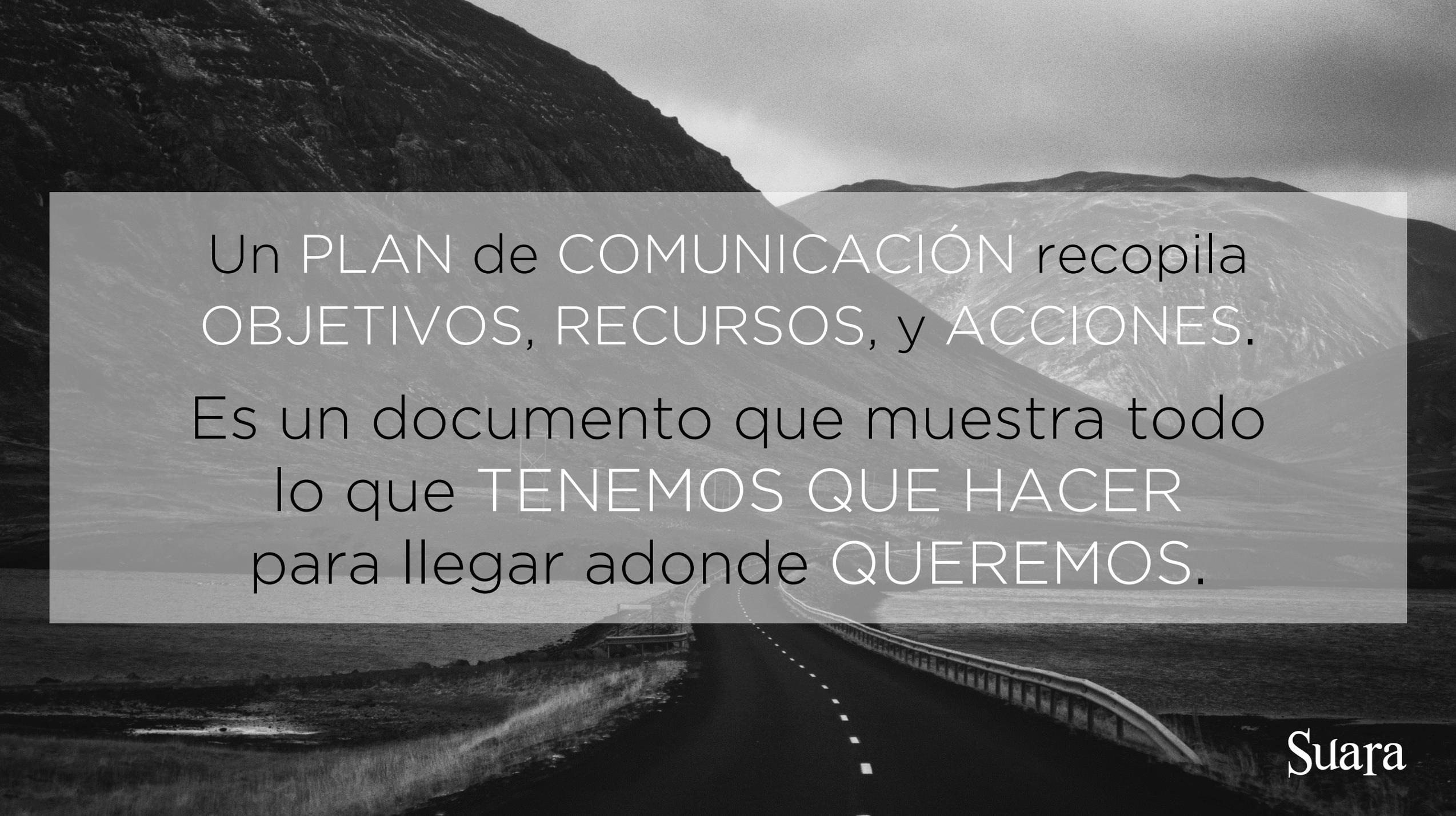
PREPARACIÓN

Saber quién soy **Análisis FODA**

Estudiar las características de tu emprendimiento (**FORTALEZAS Y DEBILIDADES**) y las condiciones del contexto (**OPORTUNIDADES Y AMENAZAS**).
La comunicación debe potenciar aspectos positivos y minimizar los negativos.

