

40 Ideas Discutibles Para Emprendedores Apasionados Por Boletines Electrónicos

Informe Especial



*"Sigo creyendo que es posible emprender seriamente
sin perder el sentido del humor
y el espíritu de juego".*

Paola Carolina Diaz.

Editora de Le canto las 40...

LE CANTO LAS 40...

Un boletín online con ideas
discutibles para emprendedores.

<http://www.lecantolas40.com.ar>

Este informe puede distribuirse libremente a quien usted desee,
siempre que mantenga el formato original del mismo en su integridad.
¡Generemos el efecto multiplicador emprendedor!

© Paola Carolina Diaz - 2003-2007
Todos los derechos reservados.

Le canto las 40... Ideas Discutibles Para Emprendedores Apasionados Por Boletines Electrónicos

Algunas palabras para comenzar... Una semana dedicada *casí* en su totalidad a retomar un emprendimiento. Porque cuando volvemos no lo estamos haciendo desde cero. Porque siempre hay un piso desde el cual despegamos una vez más. Una semana para reorganizar los tiempos, frente a dos emprendimientos. Una semana para abrir nuevas puertas y nuevos contactos.

En este informe hay PASIÓN indiscutible, inobjetable, irrefutable, inapelable, por una publicación electrónica. Pasión puesta en 40 ideas para emprendedores decididos a empezar su propio boletín electrónico.

¡Ah!, recuerde que son ideas "discutibles" por lo que significaría mucho para mí que usted refutara una o todas de estas ideas.

Aquí le canto las 40... ¡Disfrútelas!

1. ¿Por qué apasionarnos por los boletines electrónicos? Porque los boletines son espacios perfectos para compartir experiencia, sugerencias, ideas con: amigos, familiares, colegas, alumnos, lectores, clientes y potenciales clientes. Ahora, poco importa si usted sabe sobre boletines, o si usted es un experto escritor. Lo que importa es que usted disfrute COMPARTIENDO y se divierta ESCRIBIENDO mientras suelta sus palabras al mercado de boletines electrónicos. ¡Empecemos!

2. ¡Apasiónese escribiendo! Escribir es una maravillosa forma de expresión. Todos podemos hacerlo, si dejamos fluir lo que guardamos como un secreto. Si usted cree que no, entonces así será. Pero, entre nos, no se pierda esta oportunidad para decir lo que tenga que decirle a sus lectores: ¡es mucho lo que recibirá! ¡Aprenda haciéndolo!

3. ¡Empecemos con un borrador! Si está decidido a compartir sus ideas en un boletín electrónico, es tiempo de empezar. En su borrador considerará diversos aspectos: la misión de su boletín, el público al que se dirigirá, la temática, el nombre, la frecuencia, el formato, la estructura, el logo, el sitio, el espacio para las ediciones anteriores, la distribución del boletín, las metas, la promoción. A lo largo de este informe, iremos comentando estos aspectos. ¡Bienvenid@ Editor!

4. Investigando el mercado. Mientras trabaja con su borrador, le sugiero investigar el mercado de boletines electrónicos. Recorra los sitios relacionados con la temática de su futuro boletín para conocer qué están haciendo otros editores. Si no acostumbraba a leer boletines, es momento de suscribirse a varios para acercarse al tema y observar los aspectos que usted irá trabajando en sus borrador. Directorios como: <http://www.marketineros.com/directoriodeboletines.htm> y <http://www.boletinesdenegocios.com>; y el sitio <http://www.novedadesenred.com> son buenos lugares para su investigación.

5.La misión de su boletín. Volvamos al borrador. Pregúntese cuál será la misión de su boletín. La misión guiará cada una de las acciones del boletín. El boletín es un emprendimiento también; por lo tanto es MUY importante definir “el para qué estamos aquí” de su boletín. No es lo mismo que la misión sea: motivar a los emprendedores para generar sus propias ideas de negocios, que generar una red de contactos entre los emprendedores. ¿Cuál será la misión de su boletín?

6.El público, sus lectores. ¿Quiénes serán sus lectores? Creo que ya puede responder a esta pregunta con la misión definida. ¿Serán emprendedores, amas de casa, estudiantes universitarios, contadores, editores, músicos, actores, escritores, maestros, jóvenes profesionales, etc.? Cuánto más defina su público, mejores contenidos les ofrecerá: los “mejores” son los que se ajustan a sus intereses y necesidades.

