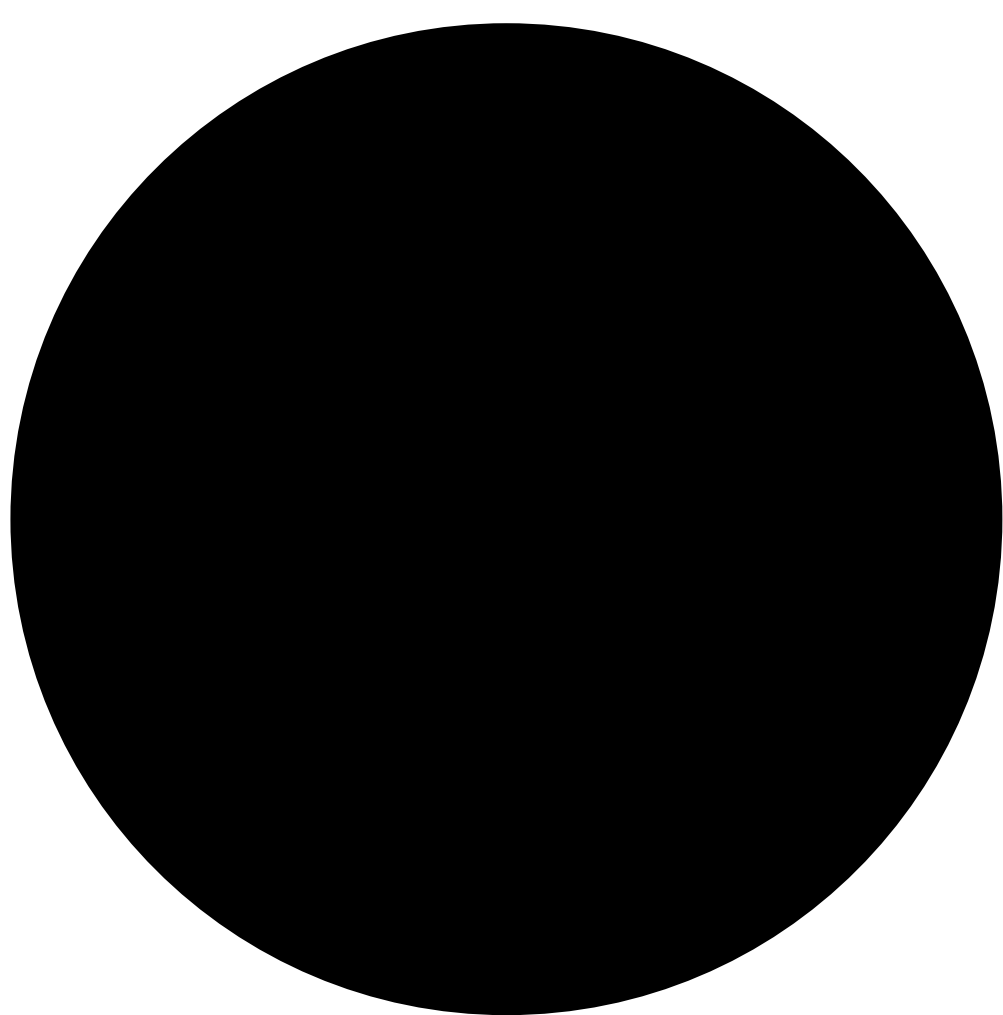


Mi mamá me enseñó a saludar...así que primero lo primero:

¡Hola!



Mi nombre es Marco Arzabe. Soy Director Creativo y vivo del valor de mis ideas desde mis 23 años, momento en el que decidí emprender con mi propio estudio de branding y social media: Plastilinna.

Ahora, luego de cuatro años, vengo a ofrecerte conocimientos que pueden ser útiles para tu emprendimiento en tiempos de cuarentena y COVID-19.

Estoy seguro que tenemos mucho en común. Yo también estoy atravesando esta incertidumbre y probablemente estamos en situaciones económicas y emocionales muy parecidas. Los emprendedores vivimos esto desde una perspectiva distinta y aquí llego a decirte que **te entiendo** y que puedo darte ideas para que puedas tomar **ACCIONES**.

