



**artesanías
de colombia**

PLANEANDO

EL NEGOCIO ARTESANAL

Objetivo del Taller

Enseñar a los artesanos y artesanas a definir objetivos claros y a desarrollar estrategias efectivas para alcanzar esos objetivos en sus negocios artesanales.

Conceptos:

¿Qué es la planeación del negocio?

La planeación estratégica es como trazar el mapa del negocio artesanal. Ayuda a definir hacia dónde se quiere ir a largo plazo y cómo llegar allí. Incluye analizar el entorno, establecer una visión clara, definir metas específicas y diseñar acciones para alcanzarlas.

¿Por qué es Importante para el Negocio Artesanal?

La planeación estratégica es clave porque permite enfocar los esfuerzos en lo que realmente importa. Ayuda a adaptarse a los cambios del mercado y a trabajar hacia metas comunes. Además, brinda una dirección clara, identifica oportunidades de crecimiento y ayuda a superar desafíos de manera proactiva.

En Resumen:

La **Planeación estratégica** es la brújula en el mundo de los negocios artesanales.

No solo ayuda a organizarse mejor, sino que también **la guía hacia el éxito.**

Con una buena planificación, se pueden maximizar los talentos y recursos, crecer en un mercado competitivo y alcanzar objetivos.

DEFINIENDO

LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL TALLER ARTESANAL

01

OBJETIVOS

OBJETIVOS

Los objetivos son como destinos en un mapa: muestran hacia dónde se quiere ir. Son metas específicas que ayudan a medir el progreso y motivan a seguir adelante. Aquí se explica por qué son tan importantes.

Recuerde: ¡Los objetivos son el mapa que guían hacia el éxito en el negocio artesanal!

Guía y Dirección:

01 Los objetivos brindan un rumbo claro. Son como una brújula que ayuda a mantener el enfoque en lo que realmente importa en el negocio artesanal.

Medición del Progreso:

02 Con objetivos claros, se puede ver cuánto se ha avanzado. Cada pequeño logro acerca más a la meta principal, y celebrar esos logros motiva a seguir adelante.

Priorización de Acciones:

03 Los objetivos ayudan a decidir en qué invertir el tiempo, dinero y energía. Permiten enfocar las acciones que llevarán más rápido hacia las metas, haciendo el trabajo más eficiente y productivo.

Diferencia Entre Objetivos y Deseos:

01

Claridad y Especificidad:

- **Deseos:** Son vagos y carecen de un plan claro. Por ejemplo, "Quiero ser un artesano reconocido" es un deseo.
- **Objetivos:** Son específicos y medibles. "Quiero vender 100 piezas artesanales en los próximos 6 meses" es un objetivo concreto.

02

Compromiso:

- **Deseos:** Son pasivos y no requieren un compromiso activo. Son más bien aspiraciones sin un plan definido para alcanzarlas.
- **Objetivos:** Exigen un compromiso activo. Se acompañan de acciones y estrategias concretas que llevarán a su consecución.

03

Temporalidad:

- **Deseos:** Son atemporales y no tienen una fecha límite para alcanzarse. No se establece un marco temporal específico.
- **Objetivos:** Tienen un tiempo definido para ser alcanzados. Establecer una fecha límite permite planificar, medir el progreso y ajustar estrategias según sea necesario.

Recuerde: Convertir los deseos en objetivos llevará de la pasividad a la acción, brindando una guía clara y tangible para alcanzar las metas.

Definiendo Objetivos SMART para el Negocio Artesanal:

S

Específico

Un objetivo específico se enfoca en un resultado claro y concreto. Debe responder las preguntas: ¿Qué se quiere lograr? y ¿Por qué es importante?

Ejemplo: En lugar de decir “Quiero vender más”, piense en “Quiero vender 20 collares este mes”.

M

Medible

Un objetivo medible establece un criterio cuantificable para evaluar el progreso y el logro. Debe responder a la pregunta: ¿Cómo se medirá el éxito?

Ejemplo: Contar los collares vendidos al final del mes.

A

Alcanzable

Un objetivo alcanzable es realista y realizable dentro de las circunstancias actuales. Debe responder a la pregunta: ¿Es posible lograrlo con los recursos disponibles?

Ejemplo: Si normalmente se venden 5 collares al mes, ¿es realista aumentar a 20? Quizás un objetivo de 10 sería más alcanzable.

R

Relevante

Un objetivo relevante se alinea con los valores y metas generales. Debe responder a la pregunta: ¿Por qué este objetivo es importante para mí taller o grupo artesanal?

Ejemplo: Asegurarse de que el objetivo esté relacionado con la visión a largo plazo. Si se dedica a hacer collares, un objetivo sobre pintura no tendría sentido.

T

Temporal

Un objetivo temporal tiene un marco de tiempo definido para su logro. Debe responder a la pregunta: ¿Cuándo se espera alcanzar el objetivo?

Ejemplo: Dele a su objetivo un tiempo claro. “Antes del festival artesanal de diciembre” es un buen ejemplo de plazo.

Con estos principios **SMART**, los objetivos se vuelven más claros, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido. ¡Esto ayudará a enfocar y a avanzar hacia el éxito en el negocio artesanal!

Ejercicio Práctico

de Definición de Objetivos SMART:

Transforme un Deseo en un Objetivo SMART.

Sigue las siguientes instrucciones:

Escribe un deseo relacionado con su trabajo artesanal. Luego, utilice las pautas SMART para transformarlo en un objetivo claro.

Ejemplo:

Deseo: "Quiero mejorar mis habilidades de mercadeo en línea".

Objetivo SMART:

- **Específico:** Quiero aprender a utilizar las redes sociales para promocionar mis productos artesanales de manera efectiva.
- **Medible:** Quiero aumentar el número de seguidores en mis redes sociales en un 50% en los próximos tres meses.
- **Alcanzable:** Voy a dedicar al menos una hora al día a aprender sobre estrategias de mercadeo en línea y a aplicarlas a mi negocio.
- **Relevante:** Este objetivo es importante porque me ayudará a aumentar mis ventas y a hacer crecer mi negocio artesanal.
- **Temporal:** Quiero dominar las técnicas básicas de mercadeo en línea y ver resultados tangibles en mi tienda en línea dentro de los próximos tres meses.

Con este objetivo **SMART**, se tiene una meta clara y alcanzable para mejorar las habilidades de promoción en línea y se puede hacer crecer el negocio artesanal de manera efectiva.

02

INTRODUCCIÓN A LAS ESTRATEGIAS

INTRODUCCIÓN A LAS ESTRATEGIAS:

Definición: Las estrategias son los métodos o planes que se establecen para alcanzar los objetivos. Mientras que los objetivos indican "qué" se quiere lograr, las estrategias explican "cómo" se planea hacerlo.

Diferencia entre Objetivos y Estrategias:

01 Objetivos: Son metas específicas que se quieren alcanzar, cuantificables y con un plazo determinado.

Ejemplo: "Vender 100 piezas artesanales en los próximos 3 meses".

02 Estrategias: Son los planes o acciones que se llevarán a cabo para alcanzar esos objetivos. Establecen la dirección y los modos en que se realizarán.

Ejemplo: "Promocionar mis productos en redes sociales con publicidad pagada y asistir a al menos dos ferias artesanales locales".

Importancia de tener Estrategias Claras para Alcanzar Objetivos:

Las estrategias guían el paso a paso hacia la meta.

Permiten utilizar eficientemente los recursos disponibles, maximizando resultados.

Ayudan a tomar decisiones informadas, alineadas con la dirección establecida.

Facilitan la evaluación del progreso y la realización de ajustes si es necesario, manteniendo el rumbo hacia el éxito.

Con estrategias claras, el camino hacia el logro de los objetivos en el negocio artesanal se vuelve más despejado y eficaz.

DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS:

Uso del Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)

El Análisis FODA es una herramienta valiosa para planificar estratégicamente y alcanzar el éxito en el mercado artesanal. Identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del taller o grupo artesanal brinda una visión clara de dónde se está parado y hacia dónde se puede dirigir.



Ejercicio Práctico

Análisis FODA Aplicado a los Artesanos.

Las fortalezas son los activos internos que distinguen al taller o grupo artesanal. Son las habilidades y características que permiten destacar en el mercado. Pueden incluir desde técnicas artesanales excepcionales hasta relaciones cercanas con los clientes. Reconocer y potenciar estas fortalezas es fundamental para el crecimiento y la diferenciación en el mercado.

Ejercicio práctico:

Del siguiente listado, marque con una X las fortalezas que destacan de su taller o grupo artesanal:

Fortalezas:

Habilidades y Técnicas: Domina técnicas artesanales únicas y de alta calidad que se transmiten de generación en generación.

Creatividad e Innovación: Posee capacidad para crear diseños originales y personalizados que destacan en el mercado.

Calidad de los Productos: Produce artículos de alta calidad, con atención al detalle y materiales seleccionados cuidadosamente.

Identidad Cultural y Tradicional: Incorpora elementos culturales y tradicionales en los productos, lo que añade valor y autenticidad.

Flexibilidad y Adaptabilidad: Tiene capacidad para adaptarse a las tendencias del mercado y a las necesidades específicas de los clientes.

Atención Personalizada al Cliente: Establece relación directa y cercana con los clientes, lo que le permite entender mejor sus necesidades y preferencias.

Sostenibilidad y Responsabilidad Social: Usa materiales sostenibles y prácticas de producción responsables con el medio ambiente.

Reputación y Reconocimiento: Cuenta con reconocimiento en la comunidad y por parte de los clientes por la calidad y autenticidad de sus productos.

Versatilidad de Productos: Posee capacidad para ofrecer una amplia variedad de productos y personalizaciones.

Pasión y Compromiso: Posee dedicación y amor por el trabajo artesanal, lo que se refleja en la calidad y originalidad de los productos.

Historial de Clientes Satisfechos: Tiene una base de clientes leales que recomiendan el taller a otros.

Experiencia en la Participación en Ferias y Eventos: Ha tenido presencia en ferias artesanales y eventos que le han permitido aumentar la visibilidad y las ventas de sus productos.

Ejercicio Práctico

Análisis FODA Aplicado a los Artesanos.

Las oportunidades son los factores externos favorables que se pueden aprovechar en beneficio del taller o grupo artesanal. Desde la creciente demanda de productos artesanales hasta las nuevas tendencias en el mercado; identificar y aprovechar estas oportunidades permite expandir el negocio y llegar a nuevos horizontes.

Ejercicio práctico:

Del siguiente listado, marque con una X las oportunidades que puede aprovechar su taller o grupo artesanal:

Oportunidades:

Creciente Demanda de Productos Artesanales: Aumento del interés por productos únicos, hechos a mano y personalizados, en contraposición a los productos masivos y genéricos.

Tendencia hacia la Sostenibilidad: Creciente preferencia por productos sostenibles y ecológicos, lo que abre oportunidades para artesanos que utilizan materiales y procesos amigables con el medio ambiente.

Mercado de Comercio Electrónico: Expansión de las plataformas de comercio electrónico que permiten a los artesanos vender sus productos a nivel local e internacional.

Turismo Cultural: Creciente interés por el turismo cultural y artesanal, lo que puede atraer a turistas a talleres y ferias artesanales.

Colaboraciones con Diseñadores y Marcas: Oportunidades para colaboraciones con diseñadores de moda, decoradores de interiores y marcas que buscan incorporar elementos artesanales en sus productos.

Ferias y Mercados Artesanales: Participación en ferias, mercados y eventos especiales donde los artesanos pueden exhibir y vender sus productos directamente a los consumidores.

