



REVAB

Reuse and Valorisation of Agricultural Building
through training based on real experiences

MÓDULO 4

Planificar un proyecto para la reutilización y valorización de edificios:
Cómo promover un proyecto de reutilización / valorización



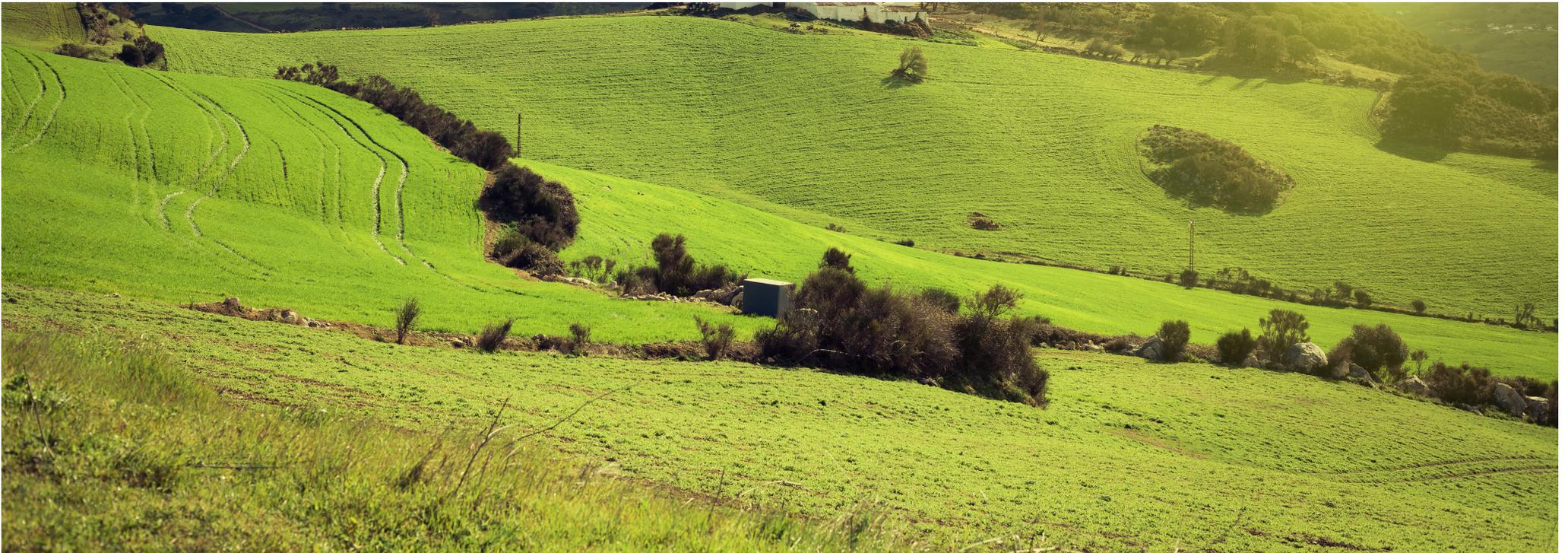
Apoyado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.
Proyecto nº 2015-1-BE01-KA202-013183

OBJETIVOS

A través de este módulo, los estudiantes deberían adquirir el conocimiento básico sobre cómo comunicar y promover el proyecto de la mejor manera posible. La comunicación es un factor clave en el éxito del empeño, especialmente en zonas rurales.

Este módulo aporta las herramientas y los principios básicos para planificar e implementar una estrategia de comunicación bien orientada.



ÍNDICE



1. Introducción
2. Objetivos
3. Selección de objetivos
4. Elección de los canales
5. Integración
6. Medición



1. Introducción



El principio de este módulo es presentar los pasos básicos acerca de cómo promocionar tu proyecto. Siempre se puede hacer más y mejor, independientemente del tamaño de tu empresa. Sin embargo, para empezar necesitarás prever las tres siguientes cosas:

Establecer tu marca

Planificar tu estrategia de comunicación

Desplegar esa comunicación y medir su efectividad

Ya habrás abordado un buen número de puntos incluidos en el plan de negocios del módulo anterior. Ahora es hora de revisarlos y asegurarte de tener una estrategia de marketing sólida para apoyar tu negocio y las herramientas apropiadas para llevarlo a cabo.



