



AUTO DIAGNÓSTICO

Pasar de Consumidores a Cliente\$

Para que usted obtenga el máximo beneficio con este libro, le sugerimos realizar el auto diagnóstico antes de comenzar su lectura

CRECER EN
CLIENTE\$

1

Elija un emprendimiento de su preferencia: Existente como ser una fábrica de productos, desarrolladora de servicios, comercio, o actividad profesional por cuenta propia. Puede ser suyo, un proyecto de un familiar o nuevo que usted quiera emprender por si mismo, cuanto más próximo a usted tanto mejor, pero también puede ser de terceros. **¿En que negocio estará? ¿Qué necesidades prevé satisfacer?**

2

En el sector en el que actúa o va a actuar, **¿hay consumidores? ¿Qué variables puede identificar para segmentar el mercado?**

3

¿Quiénes y cuantos son sus competidores? Dentro del Sector y fuera del sector.

4

¿Tiene **fortalezas** bien definidas? ¿Conoce sus propias debilidades? ¿Ha logrado identificar las **amenazas y oportunidades** externas que pueden impactar en su desempeño?

5

¿Cuáles son sus **ventajas competitivas y sus competencias** centrales?

6

Consecuentemente ¿Cómo será su **estrategia de diferenciación** competitiva?

7

¿Ha definido un **Binomio SePO** alineado con la estrategia general?

8

¿Tiene planificadas las posibles **estrategias de crecimiento** teniendo en cuenta su matriz producto mercado?

9

¿Qué definiciones ha tomado en **la política de su mezcla de marketing:** política de productos, precios, comunicación y canales de venta?

10

¿Cómo se comunica, para **convertir los consumidores en sus Cliente\$**? ¿Cómo utiliza las redes sociales para su estrategia de comunicación?

11 ¿Pretende fidelizar a sus **Clientes**, o sea que le compren repetitivamente/preferentemente?

12 ¿Que datos tiene en su **Base de Datos de Cliente**?

13 ¿Cómo **obtiene y actualiza** estos datos?

14 ¿Sus **clientes lo recomiendan** espontáneamente? ¿cuenta con un programa formal para promover y gestionar la recomendación de sus cliente\$?

15 Pensando en el desarrollo de su actividad, y en su matriz de ingresos y egresos:
¿Ha logrado calcular su Punto de equilibrio?

Al terminar de trabajar con los conceptos, ejemplos y casos desarrollados en este libro, le sugerimos volver a auto administrarse este cuestionario, y podrá determinar si está en condiciones de pasar de la etapa de supervivencia a la de prosperidad.

Seth Godin nos dice que dada la Polución/Congestión visual y sonora en las pantallas con tanta comunicación, si no se tiene en claro cuál será la Estrategia de Comunicación que se utilizará para sobreponerse a esta seria limitación para hacerse conocer y transmitir los beneficios diferenciales de la propuesta, “no se debería siquiera intentar avanzar con cualquier Proyecto...”

Pretendemos acompañarlo en este proceso para tener cada día mas y mejores Cliente\$.
¡Adelante!

Los Autores

CRECER EN
CLIENTE\$