



Aumentar mis ventas.

En este capítulo aprenderás a escuchar a tus clientes, mejorar la experiencia y a realizar promociones y ofertas para que así aumenten tus ventas!



¡Bienvenido al Kit Emprendedor! Desde hoy podrás apoyarte en esta herramienta durante todo el proceso de emprender. Aquí podrás encontrar nuevos conocimientos y sugerencias para cada etapa en que estés.

Te encuentras en el momento **Negocio en Crecimiento** y en el capítulo **Aumentar mis ventas**, ya llevas un año vendiendo y quieres saber cómo ofrecer un mejor producto/servicio en tu negocio para que tus clientes te prefieran.



IDEA DE NEGOCIO



PROYECTOS DE NEGOCIO



NEGOCIO EN FUNCIONAMIENTO



NEGOCIO EN CRECIMIENTO



NEGOCIO EN CONSOLIDACIÓN

- Planificar mi negocio
- **Aumentar mis ventas**
- Obtener un financiamiento

Para esto, te daremos algunos consejos para aprovechar la escucha a tus clientes, mejorar la experiencia que ellos viven en tu negocio y cómo generar ofertas y promociones, que te permitan aumentar las ventas.

Escuchar a mis clientes.

Cada día surgen nuevos negocios y otros dejan de funcionar. Esto ocurre porque lo que quieren los clientes va cambiando con el tiempo. Por este motivo, es importante escuchar constantemente lo que quieren, no sólo cuando estabas diseñando tu idea de proyecto ya que permitirá que tu negocio crezca y se fortalezca. **Lo puedes hacer de forma presencial o virtual, aquí tienes 3 ideas para cada uno:**



Escuchar a tus clientes frente a frente (presencial).

Si tus clientes te preguntan por un producto/servicio que no ofreces, **regístralo en un cuaderno** y lleva la cuenta de cuántas veces te lo piden. Si te lo piden bastante podrías evaluar ofrecerlo y ver cómo te va.

Mantente abierto a escuchar reclamos y sugerencias por parte de tus clientes. Los reclamos resuélvelos con respeto y acepta de buena forma las sugerencias. Puedes tener un libro para esto en tu negocio.

Pregúntale a tus clientes si les gustó tu producto/servicio y/o entrégales una breve **encuesta de satisfacción** para saber su opinión.

Escuchar a tus clientes a la distancia (virtual).

Si tienes redes sociales, es importante que estén activas, es decir, posteando de forma regular y contestando. Si respondes a los comentarios de tus clientes estos te contarán lo que sienten.

Si no tienes redes sociales y te contactas vía página web o correo electrónico (email) con tus clientes, puedes enviarles un email para saber qué les pareció tu producto/servicio.

Si tienes redes sociales como Facebook o Instagram, puedes crear encuestas rápidas para preguntar a tus clientes sobre tu producto/servicio o bien, para conocer sus preferencias.

Ahora que tienes algunas ideas para acercarte a tus clientes para obtener sus opiniones, te contaremos cómo utilizar sus percepciones para mejorar la experiencia que viven con tu producto/servicio.

Mejorar la experiencia.

Que tu negocio ofrezca una atención de excelencia, hará que tus clientes no solo vuelvan, sino que le cuenten a su familia y amigos la gran experiencia que vivieron. De esta forma, mejorando el proceso que vive tu cliente al comprar tu producto o recibir tu servicio, llegarán nuevos e incrementarás tus ventas. A continuación te explicaremos cómo realizar el **Mapa de Experiencia del Cliente.**

Mapear la experiencia del cliente.

El mapa de experiencia es un cuadro que describe el proceso que vive el cliente en tu negocio y cómo se siente en cada etapa. Para completarlo es fundamental que durante todo el proceso te pongas en sus zapatos. Por ello, lo que debes hacer es lo siguiente:



1. Identifica a tu cliente: define las características de la persona que es tu cliente.



2. Define tu objetivo: Vas a pensar y analizar en la experiencia completa de tu cliente? (antes, durante y después de la compra) o sólo un momento?



3. Escribe el proceso que vive tu cliente: Haz una línea de tiempo con el paso a paso (en detalle) del proceso que vive tu cliente según el objetivo que decidiste analizar.



4. Identifica emociones: Escribe lo que podría sentir tu cliente en el momento que decidiste analizar.



5. Clasifica la experiencia: Pregúntate qué tan positiva o negativa es la experiencia que vive tu cliente en cada etapa y ubícala en el gráfico.



6. Idea mejoras: Piensa cómo podrías mejorar la o las etapas analizadas, sobre todo aquellas emociones negativas donde la experiencia podría no ser tan buena.

Observa el mapa de experiencia del cliente realizado por Emilia, dueña de una nueva panadería en el barrio.

Emilia se puso en los zapatos de Juan, el primer cliente que tuvo y analizando la experiencia de Juan obtuvo nuevas ideas para mejorar la experiencia que ofrece su negocio.