Redes Sociales y Mercadeo Digital: Uso de redes sociales y mercadeo digital para promover productos, crear una marca y alcanzar un público más amplio.

Exportación de Productos: Oportunidades para exportar productos artesanales a mercados extranjeros interesados en artesanías únicas y de calidad.

Capacitación y Desarrollo Profesional: Acceso a programas de capacitación y desarrollo profesional que mejoren las habilidades y conocimientos de los artesanos.

Tendencia Hacia lo Local y Hecho a Mano: Incremento en la preferencia por productos locales y hechos a mano, impulsada por movimientos de apoyo a la economía local y la artesanía.

Ejercicio Práctico

Análisis FODA Aplicado a los Artesanos.

Las debilidades son los aspectos internos que pueden obstaculizar el crecimiento y éxito del negocio artesanal. Desde la falta de recursos financieros hasta la limitada presencia en línea, identificar estas áreas de mejora permitirá trabajar en ellas y fortalecer la posición en el mercado artesanal.

Ejercicio práctico:

Del siguiente listado, marque con una X las debilidades que reconoce en su taller o grupo artesanal:

Con un análisis FODA claro y estrategias bien definidas, se está preparado para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que se presenten en el camino como artesano.

Debilidades:

Falta de Recursos Financieros: Limitaciones económicas que dificultan la adquisición de materiales, herramientas y equipos necesarios para mejorar la producción.

Dependencia de Ventas Locales: Dependencia excesiva del mercado local, lo que puede limitar el crecimiento y la diversificación de clientes.

Capacidad de Producción: Dificultades para aumentar la producción sin comprometer la calidad, lo que puede limitar la capacidad para atender a un mayor número de clientes.

Infraestructura Inadecuada: Talleres y espacios de trabajo que no están bien equipados o son insuficientes para las necesidades de producción.

Falta de Visibilidad y Marketing: Insuficiente presencia en redes sociales, falta de un sitio web profesional y escasa promoción de los productos.

Limitada Capacidad de Innovación: Resistencia al cambio y poca experimentación con nuevos diseños, materiales y técnicas.

Dependencia de Proveedores Específicos: Falta de diversificación en la cadena de suministro de materias primas, lo que puede generar problemas si un proveedor no cumple o si suben los precios de los materiales.

Desafíos logísticos: Problemas con la distribución y el envío de productos, especialmente en mercados internacionales.

Gestión del Tiempo Ineficiente: Dificultad para gestionar el tiempo y priorizar tareas, lo que puede afectar la productividad.

Baja Adaptabilidad a Tecnologías Modernas: Resistencia o falta de conocimiento sobre cómo integrar tecnologías modernas en el proceso de producción y venta.

Ejercicio Práctico

Análisis FODA Aplicado a los Artesanos.

Las amenazas son los retos externos que pueden poner en riesgo el negocio artesanal. Desde la competencia de productos industriales hasta los cambios en las preferencias del consumidor, reconocer estas amenazas permitirá estar preparado y tomar medidas proactivas para mitigar su impacto.

Ejercicio práctico:

Del siguiente listado, marque con una X las situaciones que podrían representar una amenaza en el desarrollo de su oficio artesanal:

Amenazas:

Competencia de Productos Industriales: Competencia con productos masivos y de menor costo que pueden saturar el mercado y atraer a los consumidores por su precio.

Cambio en las Preferencias del Consumidor: Cambios en las tendencias y gustos de los consumidores que pueden reducir la demanda de productos artesanales.

Crisis Económicas: Recesiones o crisis económicas que afectan el poder adquisitivo de los consumidores y reducen la demanda de productos no esenciales.

Aumento de Costos de Materiales: Incremento en los precios de los materiales y suministros necesarios para la producción artesanal.

Imitación y Copia de Productos: Producción y venta de copias baratas de productos artesanales por parte de competidores desleales.

Desastres Naturales: Eventos naturales como terremotos, inundaciones y huracanes que pueden dañar talleres y materiales.

Problemas de Salud Pública: Pandemias y problemas de salud pública que pueden reducir la afluencia de clientes y limitar la capacidad de operar.

Barreras de Entrada en Mercados Internacionales: Obstáculos como aranceles, barreras comerciales y regulaciones estrictas que dificultan la exportación de productos.

Competencia Global: Artesanos y fabricantes de otras partes del mundo que ofrecen productos similares a precios más bajos.

Reducción de Turismo: Disminución del turismo que reduce la venta de productos artesanales a visitantes y turistas.

Acceso Limitado a Financiamiento: Dificultad para obtener préstamos y financiamiento necesario para expandir y mejorar el negocio.

Pérdida de Técnicas Tradicionales: Desaparición de conocimientos y técnicas tradicionales debido a la falta de transmisión a nuevas generaciones.

Inestabilidad Política: Situaciones de inestabilidad política que pueden afectar el entorno empresarial y la capacidad de operar de manera segura.

Problemas de orden público: situaciones de orden público en los territorios que pueden afectar la seguridad de los artesanos y sus familias.

DESARROLLO DE ESTRATEGIAS

Basadas en el Análisis FODA

En el mundo artesanal, comprender y aprovechar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas es clave para el éxito. Aquí se presentan algunas estrategias prácticas para hacerlo:

Desarrollo de Estrategias Basadas en el Análisis FODA

01 Estrategias de Fortalezas-Oportunidades (FO):

Utilice los puntos fuertes para aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado artesanal.

- **Ejemplo:** Si su taller tiene una técnica de tejido única (fortaleza) y hay una feria artesanal que valora la originalidad (oportunidad), participa activamente en esa feria para destacar su trabajo.

02 Estrategias de Debilidades-Oportunidades (DO):

Trabaje en sus áreas de mejora para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado.

- **Ejemplo:** Si le falta conocimiento en mercadeo digital (debilidad) pero nota una creciente demanda en línea de artesanías (oportunidad), considera tomar un curso en línea sobre mercadeo digital para expandir su alcance en el mercado digital.

03 Estrategias de Fortalezas-Amenazas (FA):

Utilice sus fortalezas para contrarrestar o minimizar las amenazas que puedan afectar el negocio.

- **Ejemplo:** Si tiene una fuerte presencia local (fortaleza) y hay una amenaza de competencia online, puede capitalizar su relación con la comunidad local ofreciendo talleres o clases que fortalezcan su vínculo con los clientes locales.

04 Estrategias de Debilidades-Amenazas (DA):

Desarrolle planes para mejorar sus áreas débiles y evitar que las amenazas afecten su negocio.

- **Ejemplo:** Si sus materiales son costosos (debilidad) y hay una amenaza de aumentos de precios, considere buscar proveedores alternativos o ajustar su línea de productos para mantener su rentabilidad y competitividad en el mercado.

Con estas estrategias adaptadas al taller o grupo artesanal, se estará mejor preparado para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que se presenten en el camino hacia el éxito en el mundo de la artesanía.

Ejercicio Práctico:

Instrucciones:

- 1** Piense en un objetivo que desea alcanzar como artesano, como "Expandir mi negocio en línea".
- 2** Realice un breve análisis FODA sobre su situación actual.
- 3** Basándose en su FODA, defina al menos tres estrategias que le ayudarán a alcanzar su objetivo.

Ejemplo: Objetivo: Expandir mi negocio en línea.

Análisis FODA:

- F** Amplio conocimiento sobre mis productos.
- O** Crecimiento de las compras en línea debido a las tendencias actuales.
- D** Poca familiaridad con plataformas de venta en línea.
- A** Mucha competencia en el mercado en línea.



ESTRATEGIAS:

- 1** Crear tutoriales o blogs sobre mis productos aprovechando mi conocimiento (estrategia FO).
- 2** Tomar un curso en línea sobre cómo vender en plataformas como Etsy o Amazon (estrategia DO).
- 3** Establecer alianzas o colaboraciones con otros artesanos para destacar en el mercado en línea y enfrentar la competencia (estrategia FA).

Con estas estrategias, se podrá aprovechar las fortalezas, abordar las debilidades y enfrentar las amenazas para lograr con éxito el objetivo de expandir el negocio en línea.



IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO:

Objetivo del Taller:

Aplicar estrategias comerciales únicas para cada tipo de cliente, generando un aumento en la satisfacción de los compradores y una mejor utilización de los recursos en la promoción, comercialización y venta de los productos artesanales.

El propósito es lograr que los artesanos realicen una clara identificación de su mercado objetivo, organizando los grupos que comparten características similares:

- Rangos de edad (niños, jóvenes, adultos, adultos, mayores)
- Ingresos económicos (bajo, medio, medio – alto, alto)
- Rasgos de personalidad
- Comportamientos
- Intereses
- Necesidades
- Ubicación geográfica

La identificación del mercado permite crear estrategias para diferentes tipos de consumidores, considerando la forma en la que perciben el valor total de los productos y servicios. De esta forma es posible introducir mensajes personalizados con la certeza de que serán recibidos con éxito.

Una clasificación adecuada los llevará a optimizar productos, esfuerzos de mercadeo, publicidad y ventas.

- a** ¿A qué tipo de cliente quieres llegar con los productos? (Mujeres, hombres, jóvenes, mayores, niveles de ingresos altos, entre otros).
- b** ¿Dónde están ubicados los clientes a los que se quiere llegar? (País, ciudad, zonas rurales, barrios).
- c** ¿Cuál es el estilo de vida de los clientes? (Sociable, introvertido, clásico, etc.).

Con esta identificación detallada del mercado, los artesanos podrán entender mejor a sus clientes, adaptar sus productos y mensajes de promoción de manera más efectiva, y así, aumentar la satisfacción del cliente y el éxito general del negocio artesanal.

¿CÓMO PODEMOS IDENTIFICAR EL MERCADO?

- 1. IDENTIFICACIÓN GEOGRÁFICA:** Los intereses y necesidades de los clientes potenciales, varían según el lugar donde viven, el clima y su región. Comprender esto, les permite determinar dónde vender y publicitar sus productos, así como definir las estrategias adecuadas para lograr expandir su negocio.

Ejercicio práctico:

- a** Escribe los nombres de las ciudades donde más se realizan ventas de los productos.

- b** ¿Por qué consideras que tu producto es atractivo para esas regiones?

- c** ¿Cuáles son los productos que más vendes en esas regiones?



2. IDENTIFICACIÓN DEMOGRÁFICA: El proceso de diferenciación pasa por tener en cuenta características muy particulares de las personas como la edad, género, nacionalidad, nivel educativo, tamaño de la familia, ocupación, ingresos, etc.