1. Introducción



CÓMO CONTAR TU HISTORIA

Desde el mismísimo comienzo, la promoción de tu proyecto debe ocupar en tu mente un lugar preeminente. Puedes tener el mejor proyecto, servicio o producto imaginable, pero si este no llega a su público potencial, ¡no sirve absolutamente de nada!

Cuando leas los Casos de Estudio, no olvides ir tomando notas ya que te irán viniendo numerosas ideas a la mente. Toma el tiempo que necesites para aprender cómo estos proyectos planificaron su promoción y sus actividades de comunicación y cómo están llevando a cabo todo ello actualmente.

¡Este es el mejor modo de aprender de las buenas prácticas al mismo tiempo que se aprende a evitar errores!



2. Objetivos



PLAN DE MARKETING DEL NEGOCIO

La presentación de la marca comercial, la mercadotecnia y la comunicación deben ser parte del plan de negocio desde el mismísimo inicio.

Por consiguiente, al redactar tu plan de negocio, asegúrate de incorporar un plan de marketing.

Ya habrás identificado a tu público objetivo durante la elaboración de tu plan de negocio. Este grupo representa el principal foco de atención en tu estrategia de comunicación.

Asimismo necesitas definir tus metas, basadas en los objetivos que aparecen en el plan de negocio. Lo ideal sería seleccionar un número de métodos de medición relevantes llamados Indicadores Claves del Rendimiento (KPIs en inglés).

Por ejemplo:

- Cuántas personas visitarán tu sitio web;
- Cuántos seguidores pretendes alcanzar en las redes sociales.

Esos métodos de medición garantizarán que vas por el buen camino para lograr tus objetivos y te permitirán ajustarlos según convenga.



2. Objetivos



ESTRATEGIA DE MARKETING



¿POR QUÉ TÚ?

¿Cómo te destacas de la competencia?



¿Quién es el mercado objetivo?



