

Módulo 6

Emprendimiento y Mercadotecnia

Objetivos:

1. Investigar el marco legal para establecer tu propio negocio dependiendo de tu localidad.
2. Considerar los problemas prácticos alrededor de iniciar tu propio negocio.
3. Examinar la mercadotecnia y estrategias de mercado.

Recursos y preparación:

- ✓ Investiga si hay alguna organización en tu localidad que se dedique a apoyar a micro y pequeñas empresas.
- ✓ Únete a un grupo de emprendedores, ya sea local o en línea o ambos. Busca apoyo también con otros facilitadores de la red de Blossom & Berry.
- ✓ Habla con cualquier persona que tiene experiencia manejando su propio negocio. Intenta reunir todas las perspectivas y herramientas posibles.
- ✓ Investiga donde puedes registrar tu negocio o cómo poder darte de alta como persona independiente (autónomo o persona física), o persona moral o sociedad.

Enlaces relevantes en el caso de México:

- ✓ Referente a micro, pequeñas y medianas empresas, puedes encontrar información valiosa en <http://www.fondopyme.gob.mx/>
- ✓ En México, también debes realizar el trámite del RFC, es decir, el Registro Federal de Contribuyentes, el cual es una clave que requiere toda persona física o moral en México para realizar cualquier actividad económica lícita por la que esté obligada a pagar impuestos a toda persona moral. A estas personas se les llama 'contribuyentes'. Debes informarte de cómo hacer tu declaración anual de ingresos y prepararte para pagar impuestos. En México, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público es el organismo encargado de administrar el pago de impuestos: <http://www.sat.gob.mx>
- ✓ Instituto Nacional del Emprendedor: <https://www.inadem.gob.mx/>

Emprendimiento

Tipos de negocio

La mayoría de nuestros facilitadores trabajan por su cuenta (persona física, trabajar como autónomo), lo que implica que son responsables de su negocio, hacen todas las decisiones comerciales y las ganancias son individuales. Trabajar de forma individual da control y flexibilidad sobre el negocio. La desventaja de este tipo de negocio es que sólo el facilitador es el responsable por las deudas y responsabilidades del mismo.

Puedes considerar convertirte en una Sociedad Anónima, o una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.) pero esto implica que debes seguir una serie de requerimientos legales

relacionados con cuentas y trabajo administrativo. Es recomendable tener asesoría legal si planeas hacer esto.

Quizá la ruta que quieres seguir es convertirte en una ONG (Organización No Gubernamental) o una Fundación.

Es posible que ya tengas un negocio establecido (por ejemplo, un centro estimulación oportuna o un centro de apoyo a la maternidad o preparación para el nacimiento) y que el masaje infantil o yoga para bebé sea solo un servicio adicional, en ese caso, te será mucho más fácil arrancar. Pero si estás emprendiendo desde cero, tienes un panorama lleno de posibilidades en frente.

Lo importante en cualquier caso es que busques enfoque y formes hábitos saludables para alcanzar tus objetivos. Asimismo, es importante que te asesores localmente para asegurarte de seguir procedimientos adecuados.

Póliza de seguro

Dependiendo de tu país de residencia, debes asegurarte de tener el seguro necesario para proteger tu práctica profesional.

Blossom & Berry tiene sede en Reino Unido, la compañía de seguros que asiste a muchos de nuestros facilitadores es Westminster Insurance Ltd. quien tiene presencia en otros países: <https://westminster.global/>

En tu país correspondiente, averigua si debes contar con seguro de responsabilidad civil (en inglés se le conoce como *public liability insurance*).

Seguridad ante incendios o sismos

Asegúrate de saber dónde están las salidas de emergencia y explica a los padres desde la primera sesión, a dónde ir en caso de incendio o qué hacer en caso de un sismo o temblor. Es recomendable que te familiarices con equipo contra incendios.

Impuestos y contabilidad

Es muy importante que realices el papeleo correspondiente para el pago correcto de impuestos de acuerdo a tu negocio.

