

# 40 Ideas Discutibles Para Promocionar Su Emprendimiento ¡EXTRA!

## 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 - 2003-2008  
Todos los derechos reservados.

## Le canto las 40... Ideas Discutibles Para Promocionar Su Emprendimiento ¡EXTRA!

Algunas palabras para comenzar... Una semana dedicada al redescubrimiento: un emprendimiento siempre debe renacer, para mantenerse vivo, para que nosotros nos mantengamos alerta, para que usted no se aburra, para que esté en movimiento constante. Una semana redescubriendo las ideas para dar a conocer los emprendimientos. Porque siempre hay nuevas ideas, y detrás de cada idea para promocionarse, hay nuevas formas de encararlas y mejores alternativas para disfrutarlas mientras decimos "¡le presento mi pasión!". De eso se trata este info.

En este informe hay PASIÓN indiscutible, inobjetable, irrefutable, inapelable, por una publicación electrónica. Pasión puesta en 40 ideas para emprendedores decididos a crear su red de contactos en Internet. (Si es muy parecido a la edición anterior, significa que me sigue gustando).

¡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. Promociónese ¡sorprendiendo a su cliente! Tantas empresas desean a su cliente, que se exige más de usted al momento de diseñar su campaña de promoción. Sorprender o no sorprender, ésa es la cuestión. Diariamente, su cliente - y nosotros que también lo somos, es bueno no olvidarse - recibe un bombardeo de información, de la televisión, de revistas, de Internet, de la radio, de los afiches públicos, de vendedores que golpean a su puerta, de amigos que recomiendan servicios. ¿Qué hacer? Conocer más a su cliente, elegir el canal más apropiado para comunicarnos y captar su atención para que desvíe la mirada hacia nosotros. ¿Cómo? ¡Sorprendiéndolo! ¡Hay mucho más detrás de las ideas para promocionarnos!
2. Promociónese con el mensaje de su contestador. ¿Saltó el contestador de la persona a quién llamó? Breve pero útil: grabe un mensaje en el cual mencione: con quien se ha comunicado, sus horarios de atención, otros modos de contactarlo (ejemplo: un celular), invítelo a visitar su página web. ¡Pruebe!
3. Promociónese con sus firmas "varias". Si bien es importante que usted mantenga una firma estándar para que su cliente lo reconozca, una idea promocional útil es diseñar firmas para distintas ocasiones de su emprendimiento. La idea consiste en emplear la estándar con alguna modificación, por ejemplo: agregar una línea en la que se promocióne un nuevo curso de capacitación, una oferta especial, el lanzamiento de su boletín, su próximo aniversario. Tip: agregue un icono distintivo de la empresa o una imagen con un enlace directo a una sección del sitio web. Evalúe el tamaño de la imagen para no dificultar la recepción del mail.
4. Promociónese con postales "especial para el cliente". Otra forma de estar con sus clientes y darse a conocer es a través de postales. Hemos hablado de esta

discutible antes; es una forma sencilla de hacer saber a sus clientes que usted se acuerda de ellos. Vaya por más: investigue cuáles son las fechas o eventos relevantes para cada cliente. Vale la pena personalizar este envío de postales. Recuerde: sorprenda al cliente, en otras fechas, donde el cliente no reciba tantas postales y se destaque la suya.