Presupuesto

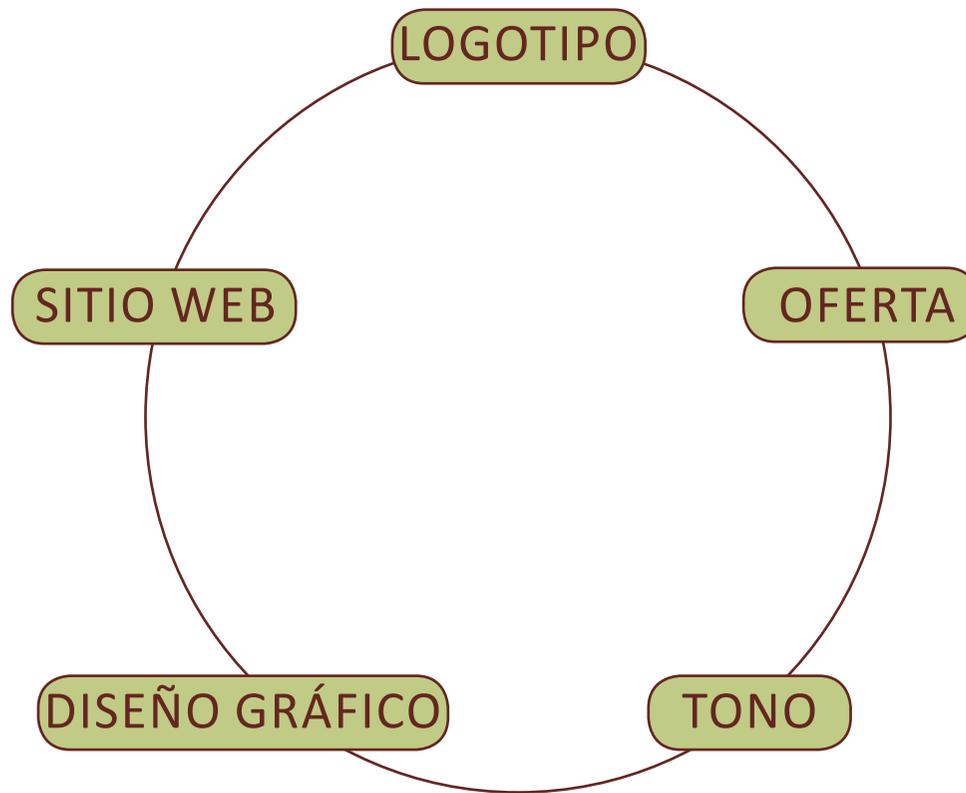




3. Selección de objetivos



IDENTIDAD VISUAL

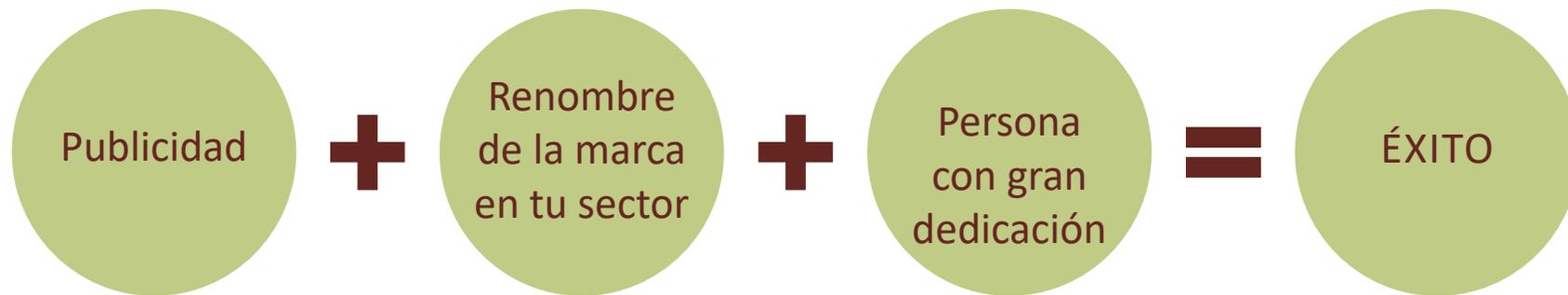




3. Selección de objetivos



PLANIFICACIÓN DEL MARKETING





3. Selección de objetivos



RESUMEN

1. Crea o actualiza un plan de marketing para tu negocio.
2. Vuelve a analizar o empieza tu estudio de mercado.
3. Organiza un grupo de enfoque.
4. Desarrolla una proposición única de venta (USP en inglés).
5. Afina tu público objetivo y tu nicho de mercado.
6. Expande tu producto y tu oferta de servicios.
7. Planifica tu presupuesto.



4. Elección de los canales





4. Elección de los canales



PÁGINA WEB

- Hoy en día existen un montón de herramientas gratuitas para crear y gestionar un sitio web, tales como Wordpress;
- Protege el nombre de tu página web;
- Pon especial atención en la optimización del motor de búsqueda: tu proyecto tiene que aparecer en lo más alto de la lista de resultados;
- Es importante que la web sea de fácil utilización para ti y los usuarios;
- Incluye hipervínculos (enlaces) a tus perfiles de redes sociales;
- No olvides añadir las informaciones de contacto;
- Los contenidos deberían presentarse por orden de importancia;
- Ten en cuenta la adaptación de la web a ordenadores, smartphones o tablets;
- Los títulos deberían ser cortos, con gancho y claros;
- Puedes añadir un mapa: el material visual es muy importante y de gran ayuda;
- Asegúrate de tener el copyright de todas las imágenes que vayas a usar;
- Haz vídeos. Es entretenido y resulta un buen modo de hacer una demostración de un producto y de explicarlo.



4. Elección de los canales



SITO WEB

- Echa un vistazo a tutoriales gratuitos en YouTube para aprender más sobre cómo optimizar tu comunicación en internet, etc.;
- Elige métodos de medida relevantes para tus Indicadores Clave de Rendimiento (como número de visitantes, tiempo de permanencia en el sitio web) e instala una herramienta gratuita, como Google Analytics, para medir el rendimiento de tu web;
- En el caso de que aparezca el “ERROR 404” (cuando la página no funciona), incluye el número de teléfono de una persona con la que contactar.