Es fundamental que lleves un registro de contabilidad, un formato sencillo, donde indiques y clasifiques los ingresos y gastos. Intenta utilizar Excel u otros paquetes de cómputo para que la labor sea más fácil y automatizada, o si la tecnología no es lo tuyo, utiliza una libreta de contabilidad. Guarda los recibos de los gastos relacionados con tu negocio, así como los comprobantes de pagos de tus clientes para que claramente justifiques las salidas y entradas de dinero.

Si eres dueño o rentas alguna propiedad con fines de negocio, deberás asegurarte de realizar los trámites correspondientes por el uso de suelo comercial.

I.V.A.

El Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.) es un impuesto indirecto, en virtud de que los contribuyentes del mismo no lo pagan directamente, sino que lo trasladan o cobran a una tercera persona, hasta llegar al consumidor final.

Cuentas bancarias

Para que se te facilite contabilizar tu ingreso y gasto puede que consideres abrir una cuenta bancaria de negocio o una cuenta separada a la personal, así como una chequera que puedas utilizar para tu negocio.

Mercadotecnia

La Mercadotecnia es crucial para triunfar en cualquier negocio. De acuerdo con Philip Kotler, considerado ‘el padre de la mercadotecnia moderna’, es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

Recomendamos mucho el trabajo de Seth Godin, autor, emprendedor y maestro. Desde marketing y liderazgo efectivos hasta la difusión de ideas y cambiar todo, Seth ha podido motivar e inspirar a innumerables personas en todo el mundo. En 2013, Seth fue uno de los tres profesionales incluidos en el Salón de la Fama del Marketing Directo. En un sorprendente giro de los acontecimientos, en mayo de 2018, también fue incluido en el Salón de la Fama del Marketing.

“El marketing no es una batalla, ni una guerra, ni siquiera un concurso. El marketing es el acto generoso de ayudar a alguien a resolver un problema. Es una oportunidad para cambiar la cultura a algo mejor. El marketing implica muy poco en la forma de gritar, apresurarse o presionar. En cambio, es una oportunidad de servir.”

- del libro ‘Esto es Marketing’ por Seth Godin

Sin mercadotecnia, no importará que seas un buen facilitador, no serás recompensado puesto que no tendrás a quién enseñar. Es igual de importante esforzarse en la mercadotecnia para tus clases como la preparación y ejecución de las mismas.

Con la mercadotecnia puedes empezar a divertirte generando tu propia clientela. Te da la oportunidad de alcanzar exactamente lo que quieres. Con mercadotecnia efectiva puedes alcanzar a quien quieres enseñar, cómo, cuándo y dónde quieras hacerlo.

Considera que debes destinar tiempo cada semana pensando, planeando y creando mercadotecnia para asegurarte de que tengas un flujo constante de clientes que quieran tomar clases, talleres, o cursos contigo, o como nos gusta más llamarles: experiencias. Serás quien proporcione espacios seguros para que familias con bebés se conecten, fortalezcan su vínculo, se relacionen con otros, te encantará poder servirles y a ellos les encantará aprender de ti.

Mercadotecnia interna

Antes de que inicies el mercadeo tienes que identificar qué es lo que quieres hacer. Es importante hacer esto porque si estás feliz con la forma cómo trabajas, con quién lo haces y para quién lo haces, tus clases serán más exitosas. Debes considerar varias cosas:

¿Qué quieres enseñar? El tipo de experiencia

¿Quieres enseñar un curso mensual de masaje para bebé u ofrecer un taller?

¿Quieres dedicarte únicamente a clases privadas?...

Algunas ideas pueden incluir:

- Talleres
- Sesiones de fin de semana
- Uno a uno (sesiones privadas)
- Sesiones nocturnas
- Sesiones de masaje infantil y yoga para bebés (si estás calificado(a) para enseñar esos cursos)
- Masaje infantil combinado con otras áreas de conocimiento (de acuerdo a tus profesiones)
- Grupos generales para padres
- Grupos de especialidad (padres adoptivos, padres adolescentes)
- Sesiones en vacaciones o que cambian de ubicación
- Sesiones de introducción
- Sesiones informales
- Sesiones de acuerdo a la temporada o de ocasiones especiales (primavera, día de las madres, día del niño, día del padre)
- Sesiones en línea interactivas

¿A quién le quieres enseñar? Es importante que identifiques tú mercado meta

¿A qué nivel socioeconómico te dirigirás?

