

PRIMERO LOS CIMIENTOS Y LA ESTRUCTURA

6 PASOS PARA PODER VER LA SALIDA DEL TÚNEL
3 GUÍAS PASO A PASO PARA EXPLICÁRTELO
9 SEMANAS PARA EMPEZAR A OBTENER RESULTADOS

COMO SI CONSTRUYERAS UN EDIFICIO, HAY UN ORDEN QUE DEBES SEGUIR, SIN SALTARTE PASOS: LOS CIMIENTOS Y LA ESTRUCTURA VAN PRIMERO. AL FINAL DE ESTE PROCESO DE 6 PASOS TENDRÁS UNA NUEVA ESTRATEGIA PARA SEGUIR ADELANTE Y QUIZÁS HABRÁS ENCONTRADO NUEVOS CAMINOS PARA EL FUTURO.

LO PRIMERO ES LO PRIMERO: PASO EL FLUJO DE CAJA **1**

NECESITAS ASEGURAR QUE VAS A DISPONER DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA PONER EN MARCHA TU ESTRATEGIA Y AGUANTAR.



1.1. AJUSTA GASTOS:

DESCARGA

No se trata solo de recortar costes, pero algo hay que hacer al respecto. En la guía descargable encontrarás algunas ideas...



1.2. MEJORA LA LIQUIDEZ

Este paso requiere negociar con clientes y proveedores. Si ven que tienes un plan es posible mejorar condiciones de pago (y quizás de cobro).
PRÓXIMAMENTE Saca algunas ideas de la guía...

1.3. PON ALARMAS



PRÓXIMAMENTE

Cuando lo tengas todo ajustado pasarán cosas que lo desajustará. Conviene poner 3 o 4 alarmas que te avisen cuando algo crítico se haya estropeado.



2 MIDE BIEN TU SITUACIÓN ACTUAL



PRÓXIMAMENTE

NECESITAS ENTENDER **MUY BIEN** QUÉ FUNCIONA Y QUÉ NO FUNCIONA **AHORA**, PARA PODER DECIDIR DÓNDE ACTUAR MÁS URGENTEMENTE. RESPONDE ESTAS **SEIS CUESTIONES** SOBRE CÓMO HA FUNCIONADO TU NEGOCIO HASTA AHORA Y **ESCRIBE LAS RESPUESTAS EN LA GUÍA DESCARGABLE** (LAS NECESITARÁS EN EL PASO 3):



2.1. SEGMENTOS: ¿A QUIÉN HAS ESTADO VENDIENDO?

Describe los segmentos que han sido tus clientes hasta ahora. Si no habías segmentado formalmente, en la guía encontrarás cómo responder a este punto



2.2. ¿CUÁL HA SIDO TU PROPUESTA DE VALOR?

En realidad no le has ofrecido lo mismo a todo el mundo... Explica qué ha sido importante para cada tipo de cliente para que te haya escogido a ti en vez de a otro, y **CÓMO SE LO HAS COMUNICADO** (Campañas de Marketing).
¿Sigue siendo importante?



2.3. CANALES DE VENTA: ¿CÓMO TE HAN COMPRADO?

Analiza el mix de canales de venta que has tenido hasta ahora y lo compararemos con el mix que te hará falta en el futuro. Si no tienes claro cómo hacerlo, simplemente responde a las preguntas de la guía.



2.4. LEAD GENERATION: ¿CÓMO HAS ATRAÍDO NUEVOS CLIENTES?

¿Aún te funciona la estrategia que usabas para captar nuevos clientes? Si respondes que no usabas ninguna estrategia... ¿estás seguro? Mira la guía descargable...



2.5. ¿POR QUÉ VENDES MENOS AHORA?

No te conformes con respuestas "genéricas".... Sé muy muy muy concreto. Cuando respondas **vuelve a preguntarte "¿por qué? como mínimo 3 veces más.** Consulta en la guía descargable la técnica **3XQ** "tres por qué" o **DDQ** "Deep Dive Questions" para llegar al motivo real.



PRÓXIMAMENTE



2.6. CUIDADO! : ATENTO A TUS COSTES Y OBLIGACIONES CRÍTICAS

Ten muy presentes tus cuatro costes y tus cuatro proveedores más críticos para el negocio. Ten mucho cuidado para NO incumplir las obligaciones que pueden provocar tu cierre de forma irremediable.

