



# BOSS

*WOMEN IN FAMILY BUSINESSES*

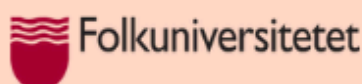
PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA MUJERES LÍDERES

EN LAS EMPRESAS FAMILIARES EUROPEAS

MÓDULO 2: Marketing y Ventas

**PARTE PRÁCTICA**

**2022-1-SE01-KA220-ADU-000087596**



## EJERCICIOS

EJERCICIO Nº	1
NOMBRE DEL EJERCICIO	Crea tu Marketing Mix
OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	<p><b>Adquirirás habilidades de Marketing:</b> Habilidades emprendedoras, Marketing y Comunicación</p> <p><b>Conocimientos de marketing:</b> Gestión y planificación, Alfabetización digital</p> <p><b>Objetivos de aprendizaje específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprenderás el proceso de marketing y explorarás el amplio significado de lo que es el marketing</li> <li>2. Estructurarás el marketing mix, que es crucial a la hora de desarrollar tu propio producto o servicio, y desarrollarás habilidades de pensamiento crítico.</li> <li>3. Conocerás el mercado en el que estás insertando tu producto/servicio, lo que te llevará a una mejor comprensión de tus Propuestas Únicas de Venta.</li> <li>4. El marketing mix es solo el comienzo cuando se trata de la implementación de una estrategia de marketing. Responder a estas preguntas te permitirá concluir lo que requiere tu plan de estrategia de marketing.</li> </ol>
DURACIÓN	Aprox. 2 horas
DESCRIPCIÓN	<p>Los principios de marketing son conceptos de marketing aceptados que las empresas utilizan para crear estrategias de marketing exitosas. A menudo basamos nuestra estrategia en estas ideas rectoras. Podemos promocionar eficazmente productos o servicios mediante el uso de principios de marketing. A menudo se denomina Marketing Mix y se puede encontrar como 4P o 7P, dependiendo de si se trata de un producto o servicio.</p> <p>Crearás el Marketing Mix de un producto/servicio imaginario en función de tus preferencias. Consejos: Si ya tienes un producto o servicio puedes usarlo como ejemplo para implementar el Marketing Mix.</p>

<p>HERRAMIENTAS DE APOYO (vídeos, enlaces, PPTs, etc)</p>	<p>El Marketing Mix es ampliamente considerado uno de los marcos más fundamentales en la disciplina del Marketing. En el siguiente vídeo se analizan las 4Ps dando ejemplos y respondiendo a preguntas como por ejemplo cómo puedes utilizar las 4P para diseñar o analizar tu estrategia de marketing.</p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=g_gEOf0UePw">https://www.youtube.com/watch?v=g_gEOf0UePw</a></p> <p>El siguiente vídeo cubre, por otro lado, las 7P del marketing en un negocio de servicios: Producto, Precio, Espacio, Promoción, Personas, Pruebas Físicas y Proceso. Mediante el uso de ejemplos, proporciona información sobre cómo aplicar las 7P.</p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=ij39z2P_aQI">https://www.youtube.com/watch?v=ij39z2P_aQI</a></p>
<p>Bibliografía</p>	<p>Armstrong, G. y Kotler, P. (2016). <i>Marketing: una introducción</i>. Pearson</p> <p>Barone, A. (2023, 15 de mayo). <i>Estrategia de Marketing: Qué es, Cómo funciona, Cómo crear una</i>. Investopedia.</p>

	<p><a href="https://www.investopedia.com/terms/m/marketing-strategy.asp#:~:text=A%20marketing%20estrategia%20se refiere%20a,y%20otros%20alto%2Dnivel%20elementos">https://www.investopedia.com/terms/m/marketing-strategy.asp#:~:text=A%20marketing%20estrategia%20se refiere%20a,y%20otros%20alto%2Dnivel%20elementos</a></p> <p>Ellering, N. (2022, 19 de agosto). <i>¿Cuáles son los principios del marketing? Visión general de las 7P, los principios de valor y los principios de actividad.</i> CoSchedule.</p> <p><a href="https://coschedule.com/marketing/principles-of-marketing/#what-are-the-7-principles-of-marketing--the-7-ps-of-marketing-mix">https://coschedule.com/marketing/principles-of-marketing/#what-are-the-7-principles-of-marketing--the-7-ps-of-marketing-mix</a></p> <p>Santander Universidades. (23 de febrero de 2023). <i>Las 7Ps: ¿cómo han implicado las 4P del marketing mix?</i> Santander.</p> <p><a href="https://www.becas-santander.com/en/blog/the-7-ps.html#error=login_required&amp;state=2ee8dee6-a811-4133-8af2-24c8483ec9c3">https://www.becas-santander.com/en/blog/the-7-ps.html#error=login_required&amp;state=2ee8dee6-a811-4133-8af2-24c8483ec9c3</a></p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