De esta incertidumbre vamos a salir siendo **CREATIVOS**.

¿Ok?

¡Ok!

Empecemos :)

iLa típica!

ERRORES COMUNES DE LOS EMPRENDEDORES
QUE NO PODÉS DARTE EL LUJO DE COMETER
EN TIEMPOS DE COVID-19

Hablemos de los DOS ERRORES MÁS COMUNES de los emprendedores.

El primero lo voy a decir súper claro:

NO LE IMPORTÁS
A TODO EL MUNDO

Auuuch...la verdad duele.

No podría contarte todas las veces en que un cliente nos ha dicho que su público objetivo es de "15 a 65 años" o que "son un ambiente familiar por lo tanto apelan a todas las edades".

Error, error...**¡ERROR!**

Sé que nos encantaría que todas las personas se sintieran atraídas por nuestros productos o servicios, pero es imposible. Cada persona es un mundo diferente.

La generación en la que crecimos, el contexto social, nuestras amistades, nuestros hobbies y un sinfín de factores **CONDICIONAN LAS MARCAS QUE CONSUMIMOS.**

Las marcas que elegimos **SON AQUELLAS QUE NOS PERMITEN DESARROLLAR NUESTRA PROPIA PERSONALIDAD.**

Si tu marca no tiene un **NICHO**, está flotando en el espacio gritando:

HOLAAAAA ALGUIEN ME ESCUCHAAAAA??

La respuesta es NO. Nadie te escucha.

Tenés que dirigir tu comunicación a un grupo **MUY ESPECÍFICO.** Solo así vas a poder tener éxito en un mundo sobresaturado de información y opciones de consumo.

¿Por qué AHORA es más importante que nunca tener un nicho?

Mirá...a mí también me encantaría tener el presupuesto de una multinacional para anunciar, pero la realidad es que no lo tengo y vos tampoco.

Durante la cuarentena y durante muchos meses más, el presupuesto de inversión en publicidad será MUY REDUCIDO.

Todo el dinero que ingrese a los negocios estará destinado a cubrir facturas, alquileres, impuestos, sueldos, créditos...y todas esas responsabilidades que se apilan.

Vas a tener muy poco dinero para publicidad, pero que eso no te preocupe.

SÍ vas a poder destacar con un presupuesto reducido en redes sociales.

¿CÓMO?

Encontrando TU NICHOS de mercado.

Memorizate lo siguiente:

NO TENÉS QUE GUSTARLE A TODO EL MUNDO, solo a LAS PERSONAS CORRECTAS. No todo el mundo es tu cliente potencial.

Un nicho es un grupo de personas que comparten intereses, compartimientos, necesidades y aspectos sociodemográficos.

Definirlo no es fácil. Te aconsejo ser honesto con tu marca. No tratés de ser lo que no sos, no tratés de gustarle a gente que nunca se interesaría en tu producto o servicio.

Ser uno mismo es una acción que requiere coraje en las personas...y en una marca también.

Una vez hayas identificado tu nicho de mercado, tu presupuesto estará **OPTIMIZADO**. Dejarás de gritar HOLAAA al vacío y comenzarás a tener CONVERSACIONES con personas que comparten tus mismos intereses.

Otro error muy común en los emprendedores es este:

LA MARCA.

La marca es cada punto de contacto que los clientes tienen con tu negocio. Es una combinación de atributos tangibles e intangibles. Es el resultado de experiencias que en su conjunto motivan la decisión de escoger un producto o servicio sobre otro. Gracias a la MARCA gastamos dinero.

Muchos de tus problemas pueden ser problemas de identidad.

¿Estás proyectando la imagen adecuada? ¿Estás siendo fiel a vos mismo? ¿Entendés que gestionar marca es cuestión de HONESTIDAD y que no es una fachada? ¿Es tu marca UNA FORMA DE SER? ¿Puede tu público objetivo sentirse identificado con tu contenido en redes sociales?

Hacete todos estos cuestionamientos e identificá si tenés un problema de identidad. No te preocupés si no la tenés definida. Podés comenzar a desarrollarla AHORA.