¡Prueba primero los nuevos hipervínculos con tus familiares y amigos a fin de detectar cualquier problema antes de activarlos!

Recuerda

¡Debes actualizar el sitio web con regularidad!
¡No temas pedir ayuda a un profesional!



4. Elección de los canales



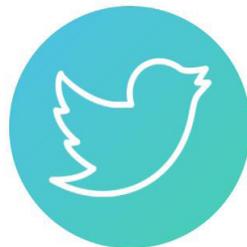
REDES SOCIALES

Hoy en día, las redes sociales son un aspecto crucial del marketing y te permiten llegar a un público potencial enorme con un coste mínimo, si lo comparamos con la publicidad tradicional.

Procura siempre evitar la rutina en tus estrategias en redes sociales, manteniendo no obstante una marca y un mensaje coherentes.

Intenta recibir una retroalimentación de los consumidores y presta atención a su comportamiento en la web. Focaliza tus acciones basándote en sus intereses.

Usar las redes sociales para promover tu proyecto implica una comunicación constante. Eso sí, asegúrate de que esa comunicación sea interesante y no demasiado aburrida o monótona.





4. Elección de los canales



REDES SOCIALES

En Facebook y Twitter, el contenido tiende a ser bastante voluble y cambiante, por lo que es importante publicar con regularidad. Otras plataformas como LinkedIn e Instagram no varían tan rápidamente de modo que no necesitas publicar en ellos tan a menudo. Sea cual sea la plataforma o plataformas que utilices, la constancia es la clave. Esta regularidad es igualmente importante si decides escribir un blog. No hay nada peor que un blog que no ha sido actualizado en 6 meses.

La calidad es también muy importante. Piensa en el contenido que compartes y asegúrate de que sea relevante para tu mercado objetivo.

También puedes darle a “like”, retuitear o compartir otras cuentas, dependiendo de qué plataforma uses. Esto significa que no tienes por qué estar creando contenido propio todo el rato, y aun así permaneces activo/a en redes sociales.

¡Debes actualizar las cuentas con regularidad!

¡No temas pedir ayuda a un profesional!

No olvides establecer los indicadores claves de rendimiento para cada uno de los canales



4. Elección de los canales



HERRAMIENTAS ADICIONALES DE MARKETING EN LINEA

Marketing por correo electrónico:

- Elabora tu lista de direcciones de correo electrónico;
- Realiza una campaña de envío de emails automáticos de forma periódica usando un programa como MailChimp o Campaign Monitor;
- Es una forma de promocionar ofertas especiales, cupones o bonificaciones;
- También es un modo de cuidar a los clientes que ya se tienen.

Marcadores sociales:

Marketing usando contenidos con alta probabilidad de ser compartidos por ser interesantes, p.ej. Reddit, Stumbleupon.





4. Elección de los canales



CONSTRUCCIÓN DE RELACIONES INTERPERSONALES

- Desarrolla tus contactos personales;
- Participa en conferencias;
- Preséntate a otros dueños de negocios locales y a las autoridades locales;
- Únete a cámaras de comercio locales u otras organizaciones;
- Participa en eventos, ferias comerciales (de negocios), etc



Por regla general, siempre es mejor dedicarse a acciones sostenibles, tanto desde el punto de vista financiero como en términos de otros recursos abarcables. Un número limitado de canales gestionados eficazmente es mejor que tener una presencia insignificante en todas partes. Recuerda que la regularidad y la fiabilidad de la comunicación es fundamental.