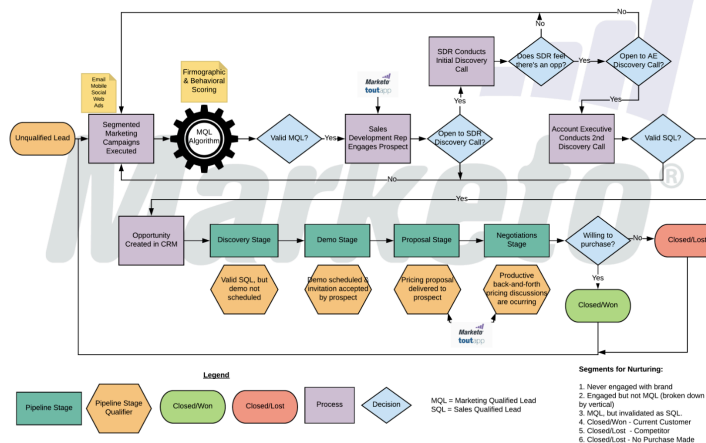
Diseño adjunto:



EJERCICIO Nº	2
NOMBRE DEL EJERCICIO	Crear un diagrama de flujo visual del <b>proceso de ventas</b>
OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	<p><b>Adquirirás habilidades de gestión de ventas:</b> Habilidades emprendedoras, Comunicación y networking y negociación</p> <p><b>Conocimientos de Gestión de Ventas:</b> Gestión del Tiempo y Planificación Digital, Alfabetización, Asunción de riesgos</p> <p><b>Objetivos de aprendizaje específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender el proceso de ventas: aprenderás las etapas secuenciales del proceso de ventas, incluida la generación de clientes potenciales, la prospección, la calificación, la presentación, la superación de objeciones, el cierre y el seguimiento. Este conocimiento te proporcionará una comprensión fundamental de cómo se estructuran las actividades de ventas.</li> <li>2. Identificación de puntos de decisión: A través de la actividad del diagrama de flujo, identificarás los puntos de decisión clave dentro del proceso de ventas. Aprenderás a reconocer dónde se toman decisiones críticas, como si debes continuar con un cliente potencial, cómo abordar las objeciones o cuándo cerrar una venta. Esta habilidad es valiosa para tomar decisiones informadas durante las interacciones de ventas reales.</li> <li>3. Alfabetización digital: Las participantes mejorarán sus habilidades de alfabetización digital mediante el uso de herramientas o plantillas en línea para crear el diagrama de flujo del proceso de ventas. Esta experiencia práctica con herramientas digitales les familiarizará con el proceso de creación de contenido visual digitalmente, una habilidad valiosa en el entorno empresarial actual impulsado por la tecnología.</li> <li>4. Habilidades de representación visual: Al crear un diagrama de flujo visual del proceso de ventas, desarrollarás habilidades para representar visualmente procesos complejos. Aprenderás a usar símbolos, formas y flechas para representar cada paso de una manera clara y organizada, mejorando tu capacidad para comunicar información de manera efectiva.</li> </ol>
DURACIÓN	8 horas o más, dependiendo del nivel de complejidad del negocio
DESCRIPCIÓN	<p>Crear un <b>diagrama de flujo visual</b> del proceso de ventas, que ilustra los pasos involucrados en el proceso de ventas, desde la generación de clientes potenciales hasta el cierre de una venta.</p>

Puedes hacerlo en papel, con post-its o utilizando una herramienta o plantilla online. El diagrama de flujo ayuda a comprender las etapas secuenciales, las acciones clave y los puntos de decisión dentro del proceso de ventas.

