



Las reglas de oro de Zen Marketing

Para tener manejar fácilmente el programa y tener un
Marketing efectivo



Recursos Para Pymes



Índice

Las reglas de oro de Zen Marketing.....	1
Reglas de oro para manejar Zen Marketing y tener un Marketing rentable.....	3
1.- Lo bueno, si breve, 2 veces bueno. No filosofe ni se extienda, muchas veces basta con un párrafo.....	3
2.- Bocados pequeños para comerse al elefante.....	4
3.- Céntrese, no se desvíe de los objetivos ni incluya en su plan cosas que no ayuden a hacer realidad dichos objetivos.....	4
4.- La clave para los resultados es DEDICACIÓN DIARIA.....	4
5.- Recuerde esto en cada acción que haga de Marketing. EL CLIENTE ES EGOÍSTA.....	5



Reglas de oro para manejar Zen Marketing y tener un Marketing rentable.

1.- Lo bueno, si breve, 2 veces bueno. No filosofe ni se extienda, muchas veces basta con un párrafo.

Habrás escuchado sobradamente el proverbio. Es realidad, y más en Marketing donde la capacidad atención del cliente es cada vez más reducida.

Esta es mi experiencia personal, si no podemos decir claramente quién es el cliente o cuál es nuestra ventaja competitiva en un par de frases concretas y concisas, entonces no lo tenemos claro. Por eso precisamente las casillas de análisis de Zen Marketing están limitadas en cuanto a capacidad. Pasado un determinado número de caracteres no puedes escribir más.

ES ADREDE Y FORZARME A CONTENER MI ANÁLISIS EN ESOS LÍMITES ME HA AYUDADO A HACERLO MÁS CLARO Y CENTRARME EN LO IMPORTANTE.

Extenderse y no decir nada es muy fácil, he visto demasiados planes de Marketing donde había análisis o estrategias de varias páginas, la mayoría de eso eran elucubraciones sin base real o bien cosas que nadie (especialmente los encargados de hacer realidad la estrategia) iban a tener tiempo de leer o comprender.

Decir lo principal con poco es todo un arte. Simplifique, sea breve, su Marketing se lo agradecerá, porque adquiriendo esa habilidad de ser breves y claros nuestro Marketing será superior.

Su cliente no está para discursos de una hora, se pone nervioso si en los primeros segundos no oye algo que realmente le interesa y tiene que ver con lo que quiere conseguir.

IMPORTANTE: si en algún recuadro quiere incluir un párrafo pulse las teclas Control+ Enter, no sólo Enter.



2.- Bocados pequeños para comerse al elefante

Los planes grandes y las acciones inabarcables que se extienden semanas, no funcionan. Tanto en los e-mails que recibe con Zen Marketing para sacarle más provecho, como en el material adicional cuando adquiere el software se detalla más a fondo la técnica, pero la esencia es esta:

Si quiere planes que den resultados hágalos pequeños, controlables, que no se extiendan demasiado hacia el futuro.

Esta puede ser, con diferencia, la técnica que más ha aumentado la efectividad de los planes que he hecho.

3.- Céntrese, no se desvíe de los objetivos ni incluya en su plan cosas que no ayuden a hacer realidad dichos objetivos

En Zen Marketing el modo de trabajo es siempre enfocado, el software le obliga a que toda estrategia esté ligada a un objetivo y toda acción encuadrada dentro de una estrategia.

Eso obliga a centrarse y no empezar a incluir cosas sueltas por el mero hecho de que es lo que siempre hemos hecho, o nos resulta sencillo.

Si no está enfocado a hacer realidad los objetivos y sus estrategias, no se hace.

El motivo de esta regla de oro es muy pragmático, tenemos demasiado poco tiempo y recursos como para dispersarlo. Atacamos siempre enfocados, en un mismo punto, golpe tras golpe que ayude a clavar un poco más el objetivo que nos hayamos propuesto, sin desviarnos.

4.- La clave para los resultados es DEDICACIÓN DIARIA

¿Quiere resultados en Marketing? Dedique 30 minutos al día **TODOS LOS DÍAS**.

Mejor una hora, aún mejor si son dos y el escenario ideal es dedicar un 60% del tiempo a ejecutar el Marketing y buscar clientes.

La mayoría de empresas sigue esta estrategia de Marketing, si la cosa va mal realizan alguna acción de promoción suelta y esporádica, el resto del tiempo no hacen nada.



No caiga en esa trampa, es un paso diario cada día lo que nos va a permitir realizar el viaje.

5.- Recuerde esto en cada acción que haga de Marketing. EL CLIENTE ES EGOÍSTA

No tengo la más mínima intención de insultar a nadie, lo digo así porque pienso que es como más se le va a quedar en la memoria, pero lo cierto es que los clientes (y nosotros cuando somos clientes de algo) buscamos la ganancia, si creemos que la obtendremos nos movemos, si no, nos quedamos donde estamos.

Básicamente nuestro cliente se comporta preguntándose qué gana él, si no consigue nada no se mueve. Tenga en cuenta eso en cada acción de Marketing y pregúntese usted “¿qué obtiene de valor el cliente?” Si es nada, que sepa que no va a tener efecto alguno en que responda a lo que le decimos.

Por lógico que parezca puede comprobar en 5 minutos como el 99% de las empresas no lo capta ni lo aplica, dése una vuelta por unas cuantas webs y verá como lo primero que encuentra es un discurso sobre lo buenos que son, su historia y la calidad que poseen.

Es también un efecto de que todos tengamos esa naturaleza “egoísta” cuando estamos con el tema de negocios, nos encanta hablar de nosotros mismos, pero ¿le interesa eso al cliente? NO, NADA EN ABSOLUTO.

Le aburre mortalmente y se va. Pero si lee rápidamente que en esa web va a tener la solución a pagar menos impuestos, adelgazar sin sufrir o comprar algo al 50% de precio, entonces un porcentaje mucho mayor se quedará que en el caso del discurso sobre nosotros.

Al cliente le interesa él, tengamos eso en mente para cada cosa que hagamos en nuestro plan, si no va a obtener algo mejor que con el resto, ni nos mirará.