5. Promociónese con postales "otros motivos". También aplique el envío de postales con otros fines: una invitación especial a un evento, recordatorio de un curso o una charla, la presentación de una nueva página web, la nueva dirección de su oficina, una novedad importante, como por ejemplo: ¡la inauguración de su emprendimiento!
6. Promociónese con calcomanías. ¿Por qué los teléfonos relevantes nunca están a mano? Promociónese y ayude a su cliente con este dilema. Regale calcomanías con "teléfonos útiles locales": hospital, comisaría, bomberos, servicios, etc. y por supuesto, ¡el suyo! Busque formas de ubicarse en la mente de su cliente. ¡Péguele la calcomanía a su cliente!
7. Promociónese con imanes. ¿Le gustó la idea de las calcomanías? Para quienes cuentan con el servicio de delivery (envío a domicilio), servicios de reparación o emergencias médicas, los imanes promocionales se ajustan perfectamente. Imprima su teléfono con tipografía destacada pero no descarte sus otros datos de contacto: dirección, e-mail y sitio web.
8. Promociónese con "infodetalle". El infodetalle es un papel adjunto que contiene información de valor para su cliente, sobre el producto que ha adquirido. Opciones: recetas para preparar con el producto, usos alternativos, mantenimiento sugerido, precauciones a tomar, cómo se fabrica, quiénes lo consumen, el origen del producto, cómo surgió la empresa, etc.
9. Promociónese con demostraciones "personalizadas". ¿Qué hay detrás de esta discutible conocida? Ofrezca demostraciones de su producto en la casa del cliente. Releve la mayor información posible sobre su cliente, incluso puede armar un pequeño cuestionario para completar previo al evento; así su demostración se ajustará exactamente a lo que su cliente necesita.
10. Promociónese con una demostración "virtual". Diseñe una demostración virtual para promocionarse si comercializa servicios. Opciones: a) el video de una demostración, por ejemplo, en un local o en una feria industrial, b) el video de una demostración de tipo "instructiva", preparada con tal fin: que su cliente aprenda viendo. Permita que el cliente descargue la demostración virtual a su PC.
11. Promociónese con premios "cliente N°". Más allá de los premios... ¿Qué le parece comprar un producto y tener la fortuna de haber ganado un premio? Esta clase de acciones sorprenden a los clientes. La propuesta consiste en incluir un premio en el empaque de algunos de sus productos. ¡Premie a su cliente número 100, 500, 1.000...!

12. Promociónese con inserts. El insert es una publicación inserta en otra publicación. Es una modalidad que en la actualidad se ven especialmente en revistas especializadas y medios gráficos nacionales. El insert contiene material institucional y/o comercial. Ofrezca su boletín gratuito gráfico como un insert, a publicaciones locales (boletines de inmobiliarias, red de comercios, guías o directorios barriales, etc.).

13. Promociónese con pasacalles. Una discutible callejera. Cuando decida aplicar esta idea, estudie las potenciales ubicaciones del pasacalles: un lugar transitado por el público de su interés y a una altura que permita ser leído correctamente. Tenga en cuenta: un mensaje fácilmente leído al pasar, sin necesidad de que el transeúnte se detenga demasiado tiempo; en algunos casos serán automovilistas o ciclistas que reparan en él unos segundos en el semáforo en rojo.

14. Promociónese con su auto. Antes de subir a su automóvil, reflexione cómo transformarlo en su un cartel móvil. Adhiera una de sus calcomanías en el vidrio delantero o trasero de su auto. Lleve material promocional extra en su auto. En cualquier lugar, surge un potencial cliente y no querrá presentarse con las manos vacías.

15. Promociónese con "historias para imitar". Realice una investigación sobre personas influyentes en su mercado, de todas las épocas. Las historias de vida de las personalidades mundiales convocan la atención de mucho público: general y la prensa en particular. Requiere bastante tiempo de estudio, recopilación, análisis y elaboración de la información. Pero bien vale la pena el esfuerzo por el reconocimiento que le deparará un trabajo de sus características. Envíe su investigación a líderes de opinión.

16. Promociónese con ¡su voz en postales! El cumpleaños de su cliente debe ser un acontecimiento que marque una diferencia en sus acciones promocionales. El cumpleaños es un acontecimiento personal, por lo tanto envuelva las comunicaciones de un trato más personalizado del habitual. A continuación algunas ideas para la ocasión con productos. Va la primera: enviar una postal con su voz. Un breve mensaje de salutación grabado con su voz marcará esa diferencia.

17. Promociónese con el personaje favorito. ¿Cómo sorprender a su cliente niño en su cumpleaños? Puede ser que el cliente sea un bebé, de todos modos, aplique estas ideas, pues sus padres estarán felices de recibir bello detalle y recuerde que ellos son los decisores de la compra de su producto o servicio. Envíe una postal con el personaje favorito del niño. ¿Recuerda aquello de conocer a nuestro cliente? Pues se aplica a conocer los gustos de un cliente pequeño, sus padres siempre brindan este tipo de información.