¿Niños con necesidades adicionales? ¿Padres adolescentes? ¿Papás? ¿Abuelos?

Algunas ideas pueden ser las siguientes:

- Papás
- Mamás
- Parejas
- Abuelos
- Familias adoptivas o tutores
- Padres adolescentes

- Padres con necesidades adicionales
- Niños con necesidades adicionales
- Prisioneros
- Familias refugiadas
- Familias de bajos ingresos
- Familias de ingresos altos
- Padres homosexuales
- Familias afectadas por violencia doméstica
- Niños en condiciones adversas

¿Cuándo quieres enseñar? Identifica cuándo es el mejor momento para dar las clases tomando en cuenta otras responsabilidades que tengas

¿Quieres enseñar a media semana o los fines de semana? ¿Por la mañana o por la tarde? ¿Qué tan frecuentemente?

Algunas ideas pueden ser:

- Sesiones sabatinas o dominicales, por la mañana o por la tarde
- Sesiones semanales
- Sesiones en grupos de juego
- Por las noches
- Cursos intensivos
- Durante las vacaciones escolares o fuera de las vacaciones escolares

Aquí es muy importante que tomes en cuenta el estilo de vida que quieres llevar. La gran ventaja de este tipo de negocio es que es muy flexible y lo puedes acomodar para alinearse con tus demás responsabilidades, puedes gozar crecer tu negocio y también pasar tiempo con tus seres queridos y no descuidando tu auto cuidado y bienestar. La clave es trabajar inteligentemente y no duramente (*work smarter not harder*).

¿Dónde quieres enseñar?

¿Puedes hacerlo desde casa? ¿En un consultorio? ¿En un centro de salud? ¿En un centro de desarrollo infantil?

Revisa la lista de lugares recomendados en el Módulo 1.

¿Por qué quieres enseñar? Es importante considerar evaluar tus prioridades y definir intenciones concretas

Es por... ¿Disfrute? ¿Te apasiona el tema? ¿Por el impacto potencial? ¿Es un pasatiempo? ¿Interés? ¿O para complementar habilidades y servicios que ya brindas?

No temas también considerar metas financieras, de hecho, debes hacerlo. Analiza la rentabilidad y valora tu tiempo y esfuerzo. Pero ten cuidado de que no solamente te bases en esos objetivos, ya que eso te alejará de un propósito más profundo y de disfrutar el proceso,

pues estarás estresado de querer alcanzar cierta cifra. Te compartimos las palabras sabias de Maya Angelou:

“Solo puedes llegar a ser verdaderamente exitoso en algo que amas. No hagas del dinero tu objetivo. En lugar de eso, busca las cosas que amas y luego hazlas tan bien que la gente no pueda quitarte los ojos de encima”

¿Cuánto cobrarás por tus servicios?

Establecer el precio de tus cursos es una decisión personal, pero es esencial que investigues cuánto cobran otros facilitadores, o si no encuentras otros facilitadores de masaje infantil en tu área, compara precios de servicios similares para familias con bebés, por ejemplo, sesiones de música o de juego, yoga para bebé, clases de natación, etc. Considera también el nivel socioeconómico de tus clientes. Es probable que en ocasiones no cobres pues quizá decidas dar las clases de manera voluntaria, o des sesiones cortas de muestra gratuitas para lograr ganar la confianza de tus clientes. Lo importante es que establezcas una estructura de precios realista y justificada, que también compense tus esfuerzos.

Un ejercicio muy efectivo para ayudarte a definir precios y en general toda tu estrategia de marketing, es definir tu audiencia meta, con mucho detalle. Entre más detalladamente definas a tu cliente ideal, mejor sabrás cómo servirle, en dónde, cómo y cuándo comunicar tus servicios y cuánto cobrar por ellos.