Tener claro el territorio de tu marca es esencial porque en tiempos difíciles como el que vivimos...

**NO HAY ESPACIO PARA
MARCAS ABURRIDAS**

¿Sos una marca que no toma riesgos? ¿Sos líder o estás a la espera de lo que hace tu competencia? ¿Sos de esas marcas que solo hablan de sí mismas?

Te hago una pregunta: ¿Qué opinás de una persona egocéntrica?

Seguro no opinas NADA positivo. Que tu marca no sea narcisa. Hoy más que nunca es necesario ser empáticos en nuestra comunicación.

No me malinterpretés cuando digo que tu marca no debe ser aburrida. No me refiero a que comiences a compartir memes, hacer sketches cómicos o Tik Tok challenges. Nop.

Quiero que entendás la importancia de **SOBRESALIR**.

En estos tiempos eso será MUY IMPORTANTE y quizás...más difícil que nunca.

Las personas estarán en "modo ahorro" (Vos también...¿o no?)

Tenés que ser la marca que VALE LA PENA. Y todo esto se consigue con la gestión correcta de tu marca y redes sociales.

Para sobresalir hay que ser DIFERENTE. Es hora de llevar la delantera.

Rompete la cabeza, pensá una idea innovadora, gestionala y así todo el tiempo. La clave es la constancia. No te quedés cómodo. Ahora sí que no podés ser cómodo. Es hora de ser una marca EXTRAORDINARIA.

Consejos y acciones

PARA TU EMPRENDIMIENTO DURANTE
Y DESPUÉS DE LA CUARENTENA

NADIE TIENE TIEMPO NI DINERO QUE PERDER

Por eso tenés que adaptar lo que tu negocio ofrece a la situación que estamos viviendo.

Por favor no esperés a que termine la cuarentena para pensar en acciones que puede tomar tu negocio. Aprovechá tu tiempo para pensar en todos los posibles escenarios y cómo tu emprendimiento puede sobrellevarlos.

Recordá que en tiempos de COVID-19 el público comprará los productos de las marcas en las que confíen.

Ahora sobre todo las personas buscan SEGURIDAD...¿Has pensado cómo tu marca puede ofrecer eso?

EL MUNDO YA NO ES EL MISMO

Sé que puede sonar dramático y mi intención no es alarmarte...suficiente de eso ya tenemos con la desinformación por WhatsApp.

Pero sí quiero recordarte que, durante un buen tiempo, nuestro mundo no se experimentará de la misma manera ¿Creés que una vez levantada la cuarentena absolutamente todo volverá a la normalidad? ¡Por supuesto que no!

Nuestros hábitos sociales cambiarán por completo. Esto es algo que **TENÉS QUE IR CONTEMPLANDO** para tu negocio.

Todos evitaremos los lugares concurridos y seremos **MUY** exigentes con la higiene y desinfección.

Ahora es cuando tenés que consolidar tu web de e-commerce y tus propios canales de delivery.

Para vender en un mundo afectado por COVID-19 necesitás llegar a tu cliente de la forma más sencilla. Tu cliente va a **EVITAR** llegar a vos...¡TENELO POR SEGURO!

LA VIDA YA SE ESTÁ COMPLICANDO DEMASIADO, PENSÁ EN CÓMO SE LA PODÉS FACILITAR A TU PÚBLICO.

Probablemente creas que no hay forma alguna en que puedas llegar a tu cliente si lo que ofreces es un **SERVICIO**.

Te doy ejemplos de cómo tu negocio puede implementar soluciones para MANTENERSE DE PIE.

Si sos un asesor inmobiliario:

Después de la cuarentena, **es muy probable que no realices visitas** a departamentos o terrenos con tu cliente. Andá pensando en cómo hacer visitas guiadas en línea: tour 360, fotos panorámicas, visitas guiadas por videollamada, aplicaciones de realidad aumentada. Dale toda la experiencia de la visita a tu cliente **sin necesidad de que salga de casa** (¡Sí! Inclusive después de la cuarentena. Te lo agradecerán)

También podés dar asesoramiento inmobiliario personalizado VÍA WHATSAPP o ZOOM.