Ejercicio práctico:

- Describe en pocas palabras al cliente ideal para tu producto:

Escoge uno de tus productos:

Quién lo compraría:

Hombre _____ Mujer _____ Rango de edad del cliente: _____

Nivel de ingresos del cliente:

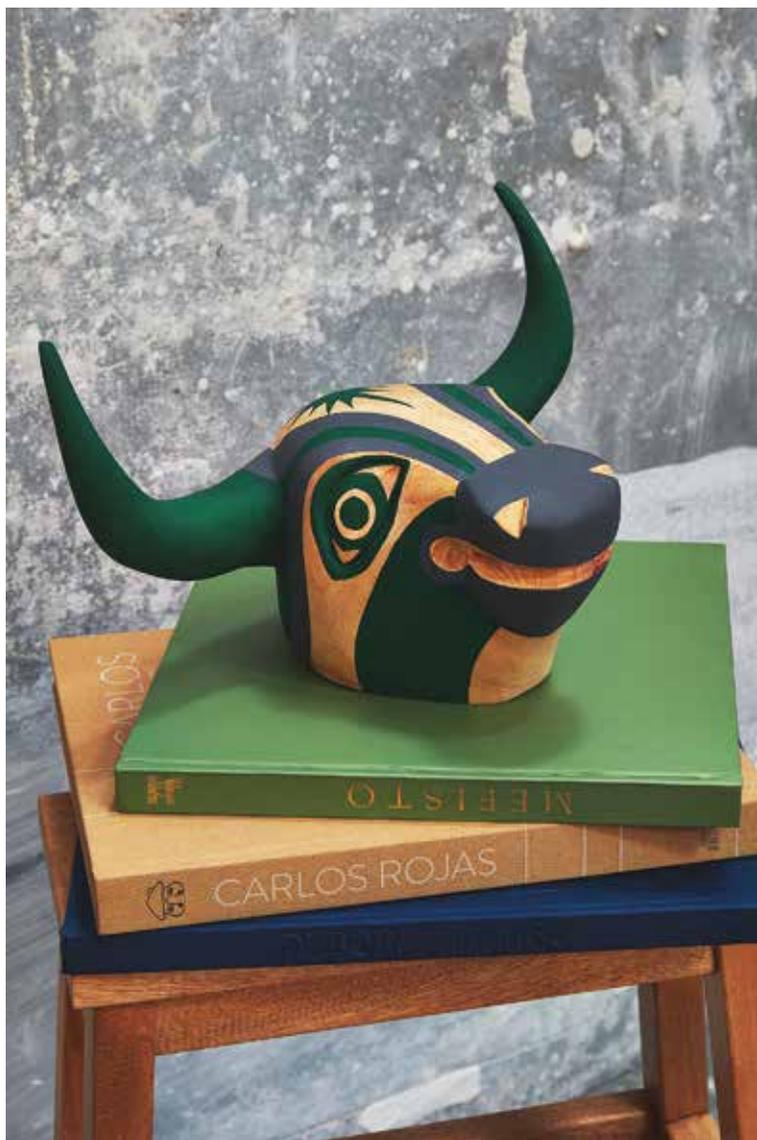
Alto ____ Medio ____ Bajo _____

Gustos o preferencias de productos _____

Personalidad:

Introvertido ____ Extrovertido _____

Moderno: Si ____ No _____



CONOCER AL CLIENTE: Es la oportunidad de identificar el tipo de cliente, sus necesidades y los motivos que finalmente conducen a la compra o adquisición del producto.

El contacto directo con el cliente permite plantear interrogantes sobre los gustos y preferencias a la hora de realizar las compras.

Ejercicio práctico:

a Escribe 3 preguntas que consideres importantes para tener información de tu cliente sobre lo mencionado anteriormente.

EJEMPLO:

¿Cuáles son sus colores favoritos?

¿Prefiere un bolso tejido? ¿O un bolso de cuero?

¿Usa bolso grande o pequeño?

Qué es más importante para usted: ¿Precio o Calidad?



3. IDENTIFICACIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE

¿Cómo se comporta el cliente frente al producto?

Conocer el comportamiento de los clientes frente al producto posibilita no solo la identificar el mercado sino un acercamiento más efectivo a la población objeto e interesada en el tipo de productos ofertados.

El cliente cuando entra en contacto con el producto puede tener algunas de las siguientes reacciones:

- Compran de inmediato
- Observan, revisan muy bien antes de decidir si llevarlo.
- Dudan si llevar el producto.
- Posponen la decisión de compra.
- Se sienten atraídos por un producto, pero terminan comprando otro.

Estas reacciones permiten entender al cliente y tomar decisión frente a los rangos de precios, las exhibiciones de los productos, las líneas de productos a desarrollar, entre otros.

Conocer el comportamiento ayuda a determinar cómo actúan los clientes y en particular como responden a ciertos productos, incluyendo factores como:

- a Patrones de uso:** Indican la frecuencia y la cantidad de uso del producto.
- b Lealtad a la marca:** La fidelidad a una marca en términos de lealtad, cambio o deslealtad.
- c Beneficios buscados:** Las ventajas específicas que los clientes esperan obtener del producto, como su precio, características específicas y calidad.
- d Ocasión de compra:** el momento en que las personas compran o usan el producto. Esto puede ser diario, festivo o de acuerdo a la realización de eventos especiales.



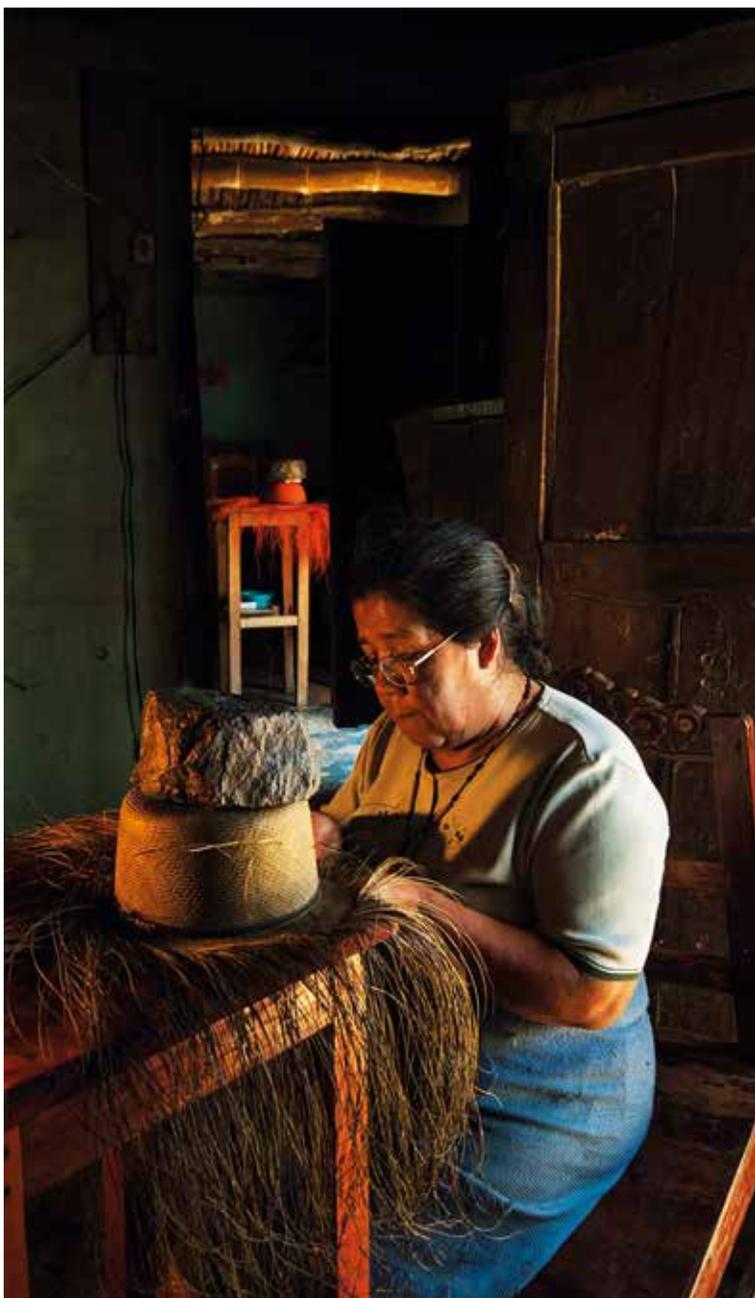
Ejercicio práctico:

Escoge uno de tus productos:

¿Por qué crees que tus clientes compran tus productos?

¿Cómo reacciona el cliente frente a tu producto?

¿Qué hace que tu cliente te compre nuevamente?



PASO A PASO PARA HACER UNA BUENA IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO:

1 Define y determina qué tan grande o pequeño es el mercado de los productos:

¿A dónde está tu mercado geográficamente? (zona, ciudad o país) y qué tipo de producto necesita?

Ejemplo: Mi cliente está en el exterior y necesita mochilas para su almacén.

2 Comprenda su mercado: (Preguntas adecuadas para conocerlo mejor)

Haz preguntas específicas acerca de temas como:

Usted compra producto hecho a mano SI ____ NO ____

Al momento de comprar usted decide por Calidad ____
Precio ____

¿Confía en la calidad de los productos hechos a mano? Si ____
No ____

3 Construya su grupo de clientes: (Recoge la información y analízala).

El proceso finaliza al recopilar la información que permita definir la estrategia de promoción y venta de tus productos.



MOTIVADORES DE COMPRA

Son los factores o razones que influyen en la decisión de un cliente para comprar un producto o servicio y son claves a la hora de desarrollar la estrategia. Estos motivadores pueden ser de diversos tipos y dependen de varias categorías, incluyendo las necesidades, deseos, emociones, y circunstancias específicas del comprador. A continuación, se presentan algunos ejemplos de motivadores de compra comunes:

- Necesidad: De uso indispensable
- Deseo de estatus o prestigio
- Precio
- Calidad
- Servicio
- Experiencias anteriores
- Emociones

03

CÁLCULO DE COSTOS Y PRECIOS

OBJETIVO DEL TALLER:

- Orientar a los artesanos en cómo conocer cuánto le cuesta la elaboración de sus productos para establecer precios competitivos y justos. Esta información es necesaria para tener éxito en los negocios que realice.

1. ¿Que es el costo?

El costo se refiere a cuanto paga por los materiales y los otros gastos que utiliza en la producción de las artesanías.

Importancia del Costeo:

Costear el producto permite a los artesanos determinar:

- Cuánto fue lo invertido en la elaboración de los productos.
- Conocer en el momento que hace la venta cuanto se gana o si está perdiendo.
- Mejorar su capacidad de negociación.
- Conocer que descuentos puede hacer y fijar precios para ventas al por mayor.
- Actualizar regularmente los precios.

Con el cálculo adecuado de costos, los artesanos pueden tomar decisiones comerciales más informadas, garantizar márgenes de ganancia y mantener relaciones comerciales sólidas con sus clientes.

Tipos de Costos de Producción:

1. Costos Directos:

- **Materia Prima y Materiales:** Incluye el valor que se paga por la materia prima y los materiales utilizados en la elaboración del producto. En este costo se incluye el transporte de la materia prima hasta el taller o lugar donde se procesa para la elaboración de los productos.
- **Mano de Obra:** Representa el valor que se paga a las personas vinculadas para producir los objetos artesanales. Se calcula multiplicando el costo de la hora de trabajo por el número de horas dedicadas a la elaboración del producto.
- **Arrendamiento.** Es el valor que se paga por el espacio utilizado por el taller.

2. Costos Indirectos:

- o **Empaque y Etiqueta:** Costos asociados con el embalaje y la etiquetación del producto.
- o **Servicios Públicos:** Gastos relacionados con el consumo de servicios básicos, como electricidad, agua y gas, en el proceso de fabricación.
- o **Material Promocional:** Incluye los costos de cualquier material utilizado para promocionar o comercializar el producto.

3. Distribución:

Costo de Transporte del Producto:

Incluye los gastos asociados con el transporte del producto desde el lugar de producción hasta su destino final, ya sea un punto de venta o un centro de distribución.

Es importante tener en cuenta estos diferentes tipos de costos al calcular el costo total de producción y al establecer precios de venta competitivos y rentables.

