

# Desarrollo del ciclo del Negocio 2024

*Coach  
Benny*



¿Cuál será el modelo de negocios para tu empresa durante el 2024?:



A continuación te presento algunas ideas:

### **1. Identificación y construcción de inventario.**

Todos tus productos son de altísima calidad y demanda. Sin embargo, hay que anotar algo importante: La demanda se construye en colaboración con tu empoderamiento hacia la viralidad con tu nicho de mercado.

## 2. Creación de una plataforma en línea:

- Desarrollar un sitio web o una aplicación móvil atractiva y fácil de usar para mostrar el catálogo de productos/servicios.
- Integrar sistemas de pago seguros y opciones de envío eficientes.

## 3. Estrategia de marketing digital:

- Realizar una investigación en línea de mercado para identificar a su público objetivo y sus necesidades.
- Ir de la mano de la estrategia general de tu empresa. Algunas preguntas para considerar: ¿Qué producto es el que se promociona? ¿Está alineada la estrategia de mercadotecnia con la orientación de producto?

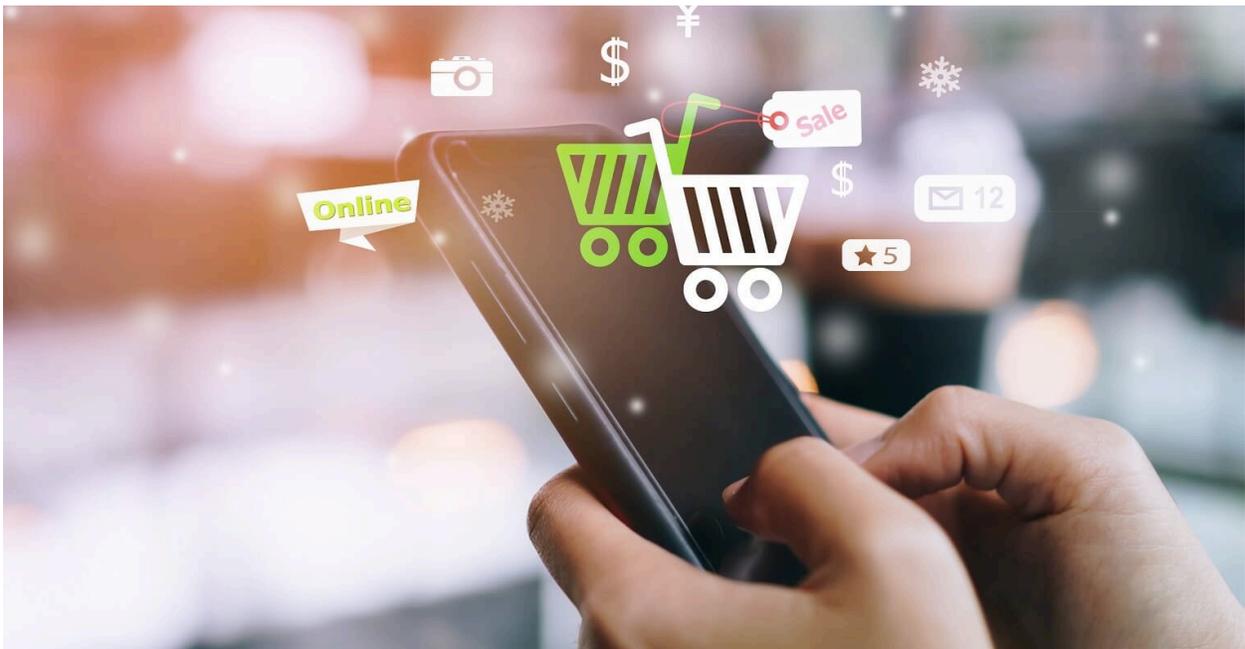


#### 4. **Presencia en redes sociales:**

- Crear perfiles en las principales redes sociales (como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn) y mantenerlos actualizados con contenido relevante.
- Fomentar la participación los seguidores con publicaciones interesantes y atractivas.
- Utilizar las redes sociales para interactuar con los clientes, responder preguntas y proporcionar atención al cliente.

#### 5. **Social Selling:**

- Utilizar las redes sociales de manera efectiva para vender.
- Fomentar la creación de relaciones con los clientes a través de las redes sociales y el establecimiento de confianza.



*Coach Benny*

- Utilizar estrategias de social selling para identificar oportunidades de venta y cerrar negocios de manera efectiva.

## 6. **Ciclo de negocio de venta:**

Los clientes potenciales pueden descubrir su empresa a través de anuncios en línea, búsquedas en motores de búsqueda o redes sociales. Esto último aún no es permitido por la empresa pero estoy seguro que en un futuro lo será.