Entender el juego **Análisis del mercado**

Identificar a nuestra competencia para saber qué y cómo están comunicando.
Detectar **OPORTUNIDADES** de **DIFERENCIACIÓN** y espacios sin saturar para definir el **PUNTO** de **PARTIDA**.



Un PLAN de COMUNICACIÓN recopila
OBJETIVOS, RECURSOS, y ACCIONES.

Es un documento que muestra todo
lo que TENEMOS QUE HACER
para llegar adonde QUEREMOS.

¿POR DÓNDE EMPIEZO?

Las 6 W's

Suara

#1 WHY - ¿Por qué?

OBJETIVOS

Para poder **empezar** debemos saber **dónde** queremos ir.

Deben seguir la regla **S.M.A.R.T.**

ESPECÍFICOS, MEDIBLES, ACORDADOS, REALISTAS y con límite de **TIEMPO**.



Sumar 50 fans en 1 semana.



Ser el más conocido de Argentina; vender más.

#2 WHO - ¿A quién?

MAPA DE PÚBLICOS

Definir todos los PERFILES con los que tenés que comunicarte. La **EMPATÍA** es fundamental para entender los **hábitos** de **consumo** de **información** para saber cómo y dónde llamar su atención.

#3 WHERE - ¿Dónde? CANALES

I
(talk)

Monólogo.
Difundimos
mensajes.

**TV, Cine, Radio,
Diarios.**

WE
(think)

Diálogo.
Co-creación.

**Punto de venta,
marketing,
eventos.**

THEY
(trust)

Conversación
entre
consumidores.

**Blogs, Foros,
Redes Sociales.**

#4 WHAT - ¿Qué?

MENSAJES CLAVE

Descubrí **qué te diferencia** de tu competencia y **comunícalo**.

¿Qué deben saber y cómo podés transmitirlo?

Debe ser algo **concreto** y **relevante**.

#hashtag

“una frase interesante”

IMAGEN



#5 WHEN - ¿Cuándo?

PERIODICIDAD y FRECUENCIA

Saber en qué **momento** mi **público** participa **activamente** en los canales de información garantizará que mis mensajes no se pierdan entre los demás.!

#6 HOW - ¿Cómo?

ESTRATEGIA 360°

Llevar el mundo **virtual** al mundo **real** y viceversa.

RRPP: eventos, gacetillas, relación stakeholders.

MKT OFF: Flyers, catálogos, inserts, etc.