Pasos para el Cálculo de Costos:

- 1. Identificar los recursos necesarios para la Producción:** Determine todos los recursos utilizados en la elaboración del producto, incluidos materiales, mano de obra y gastos generales.
- 2. Asignar Costos a los recursos necesarios para la Producción:** Calcule el costo de cada recurso utilizado en la producción, considerando su precio unitario y la cantidad requerida.
- 3. Sumar los Costos:** Totalice todos los costos asociados con la elaboración del producto para obtener el costo total de producción.
- 4. Determinar el Precio de Venta:** Una vez que se conoce el costo total, agregue un margen de ganancia deseado para establecer el precio de venta. Considere también factores como la demanda del mercado y la competencia.

¿Cómo Calcular el Costo de Producción?

El costo total de producción se obtiene sumando los siguientes elementos:

Materia Prima + Materiales + Mano de Obra + Costos Indirectos + Costo de Distribución (Si aplica).

2. ¿CÓMO DEFINIR EL PRECIO DEL PRODUCTO?

El precio de venta se calcula utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{PRECIO} = \text{COSTO TOTAL} / (100 - \% \text{ DE GANANCIA})$$

Además del costo y la ganancia, se debe considerar el valor agregado que se atribuye a la autenticidad, propiedad intelectual y exclusividad del producto creado, este valor se puede considerar en un 10% a 20% adicional al precio ya calculado.

3. ¿CÓMO SE DEFINE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN?

La capacidad de producción es la cantidad máxima de productos que un grupo artesanal puede fabricar utilizando los recursos disponibles en un período de tiempo específico, generalmente en un mes.

Ejemplo:

UNIDADES/ HORA:	2
HORAS DIARIAS TRABAJADAS:	8
UNIDADES DIARIAS:	2X8 = 16
UNIDADES SEMANALES	16X5 = 80
UNIDADES MENSUALES	80X4 = 320

Ejercicio práctico:

La Asociación Jaipono produce bisutería y accesorios en chaquira, durante el año 2023 elaboró la línea de productos "Pintura Facial"; por su página de Instagram. Lo contactó la tienda "Productos de Colombia" y le solicitó la lista de precios de sus productos. El grupo requiere calcular el precio del producto y para eso cuenta con los siguientes datos:

Peso del producto: 80gr

Cantidad Requerida de hilo: 2 metros

Costo de libra de Chaquira (500 gr): \$42.000

Costo de cono de hilo (5 metro): \$5.700

Horas de elaboración: 12 horas

Jornal de la zona (8 horas de trabajo): \$30.000

Empaque por pieza: \$2.000

Etiquetas de producto por (100 unidades): \$50.000

% de ganancia: 12%

Solución del ejercicio:

Lo primero que tiene que hacer el grupo es calcular el costo total de producción, para ello necesita conocer el valor total de la materia prima que emplea en la elaboración de sus productos, el cual se obtiene de la siguiente forma:

Costos de las materias primas (hilo y chaquiras) =

Costo del hilo = \$5.700 (costos del cono de hilo de 5 metros) ÷ 2 metros (cantidad de hilo requerida)

Costo total del hilo = \$2.850

Costo de la Chaquira = \$42.000 (costo de la libra de Chaquira) ÷ 500 gr (cantidad de hilo del cono)

Costo del gramo de Chaquira = \$84

Costo total de la Chaquira = \$84 (costo del gramo de hilo) × 80 (peso del producto) = \$6.720

Costo total de la Chaquira = \$6.720

Ahora, se suma el costo del hilo más el costo de la chaquira para hallar el costo total de los materiales:

Costo total de la materia prima = \$2.850 + \$6.720 = \$9.570

Ahora, se requiere calcular el costo de la mano de obra, para ello se tiene que:

- Valor del Jornal de la zona (8 horas de trabajo): \$30.000
- Horas de elaboración del producto: 12 horas

Lo primero es determinar el valor de la hora de trabajo, el cual se obtiene de dividir el valor total del jornal de la zona entre el número de horas: $\$30.000 \div 8 = \3.750

Luego, se multiplica el valor de la hora de trabajo por el número de horas de elaboración del producto:

$= \$3.750 \times 12 = \45.000

Costo de mano de obra = \$45.000

Una vez calculados los costos de la materia prima y de la mano de obra, se revisa que otros costos están asociados en la elaboración del producto, en este ejercicio se tiene:

- Empaque por pieza: \$2.000
- Etiquetas de producto por (100 unidades): \$50.000, se debe calcular el valor de cada etiqueta, en este caso sería de = \$500

Ahora sí, se procede a calcular el costo total de producción:

Recuerde: El costo total de producción se obtiene sumando los siguientes elementos:

Materia Prima + Materiales + Mano de Obra + Costos Indirectos + Costo de Distribución (Si aplica)

Costo total de producción = \$9.570 + \$45.000 + \$2500

Costo total de producción = \$57.070

Finalmente, se determina el precio de venta del producto

PRECIO = COSTO TOTAL / (100 - % DE GANANCIA)

- Para este ejercicio se estableció un porcentaje de ganancia del 12%

PRECIO = \$57.070 / (100 - 12%)

PRECIO = \$68.484

04

MANEJO DE REGISTROS:
INVENTARIOS, LISTAS DE PRECIOS Y REGISTROS DE VENTAS

OBJETIVO DEL TALLER:

- Guiar a los artesanos en el manejo adecuado de los inventarios, listas de precios y registros de ventas que les permita organizar de la mejor manera sus talleres y tener así un mejor control de los recursos, materiales y existencias de productos terminados.

¿QUE ES UN INVENTARIO?

Un inventario es una herramienta que permite llevar el control de los productos que se elaboran en el taller artesanal.

Es un documento donde se relaciona la cantidad de materiales, materias primas y productos terminados del taller artesanal para conocer las ventas, compras, identificar pérdidas, daño de productos y devoluciones.

Hay inventarios de materia prima, de materiales y de productos terminados. Un buen manejo del inventario sirve entre otras cosas para crear estrategias de negociación, para conocer el comportamiento del mercado y para tomar decisiones rápidas.

Ejercicio práctico:

Piense en el proceso de producción de sus artesanías y responda las siguientes preguntas:

¿Cuántas líneas de producto estás manejando actualmente?

¿Sabes cuál es el producto que más se vende?

¿Mantienes un inventario de productos por cada línea que manejas?

TIPOS DE INVENTARIOS:

- 1. Inventario Inicial:** es el Inventario que se realiza al iniciar un nuevo ciclo de producción o inicio de una acción a largo plazo.
- 2. Inventario Final:** Este inventario se registra hasta el final del ciclo de producción con el objetivo de terminar la totalidad de las piezas o productos con que se cuentan para un objetivo específico, ejemplo para participar en una feria, un pedido de un cliente, entre otros.

¿POR QUÉ ES BUENO LLEVAR UN INVENTARIO?

- a. Porque ayuda a definir en qué épocas se genera la mayoría de las ventas
- b. Sirve como mecanismo de control de materiales, materias primas y productos del negocio artesanal.
- c. Detecta posibles pérdidas de productos o materiales durante un evento comercial.
- d. Permite conocer los niveles de producción.
- e. Muestra claramente el nivel de demanda por cada línea de producto.



Ejercicio práctico:

Elabore su inventario de productos:

- a. Cree un código o referencia para la línea de producto
- b. Dale un nombre a cada uno de los productos
- c. Describe de manera breve el producto
- d. Cuente los productos de ese nombre que tiene actualmente
- e. Calcule el costo de elaborar ese producto
- f. Multiplique el costo del producto por el número de productos que tiene actualmente
- g. Cuando elabore un nuevo producto de ese mismo nombre y descripción, lo registra como una entrada en su inventario.
- h. Cuando vende un producto de ese mismo nombre y descripción, lo registra como una salida en su inventario.
- i. Al final de un periodo (mes, año) o de un evento comercial, resta el número de productos vendidos del inventario inicial, ese es el total de productos en existencias en su taller artesanal.



REPORTES DE VENTAS

Llevar registros de ventas es importante por varias razones:

- **Control Financiero:** Ayuda a llevar un control preciso de los ingresos generados por la venta de los productos artesanales, permitiendo una mejor gestión de las finanzas del taller.
- **Toma de Decisiones:** Proporciona datos esenciales para tomar decisiones informadas sobre producción, precios y estrategias de mercadeo.
- **Evaluación del Desempeño:** Permite evaluar el rendimiento de los productos, identificando cuáles son los más vendidos y cuáles necesitan ajustes o promociones adicionales.
- **Planificación y Estrategia:** Facilita la planificación a futuro, ya que conociendo las tendencias de ventas se pueden anticipar necesidades y preparar estrategias adecuadas.
- **Gestión de Inventario:** Los registros de ventas están directamente relacionados con el inventario. Mantener un registro actualizado de las ventas permite saber cuántos productos quedan en inventario, evitando tanto el exceso como la escasez de productos.

RELACIÓN ENTRE EL REPORTE DE VENTAS Y EL INVENTARIO:

Un reporte de ventas detallado contribuye a una gestión eficiente del inventario de la siguiente manera:

- **Actualización del inventario:** Cada venta registrada disminuye automáticamente la cantidad de productos en inventario, asegurando que siempre se tenga un recuento preciso.
- **Prevención de Escasez:** Conociendo las ventas, se puede prever cuándo será necesario producir más productos para evitar quedarte sin existencias.
- **Detección de Exceso:** Identifica productos que no se están vendiendo bien, lo que ayuda a ajustar la producción y evitar el exceso de inventario.
- **Rotación de Productos:** Ayuda a analizar cuáles son los productos que más se mueven del inventario, permitiendo una mejor planificación de la producción y gestión del espacio de almacenamiento.

En resumen, llevar registros de ventas no solo proporciona un control financiero sólido, sino que también es crucial para una gestión eficiente del inventario, asegurando que se pueda satisfacer la demanda sin incurrir en costos innecesarios.

05

GESTIÓN COMERCIAL

¿QUÉ ES LA GESTIÓN COMERCIAL?

Son todas las actividades, estrategias y procesos que realiza el taller artesanal, para gestionar las ventas y las relaciones con los clientes. Su objetivo principal es mejorar las ventas y asegurar la satisfacción del cliente.

APROPIACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

Objetivo:

- Realizar un acercamiento a las principales herramientas tecnológicas utilizadas en la gestión del taller artesanal

Las herramientas tecnológicas son necesarias para el intercambio de información y conocimientos. Facilitan la colaboración y la comunicación entre personas, independientemente de su ubicación geográfica, cuando las reuniones presenciales no son posibles o recomendables.

El propósito de esta guía es realizar un acercamiento al uso inicial de algunas de estas herramientas, como son:

- El correo electrónico
- Plataformas de Videollamadas
- WhatsApp
- Canva
- Edición de fotografía

Para el uso de estas herramientas tecnológicas se requiere contar con:

- Acceso a internet
- Línea telefónica
- Equipos de tecnología como computador, Tablet y/o teléfono celular.



CORREO ELECTRÓNICO

Es una herramienta de comunicación indispensable no solo para mantener contacto con los clientes, sino también para poder acceder a diferentes plataformas en internet.

¿Que son Plataformas de internet?

Las plataformas de internet son sitios web o aplicaciones en línea donde las personas pueden comprar, vender, promocionar productos y servicios, o interactuar con otros usuarios. Estas plataformas facilitan el intercambio de información, bienes y servicios de manera rápida y eficiente.

Las plataformas de internet son herramientas poderosas que pueden ayudar a expandir el negocio, llegar a nuevos clientes y aumentar las ventas de manera significativa. La mayor ventaja de estas plataformas consiste en la posibilidad de acceder desde el celular cuando no se cuenta con un computador portátil o de escritorio.

¿Cómo crear una cuenta de correo electrónico?