Te compartimos algunos ejemplos de precios reales que nuestra red de habla hispana ha ofrecido. Estos son solo ejemplos, tendrás que hacer tu propio análisis dependiendo el contexto en el que te encuentres (como nota, los precios están basados en sesiones de una hora aproximadamente cada una):

- **Ciudad de México** - cursos presenciales en grupo 4 sesiones \$1800 MXN pesos mexicanos por familia, en línea en grupo 4 sesiones \$800 MXN pesos mexicanos por familia
- **España** - curso presencial en grupo 5 sesiones 125€ euros por familia, 2 sesiones privadas (una familia) de una hora cada una 100€ euros, 1 sesión privada (una familia) de una hora y media 60€ euros
- **Venezuela** - paquetes mensuales de una sesión a la semana de una hora en grupo, entre \$20-\$30 USD dólares estadounidenses
- **Estados Unidos** - paquetes mensuales de una sesión a la semana en grupo de una hora, entre \$50-\$60 USD dólares estadounidenses

El tamaño de los grupos depende de lo grande del lugar y qué tanta confianza tengas en manejo de grupos, recomendamos que, para darle una buena atención en grupo, no se exceda de unas 8 familias, pero depende de ti, tenemos facilitadores con espacios grandes que dan grupos muy grandes, otros prefieren grupos más íntimos, de 3-4 familias... otros prefieren dar talleres a domicilio a una sola familia a la vez. En el caso de sesiones en línea, también tendrás que definir el número de participantes, te recomendamos que el número se base en el número de personas que puedes ver en pantalla al mismo tiempo y de buen tamaño.

Blossom & Berry no da a sus facilitadores áreas geográficas en donde trabajar o empleo en sí, no somos una franquicia. Somos un proveedor independiente de cursos de capacitación en masaje y yoga infantil con el beneficio adicional de dar a quienes se certifican con nosotros, apoyo para inspirarlos en sus proyectos de emprendimiento. Si así lo desean, nuestros facilitadores pueden formar parte de nuestro directorio de facilitadores en nuestro nuevo sitio web de habla hispana, publicando su nombre y datos de contacto. Como resultado, no fomentamos el hecho de que cierto facilitador(a) se vuelva protector(a) de ciertas áreas geográficas. Queremos que nuestros facilitadores colaboren unos con otros para alcanzar el éxito. Deseamos promover cooperación en vez de competencia, ya sea entre facilitadores entrenados por Blossom & Berry u otros proveedores. Cada facilitador tendrá un estilo diferente, alentamos y celebramos la creatividad e individualidad a la hora de enseñar, siempre y cuando se cumpla con lo estipulado en cuanto a profesionalismo y ética.

El éxito dependerá de ti, pero te unes a una red sumamente comprometida por impulsar el desarrollo de la primera infancia, nuestra formación va mucho más allá de un certificado. De hecho, obtener tu certificado es solo el inicio de algo extraordinario.

Aspectos a considerar

Aunque la mercadotecnia puede ser divertida y te permite ser creativo, es un área en la que puedes hacer errores que afecten tus ganancias. Pero si lo haces bien, el número de clases que tengas puede aumentar considerablemente. Piensa en todos los bebés que nacen al día. En México, por ejemplo, cada minuto, nacen aproximadamente 4 personas (INEGI 2008-2010). ¡Tienes un mercado que servir que crece constantemente! Y definitivamente una sola persona no puede servir a tantas familias.

Presupuesto

Planear el mercadeo de un producto puede ser muy costoso, pero hay alternativas de bajo costo que pueden ser buena opción, por ejemplo, establecer redes (*networking*), escribir artículos, aumentar seguidores en redes sociales, hacer cobertura de prensa de eventos que organices y publicaciones gratuitas por Internet. En nuestra experiencia, es mejor gastar poco cuando empiezas tu negocio y luego hacer planes más grandes una vez que has establecido la base de tu negocio. Intenta no gastar más del 10% de tu ingreso mensual en mercadotecnia. Conforme crezca el negocio y tus clientes, puedes incrementar tu presupuesto en este sentido.

