

Módulo 4

Comunicación y márketing social

Lección 1



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Objetivos de aprendizaje

Tras completar el módulo, podrás:

OA1: Ser consciente de los aspectos fundamentales en la estrategia empresarial junto con el conocimiento especializado en publicidad, comunicación y marketing orientado a las ventas, así como de la comunicación digital y el marketing.

OA2: Identificar los clientes más interesantes para el producto/servicio y cómo construir puentes con ellos, analizando el comportamiento del consumidor.

OA3: Diseñar un plan de comunicación y marketing para responder a las necesidades sociales e incorporando valores sociales.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Quién comprará nuestro producto/servicio?

Target (o público destinatario): grupo de personas con características específicas (sociales, culturales, demográficas, etc.) que pueden estar interesadas en adquirir nuestro producto o servicio social y convertirse en nuestros clientes.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Quién comprará nuestro producto/servicio?

Perfil demográfico: La variable de género, la edad y la ubicación son importantes para definir nuestro target.

Perfil sociocultural: Las personas también pueden clasificarse por su estatus económico, el nivel educativo, sus valores y hábitos.

Perfil digital: Es importante saber qué tipo de redes sociales utilizan, con qué tipo de dispositivos se conectan a internet, cuánto tiempo están conectados, qué palabras clave utilizan en Google para buscar un producto o servicio en particular, etc.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Quién comprará nuestro producto/servicio?

Preguntas importantes: ¿Es nuestro target rentable? ¿Tiene dinero para comprar tus productos? ¿Hay suficiente gente que quiere tus servicios?

¿Tiene tu empresa social una demanda de mercado? ¿Existe competencia? (Si eres la primera persona en crear un negocio innovador y único... ¡piénsalo porque no es habitual!)



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Cómo nos comunicamos con nuestros clientes/target?

Los stakeholders (las personas que muestran interés). Son aquellos actores sociales que pueden influenciar o ser influenciados, en negativo o positivo, por las actividades de nuestra empresa social.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Cómo nos comunicamos con nuestros clientes/ target?

Existen varios posibles interesados:

Clientes potenciales
Beneficiarios
Clientes
Gobiernos
Inversores
Proveedores
Medios de comunicación
Sociedad / Comunidad
Grupos de interés
ONGs



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Cómo nos comunicamos con nuestros clientes/target?

Para comunicarnos con los diferentes grupos de interesados, necesitamos saber:

1

¿Qué relación (objetivos e intereses) tiene tu empresa con cada interesado?

2

¿Qué canales y métodos de comunicación usan cada uno de ellos? .



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Cómo nos comunicamos con nuestros clientes/target?

La relación que la empresa social tiene con cada uno de los posibles grupos interesados servirá para definir la estrategia de comunicación y el lenguaje que utilizaremos.

Cada posible interesado utilizará un canal de comunicación. Necesitamos saber cuáles son los apropiados para ser efectivos y comunicar nuestro mensaje.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Qué queremos decirles?

Tu empresa social tiene 2 objetivos que conseguir:

1

Tener un impacto en temas sociales.

2

Hacer que el negocio funcione: los beneficios de la venta de los productos y servicios aseguran la sostenibilidad de la empresa.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Qué queremos decirles?

Necesitamos usar la comunicación persuasiva para promover el cambio social e intentar que la gente cambie de actitud. Queremos sensibilizar sobre un problema, y para ello debemos estructurar el mensaje de esta forma:

- 1) **Introduce el problema:** debes exponer la existencia de un problema, explicando su origen, causas, efectos, impacto, etc.
- 2) **Introduce la solución:** debes mostrar las líneas de intervención, el cambio de actitud y los productos o servicios que pueden contribuir a solucionarlo.
- 3) **Llama a la acción:** es necesario implicar y animar al público a participar activamente en la solución, llamando a la acción (compra, firmas, etc.)



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Cómo te implicas de forma eficiente con tus clientes y tu comunidad?



- 1) Identifica quiénes son los posibles interesados.
- 2) Desarrollar diferentes estrategias para obtener su apoyo e implicación.
- 3) Desarrolla estrategias colectivas de colaboración para lograr un cambio social a gran escala.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Este proyecto ha sido financiado por la Unión Europea, en el marco del Programa Erasmus +, K2 Asociaciones estratégicas



Aviso

“Este documento refleja sólo los puntos de vista de sus autores y la Agencia Ejecutiva de Educación Audiovisual y Cultura y la Comisión Europea no se hacen responsables del uso que se pueda hacer de la información contenida”