Para empezar a utilizar una cuenta de correo electrónica como plataforma de comunicación se deben seguir los siguientes pasos:

1. Escoger la plataforma que convenga:

Existen muchas plataformas que ofrecen la posibilidad de crear una cuenta de correo electrónico. Por lo tanto, las personas que se encuentren en este proceso puedan escoger y adecuarse a la web que les resulte más sencilla. Las principales son:

- Gmail (recomendado)
- Outlook
- Yahoo Mail
- *Por su practicidad de uso se recomienda crear una cuenta en Gmail, para ello Ingrese a: www.gmail.com*

2. Elegir un nombre de usuario.

Crear un nombre para el correo electrónico, este debe ser claro, de fácil recordación, porque será la dirección de correo que se compartirá a familiares, amigos, y clientes. Es posible que, dado que hay tantos millones de personas, no se encuentre un nombre sencillo para el correo, por ejemplo, nuestro nombre de pila; en estos casos tendremos que introducir variantes hasta encontrar alguno que se pueda usar.

Ejemplo:

joyeriaancestral@gmail.com

(si es para el uso de su taller artesanal), de no estar disponible el usuario, intentar agregando un número:

Joyeriaancestral16@gmail.com.

Ejercicio práctico:

Escriba el nombre que le pondría a su usuario de correo electrónico:

3. Contraseña y confirmación de la misma.

Es necesario elegir una contraseña y repetirla para su posterior verificación. Es importante que esta sea segura. Para ello, hay que incluir mayúsculas, minúsculas, números y símbolos. Al menos debe tener ocho caracteres e incluir más si queremos incrementar la seguridad.

La contraseña es uno de los pasos más importantes cuando se desea crear una cuenta de correo. Se recomienda una contraseña que se pueda recordar con facilidad pero que, a la vez, no sea sencilla de replicar. Usualmente se utiliza la fecha o mes de nacimiento, una fecha importante, el nombre de la mascota o algo fácil de memorizar. También, es importante alternar el uso de letras mayúsculas con minúsculas:

Ejemplo: Caramelo2024!

Ejercicio práctico:

Escriba la contraseña que usaría para su usuario de correo:

Las cuentas de correo electrónico ofrecen la posibilidad de señalar la opción "recordar cuenta", donde al activarla se puede guardar el nombre de la cuenta de correo y la contraseña. De este modo, cada vez que se quiera ingresar a la cuenta, no se tendrá que introducir ni el correo ni la contraseña. También es importante anotar que la mayoría de plataformas de correo electrónico son gratuitas.



VIDEOLLAMADAS

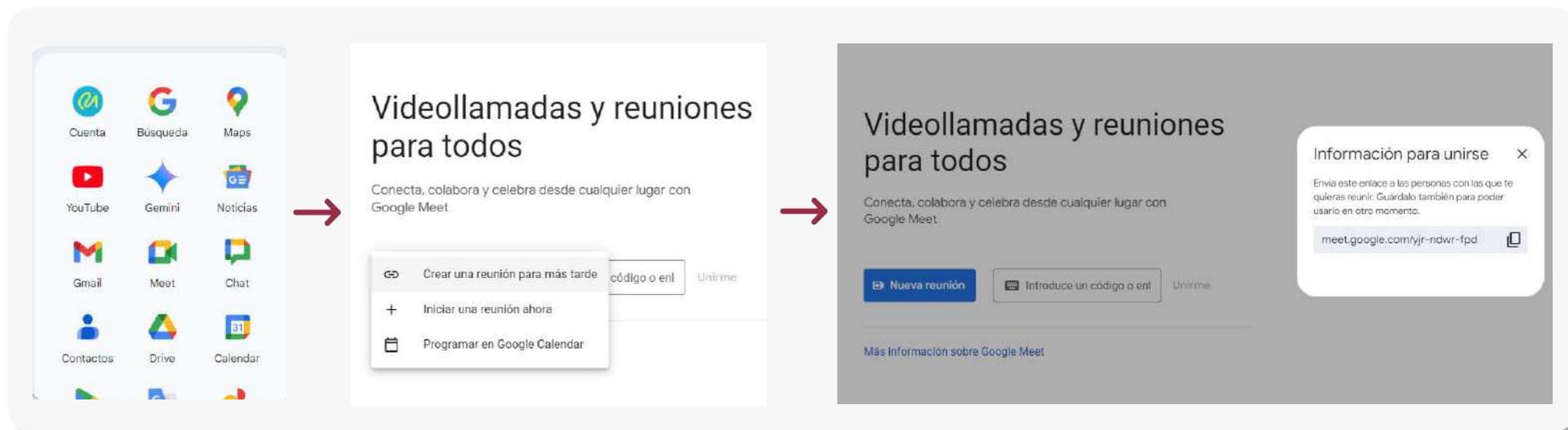


Las plataformas de videos llamadas son otra de las herramientas de comunicación a las cuales se puede recurrir para interactuar con colaboradores, proveedores y clientes, cuando no se está en el mismo lugar.

Existen diferentes plataformas que, al instalarlas en el celular o computador, permiten tanto hacer una videollamada para conectar con alguien, como aceptar la llamada de otra persona que esté enviando la invitación.

Algunas de las plataformas más reconocidas son: Zoom y Google Meet, las cuales tienen la ventaja que permiten presentar a los demás asistentes el contenido de una presentación para dar a conocer un concepto o una idea.

Al crear una cuenta de correo electrónico en la plataforma de Gmail, se tiene acceso a una herramienta llamada Meet, desde donde se puede programar reuniones para compartir con otras personas, según se muestra en la imagen:



El link que se genera se comparte con los contactos que se desea asistan a la reunión virtual.

La invitación a participar en una videollamada se puede enviar desde diferentes canales: desde el correo electrónico, a través del WhatsApp personal, incluso desde una red social. Solo se necesita el link para acceder a la videollamada y dar clic en el enlace.

Ejemplo de un link que le pueden compartir para una video llamada:

"Entre a la charla dando clic en el siguiente link: <https://meet.google.com/ume-qzae-zfb>"

Ejercicio práctico:

Ingresa a su correo electrónico y cree un link para invitar a otras personas a una reunión

Cuando se está dentro de la video llamada, existe la posibilidad de participar como si se estuviera en una reunión presencial, con las opciones de levantar la mano o escribir en el chat se pueden hacer preguntas o dar un aporte a viva voz. Incluso, se puede reaccionar a la información que se está compartiendo a través de los emoticones.



WHATSAPP

WhatsApp es una plataforma tecnológica y red social, la cual es posible descargar de forma gratuita. Permite enviar mensajes, realizar llamadas y video llamadas, para lo cual es necesario contar con conexión a Internet en el teléfono celular.

Esta plataforma no solo permite el intercambio de textos, sino también de audios, videos y fotografías, además de la realización de llamadas. También es posible crear grupos o participar en ellos, cuando hay un tema en común.

Recomendación: destinar un número de teléfono y WhatsApp único para el taller artesanal, esto permitirá crear una base de datos de los clientes y estar en permanente contacto con ellos.



CANVA

Es otra de estas plataformas digitales que se utiliza para la creación de contenido cuando se necesita promocionar el taller artesanal. Tiene innumerables usos, algunos de ellos:

- Creación de imágenes para redes sociales
- Creación de tarjetas de presentación
- Creación de presentaciones
- Creación de diseños para Páginas web
- Diseños de catálogo

¿Cómo empezar a utilizar esta plataforma?

Se ingresa desde el celular o computador a: <https://www.canva.com/>. También puede descargar la aplicación Canva en su teléfono.

Al ingresar, es necesario crear una cuenta para que se guarden las creaciones que se realicen. Después de eso, en la página de inicio, aparecerán varias

plantillas recomendadas por Canva en la pestaña «Recomendado».

Además de las plantillas recomendadas, que se pueden editar, es posible crear un diseño con medidas personalizadas.

Para guardar, se debe hacer clic en el botón «descargar» en la esquina superior derecha o compartirlo con alguien por email o un enlace editable.

Lo interesante de esta plataforma es que se puede escribir un tema en las plantillas y editar uno que esté listo cuando no se tienen profundos conocimientos de diseño. Luego de crear el diseño en Canva, se puede publicar en cualquiera de las redes sociales, de acuerdo al formato de cada una.



EDICIÓN DE FOTOGRAFÍAS

Cuando se toma una fotografía en el celular y se abre desde la galería, es posible modificarla posteriormente usando el editor del celular que por defecto es el más sencillo y más rápido.

Ejercicio Practico:

- Abra cualquier fotografía en su celular y vaya al lápiz que le aparecerá en la parte inferior izquierda, haciendo clic. Este le permitirá modificar la imagen en relación al tamaño, al color, la iluminación y foco.

Si usted adquiere destreza con la herramienta de su celular y quiere profundizar en el tema, podrá descargar una de las muchas aplicaciones que existen para la edición de fotografías, por ejemplo:

- Adobe Lightroom
- Snapseed
- Adobe Photoshop Express
- VSCO
- Prisma
- Pixlr
- Photo Lab

PARTICIPACIÓN EN EVENTOS COMERCIALES

Objetivo:

- Aprender a maximizar el éxito de la participación en eventos comerciales como ferias y mercados itinerantes.

En este taller, se abordarán temas clave como la selección del evento, preparación previa al evento, el diseño y presentación del stand, técnicas de interacción con los clientes, estrategias de cierre de ventas y seguimiento post evento. Se entregarán herramientas prácticas para atraer clientes, destacar los productos y aumentar las ventas, asegurando una participación efectiva y rentable en cualquier evento comercial.

ANTES DE PARTICIPAR EN UN EVENTO COMERCIAL:

1. Identifique el evento: ¿Dónde es?, cuál es el espacio donde exhibirá sus productos, fecha inicial y final, temática, que tipo de artesanía se puede llevar.

2. Prepare la participación en el evento comercial:

- **Postulación:** identifique y analice las características del evento
 - **Ferias locales:** dirigido a un público cercano y poco expositores
 - **Ferias regionales:** dirigido a un público de una región en especial
 - **Ferias nacionales:** dirigido a un público de varios territorios
 - **Rueda de negocios:** espacio creado por entidades para promocionar y facilitar productos en los cuales hay condiciones como cantidad, calidad, precio.
 - **Muestra artesanal:** promueve la cultura de una comunidad, lenguaje, danza y talleres artesanales.

Se deben tener en cuenta los requisitos mínimos de participación, como son:

- Catálogo de productos.
- Listado de precios al por mayor y al detal.
- Imagen corporativa definida.
- Diligenciar el formulario de inscripción.
- Documentación legal del taller artesanal actualizada (cédula de ciudadanía, RUT, certificación bancaria)

3. Calcule los gastos de participación en el evento:

Una vez aprobada su participación, tenga en cuenta los gastos que generara la participación, tales como:

* **Transporte de materiales:**

se entiende como el costo de envío de los productos hacia la feria y el costo de regreso de los productos que no se lograron vender. Además, es importante tener en cuenta los tiempos de envío y regreso de los productos.

* **Desplazamientos:**

son los gastos de trasladarse desde el lugar de residencia hasta el lugar de la feria, estos pueden incrementar en las ferias que se realicen fuera de la ciudad de residencia. Se debe contar con un presupuesto para ese gasto y elegir la opción de transporte: avión, terrestre, fluvial, que mejor se adapte al mismo.

* **Alojamiento y alimentación:**

son los gastos por quedarse en hoteles y comer en restaurantes en los días de duración del evento comercial. Para optimizar estos gastos se recomienda conseguir un alojamiento con desayuno incluido no muy costoso, e incluir en el presupuesto todos los gastos destinados a la alimentación.

