

## AME SU PRODUCTO

La autenticidad empieza consigo mismo. Si ama su producto o servicio y aporta esa pasión a su trabajo, su entusiasmo y una generosidad de espíritu brillarán en las relaciones con sus clientes. El amor por el producto es un gran generador de publicidad de viva voz.

## ÉXITO DE LOS CLIENTES

¿Cómo logró su producto o servicio mejorar la vida de un cliente de alguna manera? Cuente esa historia, o mejor aún, dígale a le cliente que cuenta su propia historia. Los detalles concretos y auténticos de clientes felices hacen que su negocio cobre vida para personas que aún no han tenido esa experiencia.

## LES PRIMERES USUARIOS

Los primeros usuarios son personas que tienen un problema, lo saben, están dispuestos a pagar por una solución, y ya están experimentando con soluciones alternativas. La apuesta aquí es que si su producto o servicio se ajusta a esta necesidad, habrá encontrado a unos clientes leales y entusiastas.

## SERVICIO EXCELENTE

El dar un servicio excelente es el camino más efectivo para tener relaciones excelentes con los clientes. Considere el mantra de los 3 pasos de Zingerman para un servicio excelente:

1. Averigüe qué busca le cliente.
2. Consígalo o hágalo por ellos.
3. Haga un esfuerzo adicional.



# PERSONAL

## La Rueda de Mercadotecnia Auténtica

Una herramienta sencilla para cuestionar cómo los elementos clave de su cooperativa (trabajadores, clientes, producto o servicio, y lugar o comunidad) responden a lo que le importa a la gente (calidad, valor, servicio y resonancia). Échele un ojo.

### CALIDAD

¿De qué manera es nuestro producto o servicio el primero, el mejor o el óptimo?

# AUTÉNTICA

## Esquema de la Historia de Éxito de le Cliente

1. Resuma la historia de su cliente en 1 o 2 párrafos.
2. ¿Qué hacía su cliente antes de empezar a trabajar con él? ¿Cuáles eran algunas de sus tácticas anteriores para lograr un objetivo en particular?
3. Resuma el problema o desafío que su cliente está enfrentando.
4. ¿Cómo ayudó su producto o servicio a resolver el problema? Incluya detalles.
5. ¿Cuáles fueron los resultados de usar su producto? Aquí es útil una ilustración de cómo se ven los resultados (una tabla, un gráfico, una foto).  
¿Acaba de empezar y aún no tienes clientes? No se preocupe. Utilice este ejercicio para proyectar su cooperativa hacia un futuro operacional.

### RESONANCIA

Aún en nuestro mundo cibernético, toda empresa es local. El contexto es todo.

# TRANSPARENTE

## Cómo Crear una Cooperativa de Trabajadores Paso 6

Para más información, visite [academy.lacooplab.com](http://academy.lacooplab.com) por I.A. Co-op Lab

### VALOR

Problema: Resuelto  
Deseo: Cumplido

## TRABAJADORES

## CLIENTES

## LUGAR

## PRODUCTO O SERVICIO

# MERCADOTECNIA

### ¿Dónde puedo encontrar a los primeros usuarios?

1. Haga una lluvia de ideas sobre las acciones que la gente puede ejercer para resolver un problema.
2. Considere: ¿Dónde podrían ejercer estas acciones?
3. Haga preguntas abiertas.
4. Sus preguntas deben ser cara a cara.
5. Las entrevistas a amigos o familiares.
6. No entreviste a amigos o familiares sobre su proyecto.

### Seis Reglas para las Entrevistas con los primeros usuarios

### SERVICIO

Todo lo que hacemos para que la compra sea más fácil y encantadora.