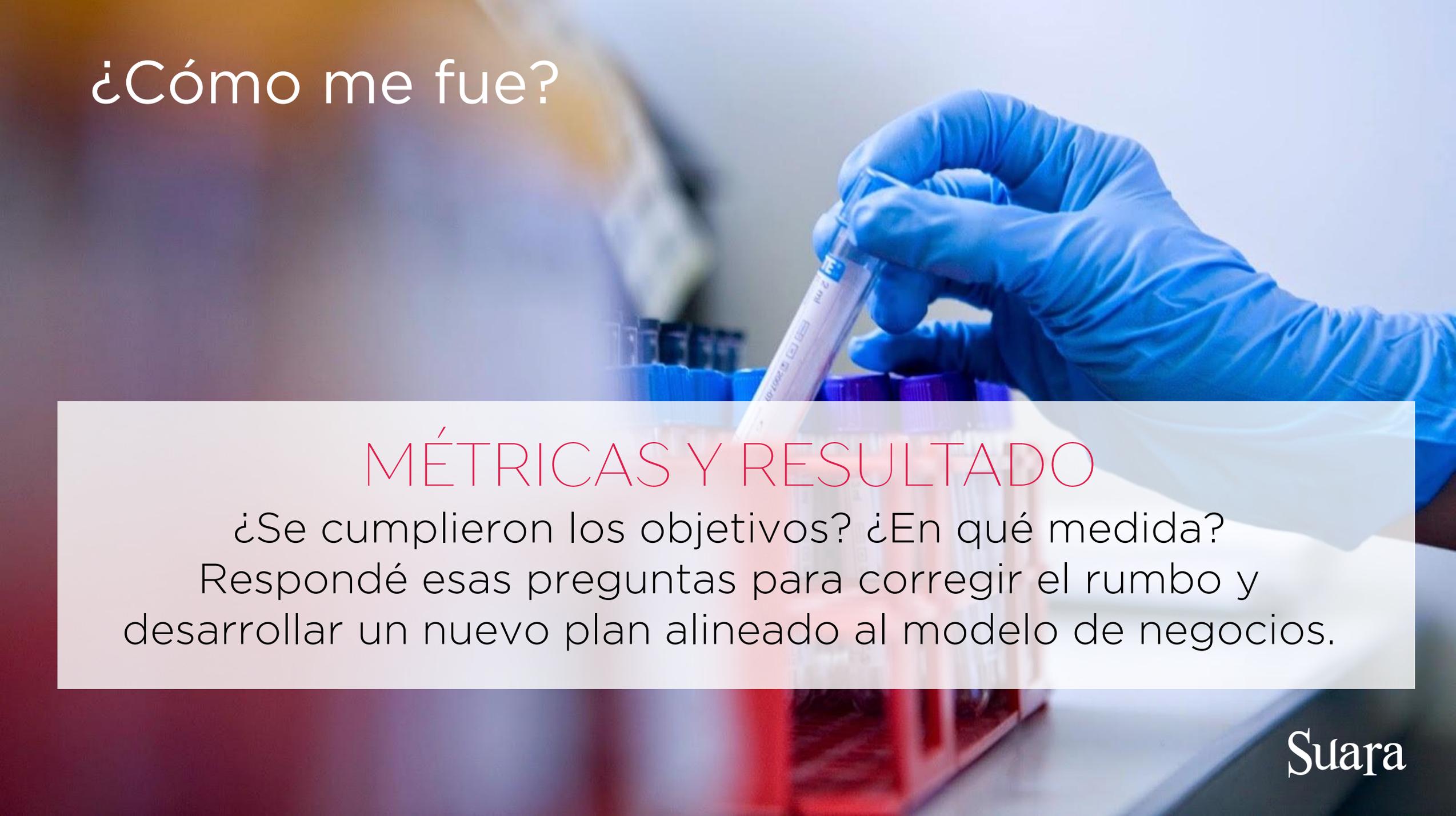
MKT ON: Contenidos en redes, anuncios, Adwords.¶

HOW(much) - ¿Cuánto?

PRESUPUESTO

Necesitás 2 componentes básicos:
IMAGINACIÓN e **INVERSIÓN**.

Aunque existen acciones a un costo “casi” cero, hay que **cuantificar** el **tiempo** que requieren.



¿Cómo me fue?

MÉTRICAS Y RESULTADO

¿Se cumplieron los objetivos? ¿En qué medida?
Respondé esas preguntas para corregir el rumbo y desarrollar un nuevo plan alineado al modelo de negocios.

TIP #1 confiá

Si tu **idea** es **persuadir** a otros,
primero debes **creer** en lo que **hacés**.

TIP #2 pensá en digital

La comunicación online es **barata** y **masiva**, y eso la vuelve **clave** para todo plan inicial.

TIP #3 se constante y paciente

La comunicación da sus frutos con el tiempo.
Evitá asociarte con marcas grandes
que puedan opacar tu visibilidad.

TIP #5 se claro y directo

No quieras transmitir **todo** al **principio**.
Concentrate en el valor agregado de tu
emprendimiento.

TIP #6 siempre tené un PLAN B

Tu plan **puede fallar**.
Pensá acciones **alternativas** para aquellos
imprevistos que puedan ocurrir.

TIP #7 corregí

Conviví con el **ensayo y error**.
No le temas a los “fracasos” tomalos como
aprendizaje para el **crecimiento** de tu
emprendimiento.

Gracias!

 florencia@suara.com.ar

 @Suaracom

 /SuaraComunicacion