Identifica tu mercado

Como ya mencionamos, debes identificar a quién le quieres enseñar. Puede que desees darle clase a todo tipo de padres o que prefieras trabajar con grupos especializados como niños con necesidades adicionales o huérfanos. Mientras más amplio sea tu mercado, menos efectiva es tu comunicación. Piensa en la estrategia que escogerás ya que en muchas ocasiones se

ignora la información cuando no es relevante para la persona que la recibe. Dejar folletos en sitios no estratégicos o usando un folleto no específico y claro, no genera clientes porque no se sienten identificados o no se ve claro el problema a resolver o qué ganarían al participar.

Al identificar tu mercado es importante que consideres el tipo de gente que vive cerca de la zona donde estés ubicado; la fuerza económica en tu área o competidores que ya estén anunciados.

Te recomendamos crear un plan de mercadeo anual, especificando actividades mensuales, para que enfoques tu atención en diferentes ángulos y atraigas clientes. Puede que te convenga organizar un evento de alto perfil al año para atraer clientes e impulsar tu audiencia local.

Investigación

Una vez que identificaste tu mercado, debes de ubicar clientes potenciales y para hacer esto necesitas investigar. Investigar el mercado es muy importante para prevenir que pierdas tiempo, dinero y entusiasmo. Es particularmente importante si vas a ofrecer tu servicio a un grupo más pequeño de gente (por ejemplo, padres adolescentes, o abuelos). Es importante que sepas si hay publicaciones especiales o revistas que este grupo reciba, si se reúnen en algún sitio específico o conocer personas que coordinen gente con las características a la que estás destinando tu negocio (por ejemplo, si trabajarás con bebés prematuros, puede que tengas que ponerte en contacto con el encargado de cuidados intensivos o especiales de un hospital).

Publicidad

“El marketing ya no es publicidad. Necesitarás entonces convertirte en un 'marketer'. Eso significa ver lo que otros ven. Alineándote con tribus. Creando ideas que se difundan. Significa hacer el trabajo duro de ser impulsado por el mercado y trabajar con (tu parte de) ese mercado”. - Seth Godin

Te invitamos a ser creativo y a realmente cambiar tu mentalidad para ‘servir’ en vez de ‘vender’.

Tú decides la forma como quieras llevar a cabo tu publicidad. Existen muchos medios para hacerlo:

- Posters o carteles
- Folletos o trípticos informativos
- Periódicos
- Radio
- Televisión
- Presentaciones
- Enviar cartas o correos electrónicos
- Escribir artículos
- Redes sociales

Es importante que escojas publicidad efectiva. Los carteles y folletos llaman la atención si tienen fotos o gráficos en lugar de grandes cantidades de texto. Intenta utilizar colores que llamen la atención. Tus anuncios te darán la oportunidad de ser creativo. Al publicar, ten en mente siempre a tu mercado objetivo. Considera también tu presupuesto. Hay muchas formas de hacer publicidad de forma gratuita como hacer demostraciones de masaje infantil, dar pláticas a grupos locales de padres y escribir artículos para publicaciones locales.

Seguido hacemos campañas en redes sociales y te proporcionamos contenido que puedes compartir. Cualquier idea que tengas para colaborar o para crear campañas como red y así elevar el prestigio del masaje infantil, es bienvenida.

En Instagram, usamos seguido los hashtags [#blossomandberrymasajeinfantil](#) [#amorcreaamor](#) [#enseñaaamor](#), te invitamos a usarlos.

En el portal podrás ver también una carta de presentación estándar para centros de estimulación temprana, gimnasios, etc.

Dónde comunicar tus servicios

Investiga qué tipo de revistas o publicaciones están dirigidas a familias con bebés. Averigua cuánto cuesta poner un anuncio y si hay la posibilidad de obtener un mejor precio, o incluso hacerlo de manera gratuita si aportas contenido como un artículo de interés (por ejemplo, acerca de los beneficios del masaje infantil). Puede que te convenga ofrecer descuentos a los lectores de esa publicación para obtener un mejor paquete del costo del anuncio e incentivar las decisiones de compra.

Otra opción es anunciarte en directorios locales. Si no hay uno, ¡puedes empezarlo! O puedes intentar anunciarte en revistas para padres. La información que se brinda en hospitales puede ser práctica, pero cara. Acércate a educadores de clases prenatales para dar folletos y pláticas a los padres de familia.