### Sample Sales & Marketing Process Flow



Sample Sales & Marketing Process Flowchart from Marketo

Fuente de la imagen: [Diagrama de flujo del proceso de ventas: todo lo que necesita saber, por Zen Flowchart](#)

HERRAMIENTAS DE APOYO (vídeos, enlaces, PPTs, etc)

Puedes encontrar plantillas de diagramas de flujo gratuitas en plataformas como [Template.net](#), [ZenFlowchart](#), [Canva](#) o simplemente usar tu aplicación de Office.

Vídeos:

[Cómo lograr cualquier cosa en la vida aprendiendo a vender. | Rana Kordahi - España | TEDxCQU](#)

Bibliografía

ES: [11 consejos de ventas para principiantes](#)  
ES: [Diagrama de flujo del proceso de ventas: todo lo que necesita saber](#)  
ES: [Reseña del libro de Anum Hussain sobre el libro de Jill Konrath "SNAP Selling"](#)  
ES: [10 libros recomendados para mujeres emprendedoras](#) (10 recommended books for women entrepreneurs)

## TAREAS

Tarea N°:	1
Nombre de la tarea:	Investiga las asociaciones sostenibles y crea un tablero de muestra
Descripción de la tarea	<p>Investiga el concepto de asociaciones sostenibles, su importancia para tu negocio y ejemplos de asociaciones exitosas en este ámbito.</p> <p>Crea un tablero de muestra (en papel o digital, por ejemplo, con el software "Miro").</p>
Entendiendo la tarea (Ver o leer sobre la tarea)	<p>Lee artículos, ve vídeos o explora estudios de casos relacionados con asociaciones sostenibles para pequeñas empresas, y adapta las ideas para tu propio uso.</p> <p>Recuerda: los malos ejemplos también pueden ser una guía sobre cómo NO hacerlo.</p>
Realización de la tarea	Resume los puntos clave y reúne ejemplos de asociaciones sostenibles exitosas para comprender mejor el concepto, y luego crea tu tablero para visualizar lo que deseas lograr.
Bibliografía	<p>Herramienta:</p> <p><a href="#">Miro</a> es una plataforma de pizarra colaborativa en línea que permite a los participantes trabajar juntos en tiempo real. Puedes crear espacios virtuales para escenarios de juego de roles, donde los participantes pueden usar texto, imágenes y notas adhesivas para representar y discutir sus interacciones.</p> <p>Vídeos:</p> <p>Tedx "<a href="#">Las oportunidades ocultas de la acción climática para las mujeres</a>" por Zineb Sqalli</p> <p>Podcast de Laina Raveendran Greene <a href="#">Cómo las mujeres son la clave del bienestar económico</a></p> <p>Fondo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, <a href="#">conferencia "El camino hacia la paz: por qué los ODS son buenos para los negocios"</a> (1h25 m)</p> <p>Lecturas adicionales:</p>

	<p>Blog Researchgate, pdf descargable, <a href="#">La importancia del compromiso con la sostenibilidad en la colaboración con proveedores de pequeñas empresas</a>, escrito por Juhnani Ukko, Minna Saunila, Mina Nasiri, Tero Rantala</p> <p>ES artículo en la página web de la UNCTAD <a href="#">“Acelerando el desarrollo sostenible con empresas familiares”</a></p> <p>EN Ministerio Federal de Medio Ambiente, Protección de la Naturaleza, Construcción y Seguridad Nuclear de Alemania, pdf descargable, <a href="#">"Guía paso a paso para la gestión sostenible de la cadena de suministro"</a></p> <p>ES blog Pacto mundial Red española <a href="#">“Pasos para integrar la sostenibilidad de tu empresa”</a></p> <p>ES blog Greenglobe <a href="#">“10 consejos para lograr una empresa más sostenible”</a> escrito por Javier Pedraza</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tarea Nº:	2
Nombre de la tarea:	Identifica a tus competidores
Descripción de la tarea	<p>Tu grupo objetivo debe sentir si tu producto específico o tu empresa se adaptan mejor a sus necesidades y valores que otras propuestas en el campo.</p> <p>Para tener éxito en esto, deberás recopilar datos sobre competidores potenciales. Esto te permitirá diferenciar tu empresa del antagonismo de tu rama.</p>
Entendiendo la tarea (Ver o leer sobre la tarea)	<p>Para llevar a cabo un análisis de la competencia, debes centrarte en los competidores de todo tipo (nuevos participantes, pequeñas empresas, directas o indirectas) y sus fortalezas, así como sus debilidades. Debes comparar su comunicación, marca, propuesta, estrategia, contenido y canales de difusión con los tuyos a través de una investigación estructurada en torno a preguntas clave. Se proporcionará una plantilla que te ayudará a realizar la tarea.</p> <p>Para ayudarte en este análisis, también hay herramientas en línea disponibles: por ejemplo, <a href="#">SpyFu</a> para recopilar datos sobre la investigación en línea sobre sus competidores o <a href="#">Rival IQ</a> para saber qué tal le va a tu plataforma de redes sociales en comparación con otras de la industria.</p>