Emilia decidió analizar la experiencia de Juan **antes de la compra, durante la compra y después de la compra.**

[Ver Mapa de Experiencia de Juan >](#)

1. Mi cliente	Juan vive en el barrio hace 10 años con su familia, tiene 50 años, trabaja como zapatero hace 20 años y tiene su propia tienda, le gusta el fútbol y pasar tiempo con su familia y amigos.							
2. Etapa (objetivo).	Antes de la compra		Durante la compra				Después de la compra	
3. Lo que vive mi cliente	Ve el cartel	Entra al negocio	Ve qué pedir	Pide	Paga	Le entregan lo pedido	Prueba lo comprado	Recomienda el lugar
4. Lo que siente mi cliente	"Qué bueno! Hacia falta otra panadería!"	"Es muy limpio el lugar, espero que no sea muy caro"	"Hay mucha variedad, no sé que pedir"	"Quien atiende es muy amable"	"Qué bueno, no es caro y puedo pagar con tarjeta!"	"No me dieron bolsa, tendré que traer para la próxima"	"Es un buen pan! Me gustaria probar el de ajo a la próxima"	"Familia, les tengo un nuevo lugar para comprar el pan!"
5. La experiencia de mi cliente								
6. Mis oportunidades de mejora	Podría poner un cartel afuera con los precios		Podría poner información más clara y ordenada de los tipos de pan		Podría entregar un dulce de regalo a mis primeros clientes		Debería poner un cartel afuera para avisar a mis clientes que no damos bolsa.	



Mapa de experiencia.

Te invitamos a realizar el mapa de experiencia de tu negocio de acuerdo a la explicación anterior. Puedes apoyarte en el ejemplo presentado.

1. Mi cliente	Describe a tu cliente.
2. Etapa (objetivo).	Indica si analizarás precompra, compra y/o postcompra.
3. Lo que vive mi cliente	Escribe las acciones que vive tu cliente en el proceso.
4. Lo que siente mi cliente	Escribe lo que siente tu cliente en cada acción del proceso.
5. La experiencia de mi cliente	<p>Clasificalo de acuerdo a qué tan positiva o negativa es la experiencia.</p> <p>+ _____</p> <p>- _____</p>
6. Mis oportunidades de mejora	Determina qué mejorar en las etapas negativas y críticas.

Para tener más información sobre lo que perciben tus clientes el producto/servicio que ofreces, puedes realizar una encuesta de satisfacción.



Consejo: Encuesta de Satisfacción. Es un formulario en que preguntas a tus clientes su opinión sobre elementos esenciales que deseas que tenga tu producto/servicio o la experiencia de compra.

Te enseñaremos cómo hacer una encuesta breve y sencilla para saber qué opinan tus clientes en 3 simples pasos!

1. Define los elementos que quieres que tenga tu producto/servicio

Ejemplo: que sea útil, sencillo, entendible.

2. Plantea las preguntas que quieres resolver.

Ejemplo: ¿El producto que ofrezco es útil para mi cliente?

3. Escribe cómo formularás las preguntas y tipos de respuesta en la encuesta para tus clientes.

Ejemplo: ¿El producto le fue de utilidad para lo que buscaba? Responda esta pregunta con un número entre 1 y 5. Donde 1 indica que no fue de utilidad en absoluto y 5 indica que le fue de mucha utilidad.

** Esta encuesta no debe tener más de 10 preguntas breves, de lo contrario será difícil que tus clientes deseen contestarla.*

Ofertas y promociones.

¿Te has fijado que en el supermercado los clientes van en busca de algo específico y terminan llevando cosas que no pensaban comprar sólo porque estaban en oferta? El poder adquirir un producto a un bajo costo y más aún, algo gratis, es una gran tentación para ellos y por ende un buen enganche para aumentar las ventas.

A continuación te daremos algunas sugerencias para realizar promociones y descuentos en tu negocio que te permitan aumentar tus ventas.

- 1. Haz promoción con productos complementarios, es decir, que se utilizan juntos.** Por ejemplo, un pack de tallarines con salsa o un pack de corte de pelo con peinado. Con esta promoción lograrás que tu cliente compre algo que inicialmente no iba a comprar.
- 2. Haz descuento si te compran gran cantidad.** Por ejemplo, puedes ofrecer 3x2 o bien, hacer una rebaja a tu cliente si te compró una gran cantidad de algún producto. Con esta promoción lograrás que tu cliente compre más de lo que pensaba comprar. Ojo, antes de realizar el descuento verifica si lo que te pagarán es más de lo que te costó.
- 3. Haz promociones según la época del año.** Por ejemplo, si tienes un kiosko, en verano puedes ofrecer un pack de 2 jugos con 2 helados a un precio de oferta. Con esta promoción lograrás que tu cliente compre más de lo que pensaba comprar inicialmente.

Esperamos que te sean de utilidad estos consejos. Mantente con la atención puesta en lo que quieren tus clientes y podrás ofrecer las mejores promociones.

¿Y ahora cómo sigo?

En este capítulo aprendiste a escuchar las opiniones de tus clientes, mejorar la experiencia que estos viven en tu negocio y realizar ofertas y promociones. Has dado un gran paso para tu emprendimiento!

Queremos que sigas! **En el siguiente capítulo podrás identificar las herramientas para OBTENER UN FINANCIAMIENTO,** conocerás las alternativas de financiamiento públicas y privadas a las que puedes acceder para mejorar tu negocio!



IDEA DE NEGOCIO



PROYECTOS DE NEGOCIO



NEGOCIO EN FUNCIONAMIENTO



NEGOCIO EN CRECIMIENTO



NEGOCIO EN CONSOLIDACIÓN