Y la recomendación es que ganas más y más habilidades en redes sociales ya que esa es una manera muy efectiva de darte a conocer.

Si tu intención es servir a comunidades que no tengan Internet entonces tu estrategia va a tener que ser diferente.

Lo importante es que vayas innovando y probando diferentes estrategias, basadas en tu mercado meta, es decir, que determines en dónde están, qué leen, qué frecuentan, para que en base a eso decidas en donde anunciarte. Las recomendaciones de boca en boca siguen siendo una manera muy efectiva de ganar clientes, así que a veces basta con comunicarlo con familiares y amigos y que ellos te ayuden a difundir. Cree en el valor de los servicios que ofreces y comunícalo con entusiasmo y claridad.

Es importante que te apoyes de los demás facilitadores de la red, compartiendo retos y éxitos. Puedes compartir ideas o hacer preguntas en el grupo privado de Facebook, enlace [aquí](#).

En el portal actualizamos la sección de emprendimiento seguido y en nuestros newsletters para estudiantes y graduados compartimos ideas (es importante que revises todas tus carpetas de correo, a veces los emails caen en Spam, los newsletters los enviamos desde el correo sandra@blossomandberry.lat). En los encuentros virtuales mensuales que hacemos por ZOOM, disponibles para toda nuestra red de facilitadores, también puedes compartir ideas o preguntar y podemos todos unir esfuerzos para que surjan ideas creativas de marketing.

Acércate a nosotros si tienes alguna necesidad de aprendizaje y creamos recursos específicos a tus necesidades.

Ideas para darte a conocer

Cuando decidas anunciarte piensa en:

- ¿Quién es tu audiencia?
- ¿Qué le quieres decir a tu audiencia objetivo?
- ¿Cuál es la mejor forma para comunicarte? Folletos, carteles, volantes, publicaciones en línea, redes sociales, radio, podcasts...
- ¿Qué opciones te brindan el mejor costo-beneficio?

Si vas a publicar, recuerda que la mayoría de las personas necesitan ver un anuncio por lo menos 4 veces antes de absorber el mensaje. Anuncios caros que sólo se presenten una vez rara vez funcionan. Un anuncio pequeño suele ser más efectivo. Un anuncio simple sobre aprender, estiramientos y juego puede decir:

Clases locales de Masaje y Movimiento para bebés y niños

Estírate, relájate y diviértete mientras aprendes una gran variedad de técnicas de masaje y movimiento que apoyan el desarrollo de tus hijos. Facilitador calificado, profesional y asegurado. Informes:

ó

Aprende masaje infantil: experiencia para familias con bebés

Facilitador certificado.

Llama al ...

Volantes o folletos

A continuación, te recomendamos varios lugares en los que puedes dejar volantes o folletos:

- Clínicas infantiles o centros infantiles
- Salas postnatales
- Clínicas de salud
- Hospitales con servicios de ginecología y obstetricia
- Consultorios médicos y/o pediátricos
- Boutiques para bebés
- Intercambia folletos con otros profesionales que trabajen con bebés
- Gimnasios

- Centros de salud holistas o complementarios
- Escuelas
- Bibliotecas
- Supermercados

Asegúrate de que tu publicidad sea informativa y que permita a tu mercado ubicarte. Intenta incluir un enunciado imperativo como: ‘Contáctanos’ o ‘Reserva hoy tu lugar’.

Periódicos

Promueve el lanzamiento de tus clases nuevas con apoyo de la prensa local. ¡Siempre están buscando historias!

Pláticas gratuitas

Asiste a grupos locales de bebés para dar pláticas gratuitas sobre el masaje infantil o yoga para bebé. Es una gran manera de atraer clientes y puedes ofrecer descuentos si se inscriben ese día. Puedes repartir tarjetas de presentación con tus datos de contacto o mejor aun, pedirles sus datos para enviarles toda la información.

Presenta el masaje infantil o yoga para bebé en clases prenatales

Esta es una forma muy efectiva de promover tus clases. Puedes ir a una clase y dar una plática breve sobre el masaje infantil o yoga para bebé. Discute con los padres los beneficios del mismo y puedes darles artículos u otros recursos que apoyen su bienestar.