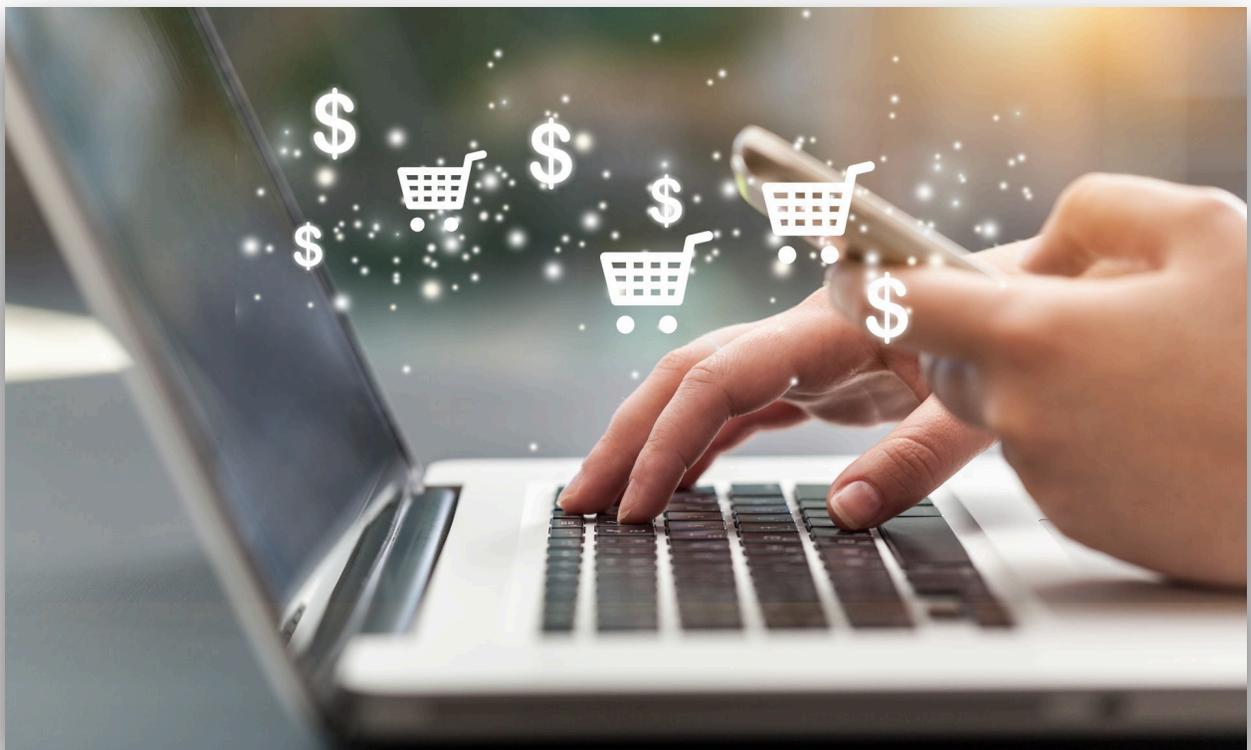
- Una vez en su plataforma en línea, los clientes pueden explorar su catálogo de productos/servicios y realizar compras.
- La atención al cliente puede brindarse a través de chat en vivo, correo electrónico o redes sociales para resolver dudas o problemas.
- El proceso de pago y envío debe ser eficiente y seguro para garantizar la satisfacción del cliente. Esto último ya está disponible por tu empresa.
- El seguimiento postventa y la solicitud de comentarios y reseñas son cruciales para mantener la relación con el cliente y obtener retroalimentación valiosa.

## 7. **Contraste con el modelo actual, orgánico y presencial:**

- El modelo anterior se basaba principalmente en la venta presencial, lo que requería la presencia física de vendedores en eventos, ferias o visitas a domicilio. El nuevo modelo se basa en gran medida en la venta en línea y el uso de estrategias digitales.

*Coach Benny*

- El modelo actual utiliza el marketing digital y las redes sociales para llegar a un público más amplio y diverso en comparación con la venta orgánica.
- El social selling permite una interacción más directa con los clientes potenciales a través de las redes sociales, lo que no era tan efectivo en el modelo anterior.
- El ciclo de venta en el modelo actual es más rápido y eficiente, ya que los clientes pueden realizar compras en cualquier momento y desde cualquier lugar.
- El modelo actual permite una mayor escalabilidad, ya que no depende de la limitación geográfica y la disponibilidad de vendedores presenciales.



*Coach Benny*

En resumen, el modelo de negocios basado en marketing digital, redes sociales y social selling ofrece una mayor flexibilidad, alcance y eficiencia en comparación con el modelo orgánico y presencial.

¿Y la iniciación donde queda? La iniciación seguirá siendo considerado como ese “segundo remo”. Hay que considerar que en vez de tener la visión de dos remos diferentes. Hoy se puede considerar como una “transición ascendente” de los miles de clientes a los que seguramente llegarás a través de todos los medios de difusión antes citados.

**Preguntas para reflexionar:**

¿Cuántos clientes piensas desarrollar antes del cierre de año?

---

---

¿Cuál será tu discurso para ascender a tus clientes a consultores de consumo?

---

---

¿Qué atributos piensas comunicar para continuar la ascendencia natural hasta lograr desarrollar consultoras que deseen hacer carrera?

---

---

¿Cómo será la tu visión para lograr tu Directorado cuanto antes? (Nota importante): En vez de ver un grupo de Consultores desplazando una cantidad específica de productos, visualiza muchos consultores de consumo que no necesariamente consuman mucho producto pero si constantemente.

---

---

De ahí proceder a lograr ascender a algunos de ellos al siguiente nivel.