4. Prepare la producción:

Según la duración del evento comercial, se debe preparar el inventario de productos artesanales a llevar, con el fin de poder garantizar que se tenga disponibilidad de productos todos los días del evento. Así mismo, se deben establecer metas de ventas.

5. Prepare los diferentes medios de pago a ofrecer a los clientes:

Es importante contar con facilidades de pago de los productos además del efectivo, para así evitar pérdidas de ventas. Algunas opciones que se pueden tener son pago con datafono, aplicaciones de pago que ofrecen algunas entidades bancarias como Nequi y Daviplata, además de la opción de transferencia a la cuenta bancaria.

6. Prepare el material de promoción y publicidad:

Antes de participar en el evento ferial es importante preparar el material publicitario y de promoción, a través del cual se dará a conocer la artesanía y la marca artesanal; con el fin de aumentar la visibilidad del taller y las ventas de los productos que se elaboran. Además de transmitir un mensaje comercial a un público objetivo.

- **Preliminares de participación:**

- * **Detalles del montaje:** observe el espacio a utilizar, que materiales se pueden usar para no dañar la estructura

- * **Kit de feria:** llevar materiales para utilizar en la feria y no tener que buscarlos en un territorio el cual se desconoce, aquí algunos de los materiales necesarios:



En este kit se puede incluir medicamentos, según prescripción médica, también para prevenir algunos síntomas de salud que puedan afectar su participación en la feria. Se recomienda incluir medicamentos para el dolor de cabeza, malestar estomacal y general.

Otra recomendación importante es vestir ropa adecuada durante la feria, se recomienda hacer una investigación previa al evento, sobre el clima del lugar donde se va a hacer la feria y adaptar su equipaje según este.

DURANTE EL EVENTO FERIA:

- **Del stand:** es importante asegurarse de que sea atractivo visualmente, que muestre claramente los productos y que tenga información acerca de usted como artesano y su trabajo.
- **De la presentación de los productos:** es crucial resaltar las características únicas de cada pieza, su proceso de elaboración y su valor artesanal.

¡Importante!

Recuerde destacar las características únicas de su artesanía, como el material utilizado, el proceso de elaboración y cualquier detalle especial que la haga sobresalir y aumentar el valor percibido. Además, es útil tener a mano folletos o tarjetas con información adicional sobre el artesano y su trabajo, para que los clientes interesados puedan llevarse la información del grupo artesanal.

- **Interacción con los clientes:** es fundamental ser amable y estar dispuesto a brindar información respondiendo todas las preguntas que surjan sobre sus productos.

¡Importante!

Es fundamental ser amable, atento y estar dispuesto a contar la historia detrás de cada pieza artesanal. Escuchar las preguntas e inquietudes de los clientes y ofrecerles información detallada sobre los productos puede marcar la diferencia en su decisión de compra.

- **Aproveche el espacio para hacer un análisis de precios:** Analice el producto frente al de la competencia, y cuál es la aceptación del producto por parte del cliente.

Recuerde:

La gestión comercial es vital para el éxito del taller artesanal, ya que implica la conexión directa con el mercado y los consumidores. Una gestión comercial efectiva no solo impulsa las ventas, sino que también fortalece la posición del taller artesanal en el mercado.

¡PRACTIQUEMOS!

¿Qué es la gestión comercial?

Cree una historia a partir de la

Siguiente imagen, y léala o compártala con sus compañeros



Recomendaciones generales finales: llevar medicamentos si así lo requiere, zapatos cómodos, etiqueta de los productos, libreta de anotaciones, calculadora, etc.

ESTRATEGIAS DE REDES SOCIALES

Objetivo:

Capacitar a los artesanos y artesanas en el uso estratégico de las redes sociales para promover y vender sus productos, incrementando su visibilidad y alcance en el mercado digital, y fomentando una comunidad en línea que valore y apoye sus productos artesanales.

¿Qué son las Redes Sociales?

Son comunidades formadas a través de internet, en las cuales las personas y empresas se agrupan en funciones de sus intereses, y donde pueden conectar e interactuar de manera sencilla a través de la red, con cualquier persona del mundo.

PRINCIPALES PLATAFORMAS:

1. Facebook:

¿Qué es Facebook?

es una red social donde los artesanos pueden mostrar y vender sus productos a mucha gente. Pueden crear páginas especiales para su negocio, unirse a grupos de interés, y usar anuncios para llegar a más personas. En Facebook, los artesanos pueden compartir fotos y videos de sus creaciones, hablar con sus seguidores y recibir comentarios. Además, Facebook ofrece herramientas que ayudan a los artesanos a entender quiénes son sus seguidores y cómo pueden mejorar sus ventas.

Cómo Funciona Facebook para Artesanos

1. Crear una Página de Negocio:

- **Perfil Profesional:** Configura una página dedicada a tu negocio artesanal con información relevante y una imagen de perfil llamativa.
- **Detalles de Contacto:** Incluye información de contacto y un enlace para que las personas se comuniquen contigo.

2. Publicar Contenido:

- **Fotos y Videos:** Comparte imágenes y videos de tus productos y del proceso de creación.
- **Historias:** Usa las historias de Facebook para compartir contenido temporal y detrás de escenas.

3. Interacción con la Audiencia:

- **Comentarios y Mensajes:** Responde a los comentarios y mensajes directos para construir relaciones con tus seguidores.
- **Grupos:** Únete o crea grupos relacionados con la artesanía para interactuar con una comunidad específica.



4. Promoción de Productos:

- **Anuncios de Facebook:** Usa la publicidad pagada para llegar a una audiencia más amplia y específica.
- **Marketplace:** Vende tus productos directamente a través del Marketplace de Facebook.

¿Qué es Marketplace? "Plataforma para la venta de productos entre personas".

Beneficios de Facebook para Artesanos:

- Conectar con una gran cantidad de usuarios interesados en artesanía.
- Comunicar directamente con clientes potenciales y recibir retroalimentación inmediata.
- Usar diversas herramientas para promocionar y vender los productos.

Ejemplos de Uso de Facebook por Artesanos:

- **Galería de Productos:** Publica álbumes de fotos de tus productos artesanales.
- **Eventos en Vivo:** Realiza transmisiones en vivo mostrando cómo creas tus productos.
- **Promociones y Ofertas:** Comparte promociones especiales y ofertas exclusivas para tus seguidores.

Facebook es ideal para crear una comunidad y vender productos a través de Marketplace.



2. Instagram:

Instagram es una red social donde los artesanos pueden mostrar y vender sus productos usando fotos y videos llamativos. Los artesanos pueden crear un perfil para compartir imágenes de sus creaciones, cómo las hacen y eventos especiales. Usando hashtags o palabras claves, pueden llegar a más personas. Instagram también tiene herramientas como historias y reels para compartir contenido breve y dinámico, y opciones de compra directa para vender productos. Además, los artesanos pueden interactuar con sus seguidores a través de comentarios y mensajes directos, creando una comunidad interesada en su trabajo.

Instagram ofrece muchas posibilidades para los artesanos:

- 1. Mostrar Productos:** Publicar fotos y videos de las creaciones para atraer a clientes potenciales.
- 2. Historias:** Compartir contenido temporal para mantener a los seguidores actualizados sobre sus actividades diarias y procesos de trabajo.
- 3. Reels:** Crear videos cortos y creativos que muestren el proceso de elaboración, productos terminados o ideas inspiradoras.
- 4. Tiendas de Instagram:** Configurar una tienda en el perfil para vender los productos directamente desde la plataforma.
- 5. Hashtags:** Utilizar palabras relevantes para aumentar la visibilidad de las publicaciones y llegar a más personas interesadas en artesanías.
- 6. Interacción con Seguidores:** Responder a comentarios y mensajes directos para construir una relación cercana con los seguidores y clientes.
- 7. Colaboraciones:** Colaborar con otros artesanos o personas reconocidas para aumentar el alcance y atraer a nuevos seguidores.

8. Publicidad: Utilizar anuncios de Instagram para promocionar los productos a una audiencia específica y aumentar las ventas.

9. Análisis: Usar herramientas de análisis para entender mejor a la audiencia y ajustar la estrategia de contenido para mejorar el rendimiento.

10. Inspiración y Aprendizaje: Seguir a otros artesanos y cuentas relacionadas para inspirarse y aprender nuevas técnicas y tendencias.

3. Pinterest:

¿Qué es Pinterest?

Pinterest es una plataforma visual de redes sociales donde los usuarios pueden descubrir, guardar y compartir ideas e inspiración a través de imágenes y videos. Funciona como un tablero de anuncios digital donde las personas pueden "pinear" contenido interesante en tableros organizados por temas.

Cómo Funciona Pinterest para Artesanos:

1. Crear un Perfil Profesional:

- **Perfil Atractivo:** Completa tu perfil con una biografía que describa tu trabajo y un enlace a tu sitio web o tienda en línea.
- **Foto de Perfil:** Usa una imagen que represente tu marca o una foto de uno de tus productos destacados.

2. Tableros Temáticos:

- **Organización:** Crea tableros para diferentes tipos de productos, técnicas de artesanía, procesos de trabajo, inspiración, y proyectos terminados.
- **Categorías:** Usa categorías claras y específicas para que los usuarios puedan encontrar fácilmente tus tableros.

3. Publicar Pines:

- **Imágenes de Calidad:** Sube fotos y videos de alta calidad de tus productos, incluyendo detalles del trabajo artesanal.
- **Descripciones:** Añade descripciones detalladas y relevantes que incluyan palabras clave para mejorar la visibilidad en las búsquedas.

- **Enlaces:** Asegúrate de que cada pin incluya un enlace a tu sitio web, tienda en línea o redes sociales para facilitar la compra o el contacto.

Beneficios de Pinterest para Artesanos:

- **Inspiración y Tendencias:** Descubre nuevas ideas y tendencias en artesanía que puedes aplicar a tus proyectos.
- **Promoción de Productos:** Aumenta la visibilidad de tus productos y dirígelos a una audiencia interesada en artesanías.
- **Comunidad:** Conéctate con otros artesanos y con clientes potenciales que valoran el trabajo artesanal.

4. TikTok:

¿Qué es TikTok?

TikTok es una plataforma de redes sociales conocida por su contenido de videos cortos y creativos. Permite a los usuarios crear, compartir y descubrir videos de hasta 60 segundos de duración.

Cómo Funciona TikTok para Artesanos

1. Creación de Contenido:

Videos Creativos: Crea videos cortos mostrando tus productos artesanales, técnicas de trabajo o procesos de elaboración.

Edición Simple: Utiliza las herramientas de edición integradas para añadir música, efectos visuales y texto atractivo a tus videos.

2. Descripciones:

Descripciones Atractivas: Acompaña tus videos con descripciones que expliquen tus técnicas, materiales utilizados o la inspiración detrás de tu trabajo.

3. Interacción:

Respuestas a Comentarios: Interactúa con los espectadores respondiendo a sus comentarios y preguntas sobre tus productos.

Dúos y Respuestas: Participa en desafíos o colabora con otros creadores a través de dúos y respuestas para aumentar la visibilidad de tus videos.

4. Uso de Tendencias y Desafíos:

Participación en Desafíos: Únete a desafíos populares que puedan estar relacionados con la artesanía para aumentar tu alcance y conectar con una nueva audiencia.



Adaptación de Tendencias: Adapta las tendencias virales actuales a tu estilo y productos para captar la atención de los usuarios.

