



M.I.C.R.O.

**MIGRANTS IDEAS CONVERTED
INTO REAL OPPORTUNITIES**



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación es responsabilidad exclusiva de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en el mismo

Capítulo 2

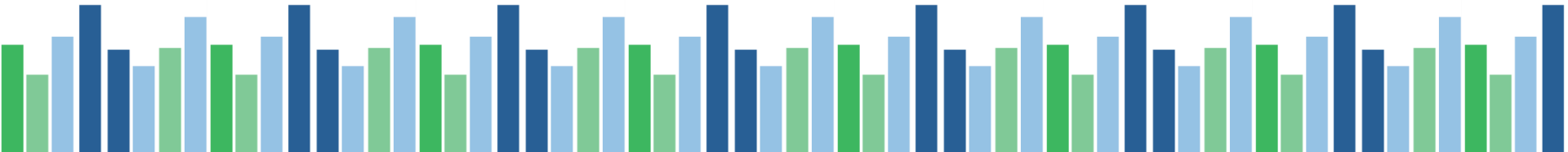
CÓMO GESTIONAR TU NEGOCIO
2.1 Orientación al cliente

2.1 Orientación al cliente

La orientación al cliente debe reflejarse, en primer lugar, en la misión de tu negocio. Es esencial tener siempre en mente que la misión de tu negocio debe cumplir **las necesidades de tus clientes**. Por esta razón, es muy importante **formular la misión de tu empresa** en términos de satisfacer las necesidades de tus clientes.

Comprender las necesidades de tus clientes es un factor clave para el éxito de tu negocio. Con el fin de conseguir que tu negocio esté orientado hacia al cliente, es indispensable asegurarse de que los productos y/o servicios que ofrecerás realmente responden a una necesidad y son atractivo a tus clientes potenciales.

También debes recordar que diferentes tipos de clientes pueden tener diferentes necesidades o encontrar atractivo diferentes productos y/o servicios. Esto debería llevarte a "segmentar" tus clientes potenciales con el objetivo de aclarar tus posibles relaciones con su negocio.



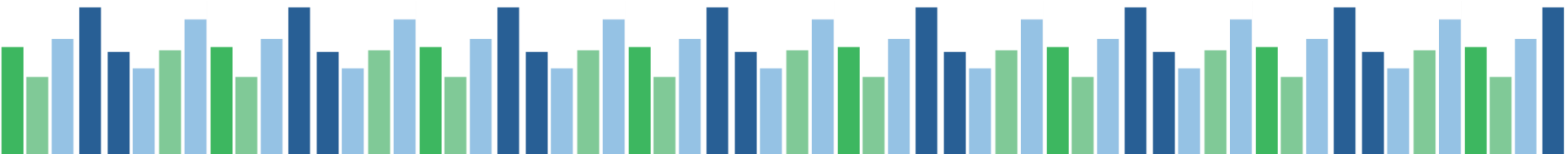
2.1 Orientación al cliente

Llevar a cabo este análisis de mercado no requiere un gran desembolso de recursos. Los siguientes son algunos ejemplos de los métodos que puedes utilizar:

- > Haz demostraciones de sus servicios u organiza unas muestras de sus productos para ver cómo se reciben.
- > Busca en Internet datos estadísticos sobre el consumo de productos similares.
- > Observa lo que otros negocios como el tuyo venden, acercándote a ellos como clientes.
- > Puedes hablar con la gente en el lugar donde pondrían tu negocio o personas que consideres que pueden tener características en común con los clientes a los cuales te diriges.

Una vez que hayas establecido que los productos y/o servicios son adecuados, debes tomar otro paso para asegurarte de la orientación hacia tu cliente. Precisamente, identificando tus **fortes** y los de tu plan de negocio e identificando tus **debilidades** y los de tu plan. Esto te permitirá percibir con mayor claridad cómo superarlas, o cómo minimizar su impacto en el desarrollo del negocio.

Necesitas sondear a tus clientes periódicamente para descubrir si sus necesidades han cambiado y si los productos o servicios que les ofreces satisfacen adecuadamente sus necesidades. Un enfoque flexible es probablemente el que más favorecerá el éxito de tu negocio: **tu negocio debe cambiar y debe tener la capacidad de adaptarse.**





M.I.C.R.O.
**MIGRANTS IDEAS CONVERTED
INTO REAL OPPORTUNITIES**



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union