Para que tus anuncios sean efectivos te aconsejo crearlos en facebook e instagram pensando en NICHOS.

Por ejemplo:

5 opciones de alquiler para personas que quieren espacio para una huerta, 5 opciones de alquiler para personas con mascota, 5 opciones de oficinas en puntos estratégicos para buffete de abogados, 5 opciones de alquiler para recién casados, 5 opciones de viviendas para matrimonios con 3 hijos.

Hablarle directamente a estas personas puede ayudarte a **OPTIMIZAR EL PRESUPUESTO LIMITADO** que vas a tener para anunciar (Por eso al inicio hice tanto hinchapié en este punto)

Recordá que este es un tiempo de incertidumbre y que las personas NECESITAN DE VOS. Quienes tienen un inmueble por vender o alquilar **QUIEREN SEGURIDAD**. Tu estrategia de contenido en redes sociales debe tener un tono empático, tenés que generar confianza. Es el momento de posicionarte como un **EXPERTO**.

Importante: que tu contenido no trate únicamente de tus inmuebles. Es momento de dar información de valor a tus seguidores.

Si tenes un servicio de wellness:

Probablemente este sea uno de los sectores más afectados. Si tenés un gimnasio, un consultorio nutricional, dental o de belleza, etc...hay que ser CREATIVOS.

Lo más seguro es que las prácticas de distanciamiento te sigan afectando después de la cuarentena, pero eso no significa que no puedas generar ingresos. Tenemos que pensar en DIVERSIFICACIÓN.

Esto significa que tenés que pensar en nuevos sectores del mercado y **desarrollo de PRODUCTOS**.

Por ejemplo:

-Si sos un **nutricionista** que atiende únicamente consultas, podés ingresar al mercado de CATERING A DOMICILIO y si sos un nutricionista anti-catering, podés promocionar los hábitos alimenticios haciendo llegar a tus clientes un plan semanal junto a todos los ingredientes para que ellos mismos COCINEN EN CASA. Estarías facilitando la vida de tu cliente sin traicionar todo en lo que crees. También podés habilitar las consultas online, sesiones de asesoramiento nutricional vía ZOOM. Recordá que en momentos de mucho estrés, las personas tienden a adaptar pésimos hábitos de alimentación, entonces...muchos necesitan de tu servicio. Tenés que encontrar la forma de adaptar tu negocio a este nuevo contexto social ¡Preparate!

-Si tenés un **gimnasio**: Probablemente tu espacio sea uno de los más evitados. Sería totalmente normal que las personas le huyan a estos lugares porque tienden a estar muy llenos. **Es momento de pensar otros canales de ingresos**: venta de productos relacionados a wellness, packs de gimnasio en casa (que incluye proteínas, guía nutricional y asesoramiento online personalizado). También podés pensar en formas en hacer sentir seguro a tu cliente de visitarte. Incorporá cabinas de desinfección y maximizá la limpieza (debe ser continua y la desinfección debe ser obsesiva). Considera habilitar el **gimnasio por HORA**. Es decir: en cada horario podés habilitar X cupos de asistencia. De esta forma aseguras al cliente que estás tomando decisiones considerando SU SALUD. Tomar una acción de este tipo puede ser muy positivo para tu marca. Además recordá que es mejor tener pocos y fieles clientes durante esta época...que ninguno.

-Si sos un **SPA o SALÓN DE BELLEZA** es momento de incursionar en la venta de productos. Habilitá canales de delivery y venta online. Será necesario. Son muchas las personas que necesitan mantener su tinte y que van a preferir hacerlo en su casa que exponerse a una posible infección. Después de la cuarentena el estado de pánico seguirá activo. Tenés que tomarlo en cuenta. Por otro lado te recomiendo habilitar tu **SALÓN DE BELLEZA POR HORA**. Dale seguridad a tu cliente adoptando prácticas en favor a su salud. El simple hecho de reducir el tráfico de personas en tu espacio, será muy positivo para tu marca y los clientes **LO APRECIARÁN**. Si atendés **ÚNICAMENTE POR HORA**, a puertas cerradas y a un número muy reducido de personas (todas siendo atendidas a una distancia considerable, por supuesto) vas a tener la agenda llena. La realidad es que en cuarentena todos decidieron ponerse creativos con sus peinados y necesitan de tus manos expertas para solucionar sus experimentos :P

Si tenes una tienda de ropa:

Insisto en que tenés que tener una web de e-commerce. Si no lo tenés, ahora sí que es **URGENTE**. Tu tienda virtual tendrá más concurrencia que la física. Dalo por hecho.