Redes sociales

Lo más importante es crear contenido de valor e ir construyendo comunidad. También puedes colaborar con otras cuentas, o ser invitado en otras cuentas para dar pláticas en vivo, o ponerte a la disposición de otras cuentas para que te inviten a hablar sobre el masaje infantil en sus espacios. También puedes crear un grupo cerrado en Facebook para tu comunidad de padres. Hoy día las reglas del juego en cuanto a redes sociales cambian constantemente (algoritmos, tecnología, etc.) así que busca mantenerte al día con las tendencias. Es importante que cuides tu bienestar y sepas que no tienes que estar en redes 100% de tu tiempo, hay maneras de automatizar o simplemente destina límites saludables pues las redes pueden ser muy absorbentes. Planea tu estrategia de comunicación y momentos clave para estar interactuando con tu audiencia meta y date un respiro también.

Email marketing

Si comienzas a construir confianza para que tu cliente potencial te de su correo electrónico, entonces está en tus manos darle seguimiento y recordarle los beneficios que puede ganar al inscribirse a una experiencia contigo.

Email marketing es una herramienta poderosa ya que los seguidores en redes se pueden ir y venir, y las reglas de redes sociales y permisos pueden cambiar sin tu control. En cambio crecer una base de datos de TUS propios clientes o clientes potenciales es básico para construir comunidad. Puedes enviar newsletters semanales o mensuales, con contenido de valor, conectar con tu audiencia seguido es muy importante.

Consejos para presentaciones

Mantén los demos y pláticas cortos:

- Preséntate
- Introduce un poco acerca de la historia del masaje infantil o yoga para bebé
- Explica los beneficios
- Preguntas: prepárate para contestar preguntas, podrías preparar una hoja con ‘preguntas frecuentes’ y repartirla a los padres, o simplemente estar preparada para contestar
- Explica cuándo y dónde son las próximas clases y cómo inscribirse
- Ofrece descuentos si se inscriben ese día, o descuentos si se inscriben antes de cierta fecha o si liquidan el total del curso

Toma tus propias fotos de tu clase para hacer publicidad. Esto no es caro, es fácil y tiene un gran impacto. Siempre pide el permiso de los padres para usar las imágenes y asegúrate de que el niño siempre salga con pañal. Explícales a los padres en dónde utilizarás las fotos, lo mejor es pedir consentimiento por escrito, más aún si utilizarás las fotos en redes sociales.

Los testimonios de clientes que hayas tenido son la mejor forma de que la gente te recomiende; si eres bueno, se encargarán de decirle a otras personas que eres buen facilitador. Es buen hábito pedir retroalimentación al final del curso, te sirve para mejorar como facilitador y testimonios positivos los puedes usar para publicar y mostrarle a clientes potenciales.

Internet

Cada vez más personas utilizan Google como fuente de información. Estamos trabajando para mejorar nuestra posición en el buscador. Las listas locales también son importantes. Puedes contratar Google Adwords por un mes y ver si te funciona. Facebook e Instagram también ofrecen anuncios pagados y te será posible determinar tu audiencia por lo que puede que sea un método efectivo. Si ya cuentas con una cuenta en redes sociales y seguidores, entonces anunciarte por ese medio también sería conveniente.

Tips:

1. Teclea en Google ‘masaje infantil’ o ‘masaje para bebé’ y el nombre de tu área.
2. Averigua en dónde se ofrecen clases e intenta registrarte en directorios o páginas en las que haya anuncios de estos servicios. La mayoría de los sitios te permiten registrarte de forma gratuita en un formato básico.
3. Busca “clases para bebés” o “actividades para bebés” en tu “área” y repite el paso número 2.

Crea tu red o *networking*

Establecer una red o *networking* es una muy buena forma de atraer clientes nuevos. Hay muchos grupos especializados en esto para emprendedores y es una forma muy relajada e informal de hacer negocios. Que no te dé pena unirse ya que tu negocio puede ser de interés para muchas personas. Si no hay un grupo en tu área, considera formar uno.