	<p>Puedes leer más información, artículos y ver vídeos en YouTube que te brindarán información relacionada con el análisis de la competencia.</p> <p>Ej: Mira este <a href="#">vídeo de YouTube</a></p>																														
<p>Realización de la tarea</p>	<p>La siguiente plantilla contiene preguntas clave y áreas que debes tener en cuenta al analizar a tus competidores.</p> <div data-bbox="603 633 1262 1462" style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> <p style="text-align: center; background-color: #00838f; color: white; border-radius: 15px; padding: 5px;"><b>Análisis de la competencia en marketing</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #f9c74f; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Comunicación</b></td> <td style="background-color: #00838f; color: white; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Branding</b></td> <td style="background-color: #f96; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Oferta</b></td> </tr> <tr> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Cómo atraen a su público y consiguen interactividad? ¿Utilizan grupos, páginas, foros?</td> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Cuál es su eslogan, su imagen de marca, sus mensajes, su enfoque?</td> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Qué ofrecen para resolver el malestar o problema de sus clientes?</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #c09090; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Estrategia</b></td> <td style="background-color: #808080; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Contenido</b></td> <td style="background-color: #e91e63; color: white; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Canales de difusión</b></td> </tr> <tr> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Cuál es su estrategia/modelo de negocio? ¿Cuál es su objetivo clave? ¿Qué tácticas utilizan?</td> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Cómo utilizan los contenidos para atraer, nutrir, convertir y conseguir clientes recurrentes? Vídeos, blogs, informes técnicos, estudios de caso, publicaciones, artículos, etc.</td> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Dónde promocionan su negocio? ¿Desde dónde generan clientes potenciales?</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #3b3b7d; color: white; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>USP</b></td> <td style="background-color: #4caf50; color: white; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Publicidad</b></td> <td style="background-color: #a1887f; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Social</b></td> </tr> <tr> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Cuál es su "punto de venta único"?</td> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Dónde se anuncian y cuál es su afluencia y gasto en este canal?</td> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Qué redes utilizan y cuál es su alcance y participación?</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #5d4037; color: white; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Email</b></td> <td style="background-color: #f9c74f; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Búsqueda</b></td> <td style="background-color: #0056b3; color: white; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Campañas</b></td> </tr> <tr> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Cómo se dirigen a sus clientes en las distintas fases del ciclo de ventas?</td> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Cuáles son sus palabras clave? ¿Hacia dónde dirigen el tráfico...blogs, web o páginas de contacto?</td> <td style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿A quién se dirigen, cuál es su mensaje clave y su llamada a la acción?</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="background-color: #6b8e23; color: white; border-radius: 10px; text-align: center; padding: 5px;"><b>Eventos</b></td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="border-radius: 10px; padding: 5px;">¿Qué eventos organizan, patrocinan o exponen? Eventos o conferencias - en línea, presenciales o ambos?</td> </tr> </table> </div>	<b>Comunicación</b>	<b>Branding</b>	<b>Oferta</b>	¿Cómo atraen a su público y consiguen interactividad? ¿Utilizan grupos, páginas, foros?	¿Cuál es su eslogan, su imagen de marca, sus mensajes, su enfoque?	¿Qué ofrecen para resolver el malestar o problema de sus clientes?	<b>Estrategia</b>	<b>Contenido</b>	<b>Canales de difusión</b>	¿Cuál es su estrategia/modelo de negocio? ¿Cuál es su objetivo clave? ¿Qué tácticas utilizan?	¿Cómo utilizan los contenidos para atraer, nutrir, convertir y conseguir clientes recurrentes? Vídeos, blogs, informes técnicos, estudios de caso, publicaciones, artículos, etc.	¿Dónde promocionan su negocio? ¿Desde dónde generan clientes potenciales?	<b>USP</b>	<b>Publicidad</b>	<b>Social</b>	¿Cuál es su "punto de venta único"?	¿Dónde se anuncian y cuál es su afluencia y gasto en este canal?	¿Qué redes utilizan y cuál es su alcance y participación?	<b>Email</b>	<b>Búsqueda</b>	<b>Campañas</b>	¿Cómo se dirigen a sus clientes en las distintas fases del ciclo de ventas?	¿Cuáles son sus palabras clave? ¿Hacia dónde dirigen el tráfico...blogs, web o páginas de contacto?	¿A quién se dirigen, cuál es su mensaje clave y su llamada a la acción?	<b>Eventos</b>			¿Qué eventos organizan, patrocinan o exponen? Eventos o conferencias - en línea, presenciales o ambos?		
<b>Comunicación</b>	<b>Branding</b>	<b>Oferta</b>																													
¿Cómo atraen a su público y consiguen interactividad? ¿Utilizan grupos, páginas, foros?	¿Cuál es su eslogan, su imagen de marca, sus mensajes, su enfoque?	¿Qué ofrecen para resolver el malestar o problema de sus clientes?																													
<b>Estrategia</b>	<b>Contenido</b>	<b>Canales de difusión</b>																													
¿Cuál es su estrategia/modelo de negocio? ¿Cuál es su objetivo clave? ¿Qué tácticas utilizan?	¿Cómo utilizan los contenidos para atraer, nutrir, convertir y conseguir clientes recurrentes? Vídeos, blogs, informes técnicos, estudios de caso, publicaciones, artículos, etc.	¿Dónde promocionan su negocio? ¿Desde dónde generan clientes potenciales?																													
<b>USP</b>	<b>Publicidad</b>	<b>Social</b>																													
¿Cuál es su "punto de venta único"?	¿Dónde se anuncian y cuál es su afluencia y gasto en este canal?	¿Qué redes utilizan y cuál es su alcance y participación?																													
<b>Email</b>	<b>Búsqueda</b>	<b>Campañas</b>																													
¿Cómo se dirigen a sus clientes en las distintas fases del ciclo de ventas?	¿Cuáles son sus palabras clave? ¿Hacia dónde dirigen el tráfico...blogs, web o páginas de contacto?	¿A quién se dirigen, cuál es su mensaje clave y su llamada a la acción?																													
<b>Eventos</b>																															
¿Qué eventos organizan, patrocinan o exponen? Eventos o conferencias - en línea, presenciales o ambos?																															