7.La temática del boletín. Con la misión y el público definidos, ya puede definir la temática más atractiva para su boletín electrónico: negocios, antropología, jardinería, entretenimientos, política, etc. ¿Cuál será la temática de su futura creación?

8.El nombre... me dicen. A esta altura de su borrador, seguro se le fueron ocurriendo algunos nombres para su boletín. No necesariamente tiene que surgir a esta altura, a veces, los nombres aparecen antes o al finalizar el trabajo borrador. En fin... amigo editor, en algún momento, debemos bautizar a nuestro “hijo”. Poco puedo decirle de este aspecto. Los entendidos dicen que el nombre debe relacionarse con la temática del boletín, para que sea más fácil reconocerlo y recordarlo. Además de un mejor posicionamiento en la web, si luego crea un sitio. ¿Qué puedo decirle yo? ¡Puse un nombre discutible a este boletín! ¡Le canto las 40...! ;-)

9.La frecuencia: ¡hasta el próximo número! ¿Cuál será la frecuencia de su boletín? La frecuencia dependerá de lo que usted busque para su boletín, relacionado con la misión y los objetivos que plantee para él. Un boletín semanal lo mantendrá muy cerca del lector. Reflexione ,si la temática y su misión, amerita novedades semanales. Un boletín quincenal parece ser una de las frecuencias más elegidas por los editores: tiempo suficiente para ponernos al día con las novedades e ir ingresando en el mundo del lector. Un boletín mensual es otra frecuencia elegida. Vaya si nos ponemos al día con las novedades y apostamos a crear una relación duradera con el lector. También considere que según la frecuencia, será mayor o menor el tiempo de preparación de los contenidos. ¿Cuál será su elección?

10.El formato: ¡qué bien se te ve! En su investigación encontrará boletines de sólo texto (sin formato), boletines en HTML (como Lecantolas40) o boletines en .PDF (documentos para ser leídos con Acrobat Reader). Como se imaginará, cada formato tiene sus defensores. Tres características de cada uno, pero no las únicas. Los de texto: sencillos para diseñar. Los HTML: le permiten agregar atractivo en colores e imágenes. Los .PDF: son más sofisticados, como un e-book. Sea cual sea su elección: lo más importante en un boletín es el CONTENIDO.

11.La estructura... cuerpo y alma. ¿Cómo será la estructura del boletín? En líneas

generales, su boletín puede incluir: el índice, el editorial, la inspiración, un artículo suyo, un artículo invitado, novedades del sitio, zona de recursos, cuota de humor, datos del editor y del boletín. Comentemos algo más de cada *ingrediente*.

12.La estructura - El índice. Facilite la visita del lector por los contenidos del boletín, incluyendo un índice o detalle de contenidos al principio de la publicación.

13.La estructura - La inspiración. En cada edición, ¡INSPIRE a sus lectores! Emplear una frase, una anécdota personal, un cuento, una metáfora... le ayudará en este objetivo.

14.La estructura - Editorial. El editorial es un espacio de contacto directo entre el editor y los lectores. Aprovechélo para acercarse. DIALOGUE con sus lectores. Es un espacio ideal para presentar los contenidos de la edición: anímelos a leer su boletín.

15.La estructura - Su artículo. Incluya un artículo de su autoría en el boletín.

16.La estructura - Artículo invitado. Me da mucho placer contar en Le canto... con artículos invitados. Descarto que a usted le pasará lo mismo. Invitar a colegas a participar con sus artículos, le permitirá conocerlos más, abrir caminos para nuevas alianzas e intercambios, enriquecerá su publicación porque mostrará ideas de otros autores y esto siempre suma beneficios para los lectores.

17.La estructura - Novedades del sitio. Si el boletín cuenta con un sitio web, querrá que sus lectores se enteren de las novedades para que lo visiten. Dedíquele alguna sección a su sitio, así sus lectores tendrán una vía directa del boletín al sitio.

18.La estructura - Zona de recursos. Incluya una sección de recursos en el boletín. Los recursos son herramientas o datos útiles para su comunidad de lectores: software, enlaces de interés, cursos, eventos, libros, etc. Decida considerando el público que ha definido.