5. Construcción de Marca y Comunidad:

Consistencia de Marca: Mantén una identidad visual coherente y reconocible en todos tus videos para fortalecer la percepción de tu marca.

Beneficios de TikTok para Artesanos:

- Llegar a una audiencia global que aprecia la creatividad y la artesanía.
- Interactuar directamente con la comunidad a través de comentarios y mensajes.
- Aprovechar la posibilidad de que los videos se vuelvan virales y alcancen millones de usuarios.
- Inspirar a otros con las habilidades y técnicas únicas de artesanía.

Ejemplos de Uso de TikTok por Artesanos:

- 1. Demostraciones de Producto:** Muestra el proceso de creación de tus productos paso a paso.
- 2. Detrás de Escena:** Comparte videos detrás de cámaras que muestren tu espacio de trabajo y el proceso creativo.
- 3. Tutorial Rápido:** Crea tutoriales rápidos sobre cómo utilizar tus productos o realizar técnicas específicas.

5. YouTube:

¿Qué es YouTube?

YouTube es una plataforma de videos donde los artesanos pueden compartir contenido más extenso y detallado, como tutoriales y demostraciones.

Cómo Funciona YouTube para Artesanos

1. Creación de Contenido:

- **Videos Tutoriales:** Graba y sube videos que muestren cómo hacer tus productos artesanales.
- **Demostraciones:** Muestra el proceso de creación de tus artículos, desde el inicio hasta el final.
- **Títulos y Descripciones:** Usa títulos claros y descripciones detalladas con palabras clave relevantes.
- **Portadas Atractivas:** Crea imágenes de portada llamativas para atraer más visualizaciones.

2. Interacción con la Audiencia:

- **Comentarios:** Responde a los comentarios para fomentar la interacción y construir una comunidad.

- **Llamadas a la Acción:** Invita a los espectadores a suscribirse, darle like y compartir tus videos.

Beneficios de YouTube para Artesanos

- Permite crear videos más largos y detallados.
- Comparte conocimientos y técnicas con una amplia audiencia.
- Construye una comunidad de seguidores fieles.

IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES

- **Mayor visibilidad:** Más personas ven los productos, lo que aumenta las posibilidades de vender más.
- **Relación directa con los clientes:** Se puede hablar directamente con los clientes, responder a sus preguntas y recibir sus opiniones.
- **Menor costo de mercadeo:** Se puede hacer publicidad efectiva con poco dinero, llegando a las personas específicas interesadas en los productos.
- **Mostrar el Proceso Creativo:** se puede compartir fotos y videos de cómo se elaboran los productos, lo que hace que la gente aprecie más el trabajo artesanal.

¿Cómo Elegir la Plataforma Adecuada para mi Marca Artesanal?

1. Definir Objetivos

Antes de elegir una plataforma, es crucial tener claros los objetivos. Pregúntate:

• ¿Qué quiero lograr?

- **Aumentar la visibilidad:** Si el objetivo es dar a conocer la marca, plataformas como Instagram y Pinterest son ideales por su enfoque visual y capacidad de llegar a una audiencia amplia.
- **Vender productos:** Si se busca incrementar las ventas, Facebook e Instagram, ofrecen opciones de tiendas integradas y herramientas de publicidad.
- **Construir una comunidad:** Si se desea crear una base de seguidores leales y comprometidos, Facebook y TikTok son excelentes opciones debido a sus capacidades de interacción y contenido dinámico.
- **¿Qué tipo de contenido puedo crear?**
- **Visual (fotos y videos cortos):** Instagram y TikTok son perfectos para contenido visual.
- **Videos más largos y tutoriales:** YouTube es ideal para contenido educativo y detallado.
- **Imágenes inspiradoras y tableros temáticos:** Pinterest es excelente para compartir y descubrir inspiración visual.

2. Definición del Tono y Personalidad

El tono y la personalidad de la marca deben alinearse con la cultura de la plataforma elegida. Considera:

- **Instagram:** Ideal para marcas que quieren proyectar un estilo visual estético. El tono suele ser visualmente atractivo, inspirador y creativo.
- **Facebook:** Adecuado para un tono más conversacional y detallado, donde se puede compartir actualizaciones, eventos y contenido diverso.
- **TikTok:** Perfecto para un tono divertido, auténtico y espontáneo. Es una plataforma para contenido creativo y entretenido.
- **YouTube:** Utiliza un tono educativo y detallado para explicar procesos, compartir tutoriales y conectar a un nivel más profundo.
- **Pinterest:** Enfocado en la inspiración y la creatividad, con un tono que fomente la exploración y el descubrimiento visual.

3. Identificar el Público Objetivo

Conocer a la audiencia es esencial para elegir la plataforma adecuada:

- **¿Quiénes son mis clientes ideales?**
- **Edad:** Los usuarios de Instagram y TikTok tienden a ser más jóvenes, mientras que Facebook tiene una audiencia más diversa en términos de edad.
- **Intereses:** Pinterest es excelente para llegar a personas interesadas en manualidades y decoración, mientras que YouTube atrae a aquellos que buscan aprender y profundizar en temas específicos.
- **Comportamiento:** Los usuarios de Facebook suelen disfrutar de contenido más detallado y comunitario, mientras que los de TikTok prefieren videos rápidos y entretenidos.

- **¿Dónde pasan más tiempo?**
- **Instagram y TikTok:** Perfectos para captar la atención de usuarios que disfrutan del contenido visual y de corta duración.
- **Facebook:** Ideal para aquellos que prefieren contenido variado y la posibilidad de participar en grupos y comunidades.
- **YouTube:** Excelente para una audiencia que busca videos largos, tutoriales y contenido educativo.
- **Pinterest:** Ideal para usuarios que buscan inspiración y guardan ideas para futuros proyectos.

Recomendaciones para empezar a vender las artesanías en redes sociales:

1. **Cree perfiles comerciales:** Tanto en Instagram como en Facebook, asegurarse de configurar perfiles comerciales. Esto permitirá acceder a herramientas adicionales para promocionar los productos.
2. **Publique contenido visual atractivo:** Las fotos de tus artesanías deben ser de alta calidad y mostrar sus productos desde diferentes ángulos. Asegúrese de que las imágenes sean llamativas y muestren los detalles.
3. **Utilizar hashtags o numerales relevantes:** En Instagram, los hashtags son clave para que más personas descubran las publicaciones. Investigar cuáles son los hashtags populares dentro de la comunidad de artesanías y usarlos en las publicaciones.
4. **Interactuar con la audiencia:** Responder a los comentarios, mensajes directos y menciones que reciba. La interacción con los seguidores es fundamental para construir relaciones y fomentar la confianza en la marca.
5. **Ofrecer promociones especiales:** Utilizar las redes sociales para ofrecer descuentos o promociones especiales a los seguidores. Esto puede incentivar las ventas y generar interés en los productos.

06

ESTRATEGIAS EFECTIVAS PARA EL ÉXITO COMERCIAL

Objetivos del taller:

- 1.** Comprender la importancia de desarrollar estrategias efectivas de ventas para el éxito comercial en el mercado artesanal.
- 2.** Aprender a identificar y destacar las características únicas y los beneficios de los productos artesanales.
- 3.** Practicar técnicas de venta efectivas, como la escucha activa, la presentación profesional y el relato del producto.
- 4.** Explorar las oportunidades de la venta cruzada y la venta complementaria para aumentar el valor de las transacciones con los clientes.
- 5.** Identificar y segmentar a los clientes ideales para adaptar las estrategias de ventas de manera efectiva.
- 6.** Desarrollar habilidades para abordar a los clientes y presentar los productos de manera convincente.

En este taller, se explorarán las estrategias y técnicas de ventas que pueden ayudar a aumentar el éxito comercial de los productos artesanales. El objetivo es proporcionar herramientas prácticas que se pueden aplicar directamente en el negocio para mejorar las ventas y la satisfacción de los clientes.

PRIMERA PARTE:
CONOCIENDO EL PRODUCTO Y TÉCNICAS DE VENTA

En esta primera parte se explorará la importancia de conocer el producto artesanal y qué técnicas de venta se pueden implementar para mejorar el contacto con el cliente.

Importancia de Conocer el Producto:

Para vender eficazmente los productos artesanales, es fundamental conocerlos a fondo. Esto incluye entender no solo cómo están hechos, sino también qué los hace únicos y valiosos para los clientes.

Características y Beneficios:

Características: Son los atributos físicos y técnicos del producto. Por ejemplo, el material, tamaño, color, técnica de fabricación, etc.

Beneficios: Son las ventajas que esas características ofrecen a los clientes. Por ejemplo, durabilidad, exclusividad, personalización, etc.

Ejemplo Práctico:

Imagina que vendes bolsos artesanales hechos a mano. Las características podrían ser "hechos de cuero genuino, teñidos con tintes naturales, y cosidos a mano". Los beneficios serían "duraderos, ecológicos, y cada bolso es único".

Ejercicio práctico:

Instrucciones: Complete la siguiente información para identificar las características y beneficios de uno de sus productos artesanales.

Conociendo su Producto

Nombre del Producto:

Descripción del Producto:

Características Principales:

1. _____

2. _____

3. _____

Beneficios para el Cliente:

1. _____

2. _____

3. _____

Reflexión:

Comparta sus respuestas con el grupo y discuta cómo puedes utilizar esta información en sus estrategias de venta.

TÉCNICAS DE VENTA

Son herramientas fundamentales que permiten promocionar y vender los productos artesanales de manera efectiva.

Algunas de las técnicas de ventas que se han identificado que pueden ser de utilidad para son:

1. Escucha Activa: Antes de intentar vender un producto, es importante escuchar las necesidades y deseos del cliente, mostrando interés genuino y respondiendo de manera adecuada.

2. Presentación Profesional: Involucra hablar con claridad, confianza, y conocimiento sobre el producto.

Se deberá asegurar de que los productos estén bien presentados, limpios y en buenas condiciones.

Además, es útil contar con materiales de apoyo visual, como catálogos impresos o digitales, fotografías de buena calidad y muestras físicas, para mostrar la variedad y la calidad de los productos.

3. El Relato: Es una narración estructurada en la que se representan sucesos mediante el lenguaje y basándose en una sucesión de acontecimientos. Para que sea un relato, se necesitan tres partes: quién relata, qué relata y quién recibe la información.

Relatos y artesanías

Permiten a los clientes seguir el proceso de evolución de un producto en cada una de sus etapas; entender su origen, su proceso productivo y su gran valor cultural.

El relato del producto

es una poderosa técnica de ventas que implica relatar historias sobre los productos o la marca para involucrar emocionalmente a los clientes, destacar el valor y la autenticidad de los productos, y aumentar las ventas.

Ejercicio práctico:

Encuentre el relato detrás de su producto o marca. ¿Qué le inspiró a crearlo? ¿Cuál es su historia de origen? ¿Qué desafíos superó durante el proceso de creación?

Haga que sus clientes se sientan parte de la historia y muéstreles cómo su producto puede mejorar sus vidas o resolver sus problemas.

Utilice el relato para transmitir los valores y la misión de su marca. ¿Qué representa su marca? ¿Qué le diferencia de la competencia?

Ejemplos:

- Las molas son la representación de la mujer gunadule, y cada una tiene un significado distinto. Pero la mayoría son de protección, sobre todo las de formas geométricas. Por eso las mujeres nos ponemos las molas, porque estamos protegiendo la cultura y tenemos la responsabilidad de dar vida. Las molas protegen contra los malos espíritus, las energías negativas y las enfermedades, y se usan indistintamente para niños o adultos.