18. Promociónese con NeneNews. Si el niño ya sabe leer, obséquiele una newsletter con información sobre su tema de interés. Hay niños apasionados por las motos, otros por los animales y otros por los planetas. Incluya entre cinco o seis datos curiosos sobre su tópico. Mantenga actualizada su base de datos, conozca a sus clientes para personalizar sus regalos.

19. Promociónese con los identificadores del curso. ¿Usted dicta cursos de capacitación? ¿Qué ideas hay detrás de los cursos? Los identificadores ayudan a conocerse entre los participantes del curso. Suele ser un cartel rectangular con un pequeño pie para sostenerse en la mesa, con el nombre del participante y ubicado de frente al grupo. ¿Hay lugar para promoción allí? Sí, incluya su logo en el centro del identificador, arriba del espacio para el nombre del alumno.

20. Promociónese con el seguimiento del curso. Terminó el curso y usted quedó con un listado de asistentes, además de la información del formulario de evaluación. Es momento de procesar, analizar y almacenar estos datos. Realice un seguimiento a las dos semanas de curso aproximadamente: por teléfono o por mail, para comentar novedades, nuevos cursos, otros servicios de su emprendimiento. Luego de este seguimiento, sabrá cuáles son los próximos pasos con ese grupo de potenciales.

21. Promociónese con cupones "virtuales". Diseñe y publique los cupones en su sitio web o bien, en su catálogo virtual. El cliente podrá guardarlos en su PC e imprimirlos cuando desee efectivizarlos.

22. Promociónese con cupones "red". Brinde a sus clientes la posibilidad de disfrutar más beneficios. Promociónese entregando cupones de otras empresas, así como ellas harán lo propio con los suyos. Pueden trabajar con cupones individuales de cada una o armar un cupón "multicomercial", con beneficios para el cliente en cualquiera de los negocios de la red. Los integrantes de la red ampliarán sus posibilidades sumando las carteras de clientes.

23. Promociónese con ofertas "grupos especiales". Juegue con ofertas diseñadas para diferentes grupos: niños, estudiantes, mujeres, hombres, mayores, para su país, para otros países, para emprendedores, para profesionales, etc. Si bien sus clientes responden a un perfil, también conforman subgrupos con características similares según: la edad, el sexo, el lugar de residencia, la profesión, sus hábitos, etc. Profundice en los gustos de los subgrupos y ofrézcales beneficios "a medida".

24. Promociónese con descuentos "por tiempo determinado". Establezca una fecha máxima en la que su cliente compre con dicho beneficio. El tiempo varía: una semana, 10 días, 15 días, un mes. Con menos tiempo se busca un mayor impacto en la respuesta del cliente. El día anterior al vencimiento del descuento envíe a su cliente un recordatorio de sus beneficios.

25. Promociónese con videos. Un video institucional mostrará al público (clientes y la comunidad en general) quién es usted, cuál es su negocio, cuáles son sus beneficios. Grabe su disertación en un congreso de su especialidad, su desempeño en una clase magistral en la universidad, la exposición de un trabajo de investigación, una demostración (según hemos comentado anteriormente), etc..

26. Promociónese con audios. Un excelente complemento de la idea anterior son los audios. Grabe una conferencia exclusivamente preparada para sus clientes con información actualizada de su especialidad, una clase gratuita para potenciales alumnos o una presentación personal para dar la bienvenida en su sitio web.

27. Promociónese con publicidad gratuita: asesoramiento. ¿Hay más detrás de la publicidad gratuita? Ofrezca asesoramiento a los medios. Si usted ha escrito artículos, envíelos para que los lean y conozcan su expertise. Cuando el medio desarrolle una investigación, sabrá que puede consultarlo a usted para orientarlos en la temática.