19.La estructura - Cuota de humor. Incluya un ingrediente indiscutible: ¡el humor! Usted puede crear una zona con chistes aportados por sus lectores o, ¿por qué no? su propia cuota con algún personaje relacionado con el boletín.

20.La estructura - Datos del editor. Permita que el lector conozca al editor: ¡usted! Dedique algunas líneas sobre usted (formación, experiencia, intereses, etc.) al finalizar o en algún apartado de la publicación. Recuerde: ¡sus datos de contacto!, para recibir los mails de los lectores con sugerencias, opiniones, ideas...

21.La estructura - Datos del boletín. También permita que el lector sepa cómo suscribirse al boletín y cómo desuscribirse (darse de baja). Cómo recomendar su boletín, si puede reenviárselo a conocidos, y dónde encontrar las ediciones anteriores.

22.La estructura - Otros. Cree nuevas secciones, reavive su espíritu creativo para sorprender a lectores y ¡a usted mismo! Puede incluir sus productos, productos de otros autores, de otros editores, realizar un intercambio con ellos... las

oportunidades están, ¡véalas! ¡genérelas!

23.La estructura - Extensión. Mi idea sobre la extensión es: la extensión es inversamente proporcional a la frecuencia del boletín. No crea que enloquecí con un enunciado matemático ;-). Es decir, cuánto más frecuente es la publicación, menor la extensión. Imagínese Le canto las 40... (que sabemos que no es breve) cada semana en su bandeja de entrada. Ya hemos dicho: la prioridad es el contenido. Lo sé: una idea *discutible*.

24.El logo: ¿Ya nos conocemos? A esta altura de su trabajo con el borrador, habrá surgido alguna idea del logo. Quizás haya surgido junto con el nombre. Un logo, una imagen que identifique su publicación, le ayudará a permanecer en la mente de sus lectores.

25.El sitio... nuestro lugar. Editar un boletín, no implica que deba tener un sitio web. De hecho, el mismo Le canto las 40..., en sus primeras ediciones, no ofrecía un sitio. Con las sucesivas ediciones, advertí como Editora, que era necesario contar con un espacio donde *colgar* las ediciones anteriores, para que los lectores las consultaran. Y luego, surgió el sitio y fue una buena decisión. Un sitio le ofrece muchas posibilidades para dar a conocer su boletín y para que sus lectores se reencontran con usted.

26.Ediciones anteriores. Otra alternativa para las ediciones anteriores, es crear una página web exclusivamente con este fin, en un alojamiento gratuito de los varios que ofrece Internet. Sus lectores le agradecerán este detalle.

27.La distribución del boletín. Avanzamos con el trabajo del borrador y llegamos a ¿cómo llegarán los boletines a sus lectores? Tiene varias opciones para distribuir la publicación: 1) haga usted mismo la distribución por mail, 2) utilice algún programa / software, 3) utilice la plataforma gratuita que le ofrecen sitios en Internet. Mi recomendada es la opción 3 porque usted se encarga de escribir y diseñar el boletín, del resto se encarga la plataforma. Domeus (<http://www.domeus.es>) y Yahoo Grupos (<http://ar.groups.yahoo.com>) le ayudarán en este tema. ¡Pruébelos!

28.La suscripción y desuscripción. Distribuya su boletín a quienes se han suscripto voluntariamente. Si decide utilizar las plataformas gratuitas, éstas crearán una dirección de mail de suscripción y otra de desuscripción a su publicación. Los interesados deberán enviar un mail vacío a dichas direcciones para suscribirse o darse de baja. Respete la decisión de sus lectores siempre.

29.¿Qué desea para su boletín? Dijimos que editar un boletín es un emprendimiento en sí mismo. Y como tal, requiere de planificación. Al principio de este informe, hablamos de la misión del boletín. Ahora es el momento de pensar en las metas para su boletín: ¿qué desea para su boletín? Plantee y escriba metas a corto (menos de un año), mediano (entre uno y cinco años) y largo plazo (entre cinco y diez años).