Acercándote a organizaciones y ‘gatekeepers’ o ‘guardianes’

El término ‘*gatekeeping*’, se refiere a la regulación del flujo de la información. El ‘*gatekeeper*’ o ‘guardián’ es la persona que selecciona y decide la información que va o no a circular a través de las distintas secciones que existen en un medio determinado. Los ‘*gatekeepers*’ en este caso, pueden ser personas que tienen acceso a tus clientes potenciales (por ejemplo, padres primerizos). Pueden incluir: trabajadores sociales, parteras, médicos familiares o pediatras, gerentes de un centro para niños, etc. Considera hacer cita con ellos para ofrecer tus servicios y para ver si conocen tus clases y el servicio que ofreces. Sé creativo(a) y establece relaciones y vínculos ganar-ganar (por ejemplo, tú también podrías promocionar sus servicios con tu audiencia o podrían colaborar y organizar algún evento juntos).

Trabajar con centros infantiles

Pueden existir oportunidades de trabajo remunerado en centros infantiles o centros de estimulación temprana u oportuna o centros de terapias para niños. Puedes encontrar direcciones y datos de contacto en Google al revisar los centros en tu área. Te conviene tener ya una propuesta de los servicios que puedes ofrecer para los cuales te compartimos estos lineamientos:

Propuesta para trabajar en un centro infantil

1. ¿Qué propones? Número de sesiones, tiempo de la sesión, etc.
2. Beneficios del masaje infantil para los clientes del centro.
3. Consideraciones para una práctica segura.
4. ¿Cómo apoya a los objetivos y metas de la organización?
5. ¿Qué es lo que tú vas a aportar? (por ejemplo, colchonetas, folletos, muñecos de demostración, etc.)
6. Número de horas involucradas y precio por hora.
7. Costo de los materiales o refrigerios.
8. Adjunta tu CV (Curriculum Vitae), copia de certificaciones o diplomas, seguro profesional, etc.

Otras ideas de mercadotecnia para tus clases:

- Recordatorio sobre masaje infantil: para papás que necesitan repasar conocimientos (clientes que estuvieron contigo hace tiempo y quieres regresar)
- Sesiones privadas en casa (uno a uno o en grupos pequeños). Ayudan a reducir costos.
- Sesiones para grupos a domicilio.
- Ofrecer 10% de descuento siempre es un buen incentivo para que la gente se inscriba. Por ejemplo, 10% de descuento si traes un amigo (¡deja que alguien más haga la mercadotecnia por ti!) o 10% de descuento, o incluso el curso gratis, si eres la anfitriona y la clase del grupo puede ser en tu casa.
- Trabajar con una organización como servicio social (voluntariado).
- Escribe para periódicos locales o revistas locales y ofrece clases muestra. Esto mejora tu perfil y te recomiendan.
- Buscar colaboraciones.

Tu propia definición de éxito

Para que goces tu labor te recomendamos enfocarte en el proceso y no en el resultado. Disfrutar los pasos a seguir día a día, en vez de estar esperando que una meta se cumpla para estar feliz. También te invitamos a definir el éxito de acuerdo a tu propia perspectiva, deja a un lado expectativas externas, prejuicios, creencias limitantes, ¿que es para ti el éxito? Considera aspectos personales, profesionales, espirituales, de bienestar, todos los aspectos que engloben tu vida y que valores. Escríbelo y tendrás entonces una mejor idea de las actividades a seguir para conseguir un éxito holístico.

Te compartimos una reflexión de Ralph Waldo Emerson acerca del éxito, se alinea con lo que promovemos en Blossom & Berry:

¿Qué es el éxito?

Reír mucho y con regularidad;

Ganarse el respeto de personas inteligentes y el cariño de los niños;

Ganar el aprecio de críticos sinceros y soportar la traición de amigos falsos;

Apreciar la belleza;

Encontrar lo mejor de los demás;

Dejar el mundo un poco mejor, ya sea mediante un niño sano,

un trozo de jardín o el rescate de un grupo social;

Saber que por lo menos una vida respiró mejor por haber vivido tú;

Esto es tener éxito.