Podés habilitar las compras desde casa, pero con otro enfoque: El cliente elige todas las prendas que quiere probarse, se las hacés llegar por delivery, tiene un plazo de 48 horas para devolverlas (también las envía por encomienda) y te devuelve las que **NO** compró. Este servicio debe tener un costo, es decir, si el cliente no compra nada, igual le habrás cobrado por haber tenido la experiencia de **TIENDA EN CASA**.

No te olvides que hay **MUCHAS** personas que han celebrado su cumpleaños en cuarentena y una vez termine, buscarán la forma de reunirse con su grupo más cercano para celebrar. Este probablemente sea un nicho potencial para tu negocio: *Personas que no celebraron su cumpleaños por la cuarentena y que buscan un look especial para la celebración atrasada de su cumpleaños*
Optimiza tu presupuesto de anuncios hablándole directamente a estas personas.

También podés habilitar **GIFT CARDS**. Quienes tienen una persona especial que cumple años durante las medidas de aislamiento, necesitan poder expresar su cariño de alguna forma. Piensa cómo puedes crear gift cards virtuales y personalizadas con los nombres de cada cumpleañosero.

Si tienes un restaurante:

Es obvio que vas a depender del delivery y que tenés que perfeccionar la rapidez de tu entrega. En las redes digitales tenés que **MOSTRAR TU COCINA**. Haz que el cliente sepa de **DÓNDE** viene su comida y **CUÁLES** son todas las medidas que tu negocio está tomando para desinfectar su espacio continuamente. Necesitas educarte a vos mismo y a todo tu equipo acerca de asepsia.

Colocarte barbijo y guantes está bien, pero es lo mínimo que podrías hacer. No soy un experto en este tema, solo puedo decirte que la dinámica de tu cocina tiene que cambiar para favorecer la salud de tus clientes y que **ELLOS DEBEN ESTAR AL TANTO**.

Muchos restaurantes han optado por vender cupones de consumo y para muchos ha dado resultado; sin embargo, quiero animarte a que pensés fuera de la caja. Un nicho de mercado potencial son las personas que no están pudiendo celebrar su cumpleaños y que una vez levantada la cuarentena, querrán celebrar en un restaurante o armar una cena en casa con personas cercanas.

¿Podrías hacer un menú de celebración en casa? ¿Podrías ofrecer un catering para eventos con el menú de tu restaurante o con una nueva carta para estos cumpleaños atrasados? ¡Pensalo! Apelar a este nicho puede ser muy beneficioso!

Son muchos los que tienen un mejor amigo o familiar al que no han podido regalarle nada más que un mensaje de WhatsApp...¿Y si ofreces regalos virtuales de tu restaurante? ¿Qué tal una tarjeta virtual personalizada y que además es vale por cena en tu restaurante?

No trates solamente de **VENDER** en redes sociales. Recordá que las redes sociales existen para establecer diálogo y sentirnos conectados. Aporta valor a tu cliente con contenido creativo, informativo y empático. En redes sociales las personas te dan **TIEMPO** y **ATENCIÓN**...¿Estás creando contenido que valga su tiempo? Por favor no publiques por publicar. Todo contenido debe tener un propósito. Muchas personas nos preguntan '¿Cómo puedo aumentar mis seguidores?' - Hay mucha obsesión por ver crecer estos números. El secreto para aumentar seguidores es: crear contenido que valga la pena ver, ser constante y creativo. No es fácil y requiere de mucho esfuerzo...¡Pero podés lograrlo!

DIFERENCIA ENTRE OPORTUNIDAD Y OPORTUNISMO

OPORTUNIDAD: AIRBNB

OPORTUNISMO: PRODUCIR MÁSCARAS DE 'MODA'