5. Integración

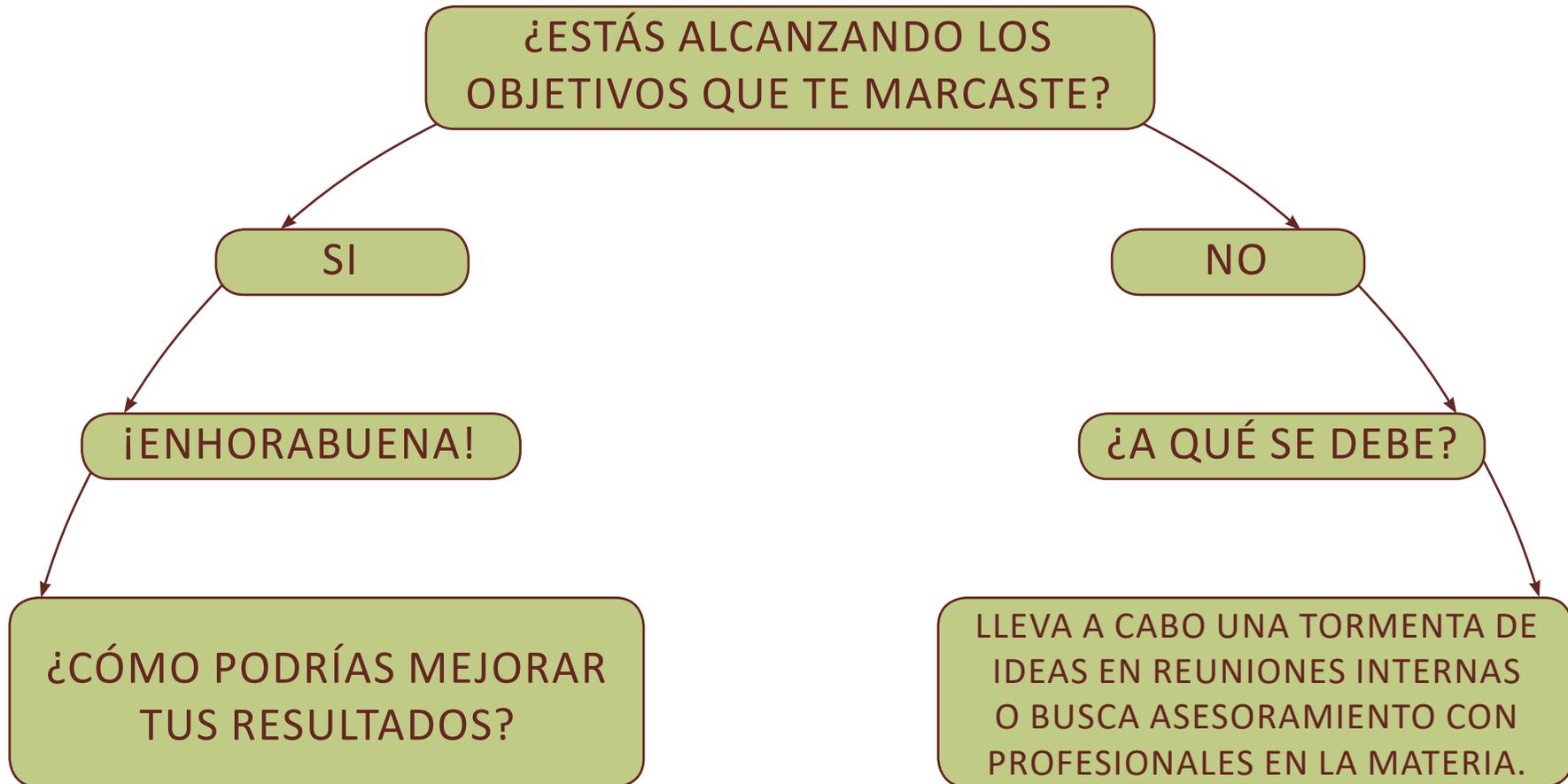


- Comprueba de nuevo que todos los objetivos contemplados en tu plan de negocio se encuentran en tu estrategia de marketing.
- Identifica a las personas que serán capaces de diseminar tus mensajes (líderes de opinión) o bien usa a tus amigos y familiares como “embajadores de marca”.
- Debes estar preparado para recibir retroalimentación o comentarios negativos sobre tu proyecto y tener preparada tu respuesta ante ellos.
- La mejor publicidad para tu proyecto es el “boca a boca”. Trata bien a tus clientes de modo que ellos mismo hablen sobre tu proyecto a otra gente de su red de contactos.





6. Medición



¡TE DESEAMOS MUCHO ÉXITO EN LA PROMOCIÓN DE TU PROYECTO DE REUTILIZACIÓN!