	<p><b>Análisis de la competencia en marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación</li> <li>Branding</li> <li>Oferta</li> <li>Estrategia</li> <li>Contenido</li> <li>Canales de difusión</li> <li>USP</li> <li>Publicidad</li> <li>Social</li> <li>Email</li> <li>Búsqueda</li> <li>Campañas</li> <li>Eventos</li> </ul>
<p>Bibliografía</p>	<p><a href="#">SpyFu</a> para recopilar datos sobre la investigación en línea sobre tus competidores</p> <p><a href="#">Rival IQ</a> para saber qué tan bien le está yendo a tu plataforma de redes sociales en comparación con otras en la industria</p> <p>McGruer, D. (2020). <i>Marketing Digital Dinámico</i>. Willey</p> <p>Shewan, D. (3 de septiembre de 2022). <i>Cómo hacer un análisis DAFO (¡con ejemplos y plantilla gratuita!)</i>. Flujo de palabras. <a href="https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/12/20/swot-analysis">https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/12/20/swot-analysis</a></p>

Diseños adjuntos:



## Análisis de la competencia en marketing

<b>Comunicación</b>	<b>Branding</b>	<b>Oferta</b>
<b>Estrategia</b>	<b>Contenido</b>	<b>Canales de difusión</b>
<b>USP</b>	<b>Publicidad</b>	<b>Social</b>
<b>Email</b>	<b>Búsqueda</b>	<b>Campañas</b>
<b>Eventos</b>		