30.¡Primeros lectores! ¡Por fin, su primer boletín electrónico! La pregunta es: ¿a quiénes les enviará su publicación? Para formar esa primera base de datos, invite a amigos, conocidos, colegas, etc. Recorra a su libreta de direcciones. Envíeles una

invitación, que usted mismo creará presentando su boletín e indicando cómo pueden suscribirse. O bien, un simple mail para amigos y conocidos será suficiente.

31. Invitación a foros. Haga extensiva esta invitación a los foros en los que participa. Los participantes le agradecerán que los haga partícipes de sus nuevos proyectos, y de ser los primeros en conocer tal novedad ;-)

32. Invitación en carteleras. Deje la invitación en carteleras web. Utilice el mismo texto de sus invitaciones por mail. Explique brevemente de qué trata su boletín y cómo suscribirse.

33. Invitación a recibir beneficios. Cuando envíe invitaciones enfatice en los beneficios de suscribirse, cuénteles a sus potenciales lectores sobre los contenidos. Destaque cómo participan los lectores en su publicación. Si tiene el soporte de un sitio, comente sobre las distintas secciones. ¡Invítelos a beneficiarse!

34. Invitación en firmas y artículos. Incluya la dirección a suscribirse en su firma virtual, y en la firma de los artículos que provee a sitios y boletines de otros editores.

35. Prueba piloto. Realice una prueba piloto enviando su primer boletín a un grupo de conocidos. Solicíteles opiniones y sugerencias para mejorarlo cuando lance su boletín de manera oficial. Luego, ajuste lo necesario; las pruebas piloto son muy útiles y ayudan a corregir detalles que perdimos de vista.

36. Recursos para editores. En la sección EDITORES (<http://www.lecantolas40.com.ar/editores/>) encontrará recursos para su boletín. Son recursos que yo misma utilicé y utilizo para mi querido boletín. Iré agregando nuevos recursos con frecuencia. No hay recetas ni fórmulas, pero hay sugerencias discutibles... ¡Esté atent@!

37. ¡Cree vínculos!... luego promocióñese. Un boletín es un excelente estrategia para darse a conocer, para promocionar su emprendimiento, su futuro proyecto de negocios, o ¡su flamante empresa de servicios! La experiencia e ideas que usted comparta con sus lectores, le ayudarán a construir la imagen profesional, o la imagen de su emprendimiento en la mente de los suscriptores. Preocúpese por crear una relación duradera: vincúlese, luego exista... perdón, luego promocióñese.

38. ¡Edite su publicación *discutible*! Cuando llegue el Día B, el día del lanzamiento de su boletín, felicítese... ¡disfrútelo! Si usted lo disfruta, sus lectores también lo disfrutarán. CREE su propia publicación electrónica discutible: que tenga su SELLO, que todos sepan que USTED es quien escribe. ¡Apasiónese! Si hay una razón por la que retomo estas ediciones, a esta altura... ya sabrá cuál es ;-)

39. Aplique lo aprendido. Las ideas sirven en los manuales, en los libros, en las revistas de negocios, en los apuntes de clase y en su memoria del curso de capacitación. Pero mucho, mucho más sirven cuando usted las aplica. ¡Pruebe estas 40 ideas! ¡Impleméntelas! ¡Mejórelas! ¡Y vuelva a aplicarlas!

40. ¡Cante una idea! Haga de su carrera de emprendedor un camino desafiante. Los desafíos nunca son aburridos. Seguramente durante este Le canto las 40... usted descubrió nuevas y mejores formas de promocionar su negocio. ¡Anímese a cantar una idea... o cuarenta... o más sobre cómo apasionarse con su boletín electrónico.

Sobre la Autora

Paola Carolina Diaz es Directora de **Red Ideas Discutibles** (<http://www.redideasdiscutibles.com.ar>), Ideas Emprendedoras en la Web.

"Red Ideas Discutibles es mi red personal de espacios online para emprendedores. Le canto las 40... es un boletín online con ideas discutibles para emprendedores y ¡mi primer proyecto online!

*Para conocer los distintos espacios que forman parte de esta red, dedicada a gente como usted y como yo, que vamos detrás de un sueño emprendedor **indiscutiblemente**, lo invito a visitar:*
<http://www.redideasdiscutibles.com.ar>.

Ah... sí, es cierto, creo que es posible emprender seriamente sin perder el sentido del humor y el espíritu de juego. ¿Usted, no?"

Paola.