28. Promociónese con carteleras en librerías. ¿Qué hay más allá de las carteleras? ¡Sí! ¿Compró un libro? Algunas librerías también cuentan con una cartelera en la que se anuncian desde las próximas presentaciones de libros, charlas con los autores, seminarios dictados por los escritores y avisos relacionados del público en general. Anuncie una futura presentación de una publicación suya, virtual o física. Asista a las actividades propuestas por la librería y contáctese con los autores para ampliar su red.

29. Promociónese con carteleras en galerías comerciales. Salga de paseo y recorra las galerías comerciales locales en busca de carteleras. Estas carteleras ofrecen avisos de toda clase y color. Piense cómo poder destacarse del resto y, por supuesto, si se adecua al estilo de su emprendimiento. De todos modos, aunque usted decida no publicar, deténgase en los auspiciantes para contactarse con ellos y ofrecerles sus productos / servicios.

30. Promociónese con carteleras en escuelas y universidades. Las carteleras de las escuelas y las universidades constituyen un puente a un público valioso, especialmente para profesionales independientes que deseen posicionarse en ese mercado. Los estudiantes buscan cursos de perfeccionamiento práctico, orientación sobre la inserción en el mercado laboral, información para sus trabajos de curso. Satisfaga estas necesidades, anúncielo en sus avisos de cartelera.

31. Promociónese en centros culturales locales. ¿Anunció en la cartelera del centro cultural? Pues, ¡también hay más! Los centros culturales locales, con menos circulación de público que los centros comerciales, le ofrecen la posibilidad de contactarse con grupos participativos y ávidos de actividades sociales y culturales. Consulte si puede disponer de las instalaciones para dictar una charla participativa. El centro se beneficia con su propuesta pues convoca público y usted se beneficia pues el público del centro cultural lo conoce a usted.

32. Promociónese con reuniones informales entre clientes. Promociónese generando negocios entre sus clientes. Ya se reunión con ellos, ahora organice encuentros informales para que sus clientes se conozcan. El cliente valora que no solamente usted haga negocios, sino que además genere espacios para que otros también los hagan.

33. Promociónese con reuniones con sectores de la cultura. Contáctese con sectores de la cultura: centros culturales, organismos educativos de arte, museos, centros de exposiciones, asociaciones que nuclea artistas en sus diferentes expresiones. Conozca qué funciones cumplen, qué beneficios brindan a su comunidad. Reúnase con sus directores o representantes. Participe en sus actividades como asesor informal.

34. Promociónese con alianzas. Como emprendedores debemos unirnos con otros emprendedores para fortalecernos y complementarnos. De eso se tratan las alianzas: socios estratégicos con quienes podemos obtener beneficios mutuos.

35. Promociónese con alianzas: organizar desayunos de negocios. Los clientes disfrutan mucho de esta clase de eventos, donde se hacen contactos y negocios, mientras se disfruta de un desayuno en un ambiente agradable. Son eventos que estimulan la conversación y el conocimiento entre sus asistentes.

36. Promociónese con alianzas: organizar un ciclo de conferencias. Organice con su socio estratégico un ciclo de conferencias, de dos o tres días. Convoque expertos para disertar, representantes de la comunidad e invitados especiales que capten la atención de la prensa especializada. Asesórese con profesionales de la organización de eventos.

37. Promociónese ¡innovando en su producto! Muéstrole a su cliente que su emprendimiento crece. Observe el mercado y escuche a sus clientes para crear nuevos beneficios de los mismos productos, modificar los productos actuales, agregar servicios adicionales, agregar nuevos productos a su línea actual, crear nuevas líneas de productos, incorporar nuevas unidades de negocios. ¡Muévase!

38. Redescubra su forma de brindar sus servicios. Agregue nuevas temáticas a sus áreas de consultoría, diseñe nuevos cursos a su oferta de capacitación, diseñe nuevas formas de dictar sus cursos, encuentre nuevas formas de dar a conocer sus servicios (con seminarios, con artículos, con libros, etc.), lance un producto relacionado con sus servicios. ¡Hay más detrás de cada idea para dar a conocer su negocio!

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! ¡Implementelas! ¡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 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!

# LE CANTO LAS 40...

Un boletín online con ideas  
discutibles para emprendedores.  
<http://www.lecantolas40.com.ar>

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.