- Al norte de Valledupar, en una región de enormes montañas surcadas por aguas cristalinas que bajan de la Sierra Nevada de Santa Marta, se encuentra el Resguardo Indígena Kankuamo. Para los habitantes de este territorio, el trabajo artesanal es un elemento constitutivo de su identidad. Ser kankuamo se define en parte por el conocimiento y habilidades que poseen para el procesamiento y la transformación de la fibra del fique o maguey.

Ejercicio práctico:

1. Hablar con familiares y conocidos sobre historias y vivencias que hayan experimentado con sus antepasados y que puedan ser plasmadas en sus artesanías.
2. Escoger una historia
3. Toma papel y lápiz y escribe la historia que escogiste

Recuerde que cada vez que trasmite el significado que hay detrás de su artesanía hace que su producto permanezca vivo con el pasar de los años.

4. Venta Adicional: La venta complementaria es una técnica de ventas que consiste en ofrecer a los clientes una versión mejorada o más completa del producto que están comprando. Esta estrategia puede aumentar el valor de la venta al animar a los clientes a optar por un producto más avanzado, más grande o con características adicionales.

Ejemplo:

Imagine que un cliente está interesado en comprar una pequeña escultura de madera que ha hecho. Una estrategia de venta complementaria sería sugerirle una escultura similar, pero de mayor tamaño, o una que esté hecha de un material más fino y detallado, explicando las ventajas y el valor añadido que ofrece el producto más costoso. El enfoque debe estar en la satisfacción del cliente y no en simplemente aumentar la venta total.

5. Venta Cruzada: es una técnica de ventas que consiste en ofrecer a los clientes productos adicionales que complementen o mejoren la compra original que están realizando. Esta estrategia no solo puede aumentar el valor total de la venta, sino que también puede mejorar la satisfacción del cliente al proporcionarle artículos que le serán útiles o que le gustarán junto con su compra principal.

Ejemplo:

Imagine que un cliente entra a su tienda y compra un collar hecho a mano. Una buena estrategia de venta cruzada sería sugerirle que también compre unos pendientes que combinen con el collar, o quizás una pulsera que complete el conjunto. Otro ejemplo podría ser si un cliente compra una taza de cerámica, podrías ofrecerle un plato a juego o una jarra del mismo estilo.

SEGUNDA PARTE:
IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES IDEALES Y ESTRATEGIAS DE ABORDAJE



1. Identificación de Clientes Ideales

Conocer a los clientes ideales es crucial para enfocar los esfuerzos de ventas y mercadeo de manera efectiva. Esto permitirá ofrecer productos y servicios que realmente satisfagan las necesidades y deseos de los clientes potenciales.

Tipos de Clientes:

Existen diferentes tipos de clientes, cada uno con sus propias características y necesidades. Los principales tipos incluyen:

- **Clientes Individuales:** Personas que compran para su uso personal o para regalar.
- **Clientes Corporativos:** Empresas que compran en grandes cantidades para eventos, regalos corporativos, etc.
- **Minoristas:** Tiendas que compran los productos para revenderlos.

Entender estos distintos tipos de clientes es fundamental para adaptar las estrategias de ventas y satisfacer de manera efectiva sus expectativas.

Ejemplo:

Imagine que elabora joyería artesanal. Sus clientes ideales podrían ser:

Clientes Individuales: Mujeres entre 25-45 años que buscan piezas únicas.

Clientes Corporativos: Empresas locales que buscan regalos personalizados para sus empleados.

Minoristas: Boutiques que se especializan en productos artesanales y únicos.



Ejercicio práctico: Identificación de Clientes Ideales

Instrucciones: Complete la siguiente información para identificar a sus clientes ideales.

- **Descripción General del Producto:**

- **Clientes Individuales:**

- **Edad:**

- **Género:**

- **Intereses:**

- **Necesidades/Deseos:**

- **Clientes Corporativos:**

- **Tipo de Empresa:**

- **Uso del Producto:**



- **Frecuencia de Compra:**

- **Minoristas:**

- **Tipo de Tienda:**

- **Ubicación:**

- **Intereses de Compra:**

Reflexión: Comparta sus respuestas con el grupo y discutan cómo esta identificación puede ayudarles a enfocar sus estrategias de venta.



ESTRATEGIAS CLAVE PARA ABORDAR A LOS CLIENTES Y PRESENTAR LOS PRODUCTOS DE MANERA EFECTIVA:

- ✓ Asegurarse de saludar a los clientes con una sonrisa y un saludo amable. Manteniendo una postura abierta y acogedora para mostrar confianza y profesionalismo.
- ✓ Observar a los clientes mientras exploran los productos. Tratar de identificar señales de interés o preferencias específicas que puedan ser aprovechadas durante la interacción.
- ✓ Iniciar una conversación amigable con el cliente. Se pueden hacer preguntas abiertas para conocer sus necesidades o intereses, como "¿Estás buscando algo en particular hoy?" o "¿Te gustan los productos artesanales?".
- ✓ Una vez que se haya iniciado la conversación, escuchar atentamente lo que el cliente tiene que decir. Prestar atención a sus necesidades, preferencias y preocupaciones para adaptar la presentación de los productos en consecuencia.
- ✓ Destacar las características únicas y los beneficios de los productos artesanales. Explicar cómo se fabrican, los materiales utilizados y cualquier detalle especial que los haga destacar.
- ✓ Explicar cómo el producto puede satisfacer una necesidad, resolver un problema o mejorar la vida del cliente de alguna manera
- ✓ Si es posible, mostrar ejemplos del producto en uso o proporcionar testimonios de clientes satisfechos.

- ✓ Si es posible, permitir a los clientes interactuar con los productos de alguna manera. Realizar demostraciones para que los clientes puedan experimentar el producto.
- ✓ Mantener el ambiente del espacio de venta limpio, ordenado y acogedor.
- ✓ Una vez que se hayan presentado los productos y respondido a las preguntas del cliente, no tener miedo de cerrar la venta de manera profesional. Preguntar al cliente si le gustaría realizar una compra o si necesitan ayuda adicional para tomar una decisión.

Ejemplo de una situación de venta, utilizando las estrategias de abordaje de clientes:

Personajes:

- Artesano (vendedor)
- Cliente

Escenario: La escena se desarrolla en una feria de artesanías. El cliente se acerca al stand del artesano.

Artesano: ¡Hola! Bienvenido a mi stand. ¿Te interesa conocer más sobre nuestras piezas de cerámica hechas a mano?

Cliente: Sí, me gustan mucho. ¿Qué me puedes contar sobre ellas?

Artesano: Cada pieza está hecha de arcilla natural y pintada a mano, lo que las hace únicas. Esta, por ejemplo, tiene un diseño inspirado en la naturaleza. ¿Buscas algo para ti o para regalar?

Cliente: Estoy buscando un regalo para una amiga.

Artesano: ¡Qué bien! Tenemos algunas piezas que serían perfectas para un regalo. ¿Le gustan los colores vivos o prefiere algo más neutro?

Cliente: Ella prefiere los colores vivos.

Artesano: Entonces, esta taza pintada a mano podría ser ideal. Además, puedes combinarla con este plato que tiene un diseño similar. Así tendrás un conjunto bonito y funcional. ¿Te gustaría verlo más de cerca?

Reflexión y Retroalimentación:

Discute qué técnicas funcionaron bien y qué se podría mejorar. Comparte la retroalimentación constructiva con tu compañero.

07

PLAN DE MERCADEO PARA ARTESANOS
TALLER: DIFERENCIA ENTRE VENDER Y COMERCIALIZAR

Objetivos del Taller:

1. Entender la diferencia entre vender y comercializar.
2. Aprender a desarrollar un plan de mercadeo efectivo.
3. Identificar estrategias de comercialización adecuadas para artesanos.
4. Aplicar conocimientos a través de actividades prácticas.

1. Conceptos Básicos

Definición de Vender y Comercializar:

Vender:

Es la acción directa de intercambio de producto por dinero.

Ejemplo: Vender una pieza artesanal en una feria.

Comercializar:

Es el conjunto de actividades que incluyen publicidad, promoción, distribución, atención al cliente y estrategias de ventas para posicionar y vender un producto en el mercado.

Ejemplo: Crear una marca para los productos, promocionarlos en redes sociales, y venderlos tanto en ferias como en línea.

2. Plan de Mercadeo

Elementos de un Plan de Mercadeo:

1. Análisis de Mercado:

- Identificar quiénes son los competidores y qué productos ofrecen.
- Analizar las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores.

2. Público Objetivo:

- Definir a quién van dirigidos los productos.
- Considerar aspectos como la edad, género, ubicación geográfica, intereses y hábitos de compra.

3. Propuesta de Valor:

- Determinar qué hace especial a los productos.
- ¿Por qué un cliente debería elegir sus productos sobre los de la competencia?



4. Estrategias de comercialización:

- Decidir cómo se van a promocionar los productos.
- Incluir mercadeo digital y tradicional, participación en eventos, colaboraciones, etc.

1. Plan de Acción:

- Establecer las acciones específicas que se llevarán a cabo para implementar las estrategias de mercadeo.
- Definir un cronograma con fechas y responsabilidades.

2. Presupuesto:

- Calcular cuánto dinero se necesitará para llevar a cabo el plan de mercadeo.
- Incluir costos de publicidad, materiales promocionales, participación en eventos, etc.

3. Medición y Evaluación:

- Definir cómo se va a medir el éxito de las estrategias de mercadeo.
- Establecer indicadores clave de desempeño como el número de ventas, número de clientes nuevos, número de seguidores en redes sociales, etc.



ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA ARTESANOS

Mercadeo Digital:

• Redes Sociales:

- Utilice plataformas como Instagram, Facebook y Pinterest para mostrar los productos.
- Publique contenido de calidad regularmente, interactúe con sus seguidores y utilice hashtags (palabras claves) relevantes.

• Tienda Online:

- Considerar crear una tienda online propia o usar plataformas como Etsy.
- Asegurarse de que las fotos de los productos sean atractivas y de alta calidad.

Mercadeo Tradicional:

• Ferias y Mercados:

- Participar en eventos locales donde se puedan exhibir y vender los productos directamente al público.
- Preparar un stand atractivo y asegurarse de tener suficiente inventario.

• Colaboraciones con Tiendas Locales:

- Buscar tiendas locales que puedan estar interesadas en vender los productos.
- Negociar acuerdos de consignación o venta al por mayor.

• Folletos y Tarjetas de Presentación:

- Diseñar folletos y tarjetas de presentación profesionales para distribuir en eventos y tiendas.



Atención al Cliente y Fidelización:

- **Servicio al Cliente:**
- Ofrecer un excelente servicio al cliente para generar confianza y fidelidad.
- Responder rápidamente a las consultas y resoluciones de problemas de los clientes.
- **Programas de Lealtad:**
- Crear programas de lealtad que recompensen a los clientes por sus compras repetidas.
- Ofrecer descuentos, promociones especiales o regalos por su fidelidad.

Ejercicio Práctico: Desarrollo de un Mini Plan de Mercadeo

Instrucciones:

1. **Elije un producto artesanal de tu grupo.**
 2. **Desarrolla un mini plan de mercadeo siguiendo estos pasos:**
 - Análisis de Mercado
 - Público Objetivo
 - Propuesta de Valor
 - Estrategias de Marketing
 - Plan de Acción
 - Presupuesto
 - Medición y Evaluación
- **Presenten su plan al resto del grupo.**





Bogota D.C. / Julio de 2024