

EBOOK

REVENUE FOCUS:

LA GUÍA DEL

EMPRENDEDOR

EN CONSULTORÍA

PARA NEGOCIOS

SUSCEPTIBLES DE

REVENUE MANAGEMENT

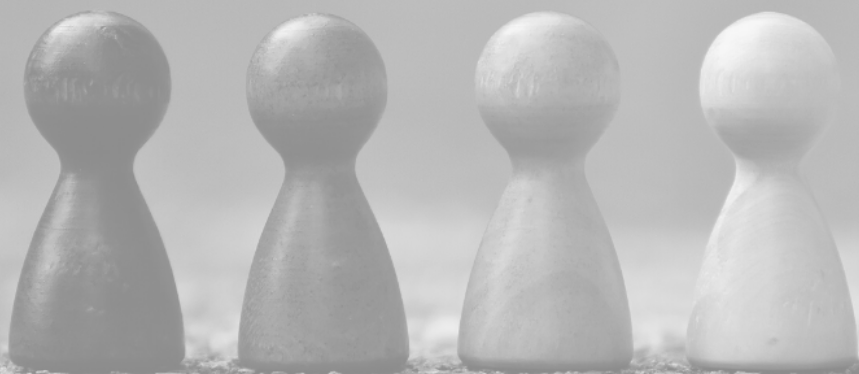


Este manual es una de las bases que utiliza **Jaime Chicheri** para ayudar a emprender a los miembros de la comunidad **RevenueKnowmads** a través de sesiones privadas de mentoría.

¿QUIERES FORMAR PARTE DE REVENUEKNOWMADS?

¡Conócenos y presenta tu candidatura!

<https://bit.ly/rkmbeknowmad>



ÍNDICE

01 Cómo sacar el máximo partido a esta guía

07 Trabajar para otros en otros sectores

08 Nuevas profesiones derivadas de la "nueva normalidad"

09 Profesiones digitales que no requieren asistencia presencial

10 Especialización en nichos no atendidos

11 Infoproductores

12 **El método**

22 Cuadro resumen de **fases** y **acciones**

23 **El test**

Cómo **sacar el máximo partido** a esta guía

¡Bienvenid@ a este **eBook Interactivo!**

En esta guía encontrarás una **hoja de ruta**, que hemos transformado en un checklist, y que te resultará muy útil para:

- Que puedas **valorar tu capacidad como consultor de Revenue Management o Marketing** y lo cerca que estás de conseguirlo.
- Planear **el camino adecuado**: cuál deberá ser tu siguiente paso lógico.

¿Cómo funciona?

1 PRIMER PASO:

En (<http://bit.ly/testfocusguia>) tienes un test que te planteará algunas preguntas para cada una de las fases de la guía. Al finalizarlo, recibirás tus respuestas.

Te recomiendo que veas el test, pero que no lo respondas hasta haber leído la guía.

2 SEGUNDO PASO:

Si quieres recibir nuestro feedback solo tienes que pinchar en (<http://bit.ly/whatsappebookfocus>) se te abrirá un chat de whatsapp y solo tienes que seguir los pasos.

¡Espero poder **ayudarte!**

Querid@ lector/a.

Es probable que no me conozcas, así que **voy a** presentarme. Mi nombre es **Jaime Chicheri** y soy **mentor de profesionales** (principalmente a través de **RevenueKnowmads** (www.revenueknowmads.com) pero también hago mentoría individual), no solo a hoteleros -aunque es mi mayor especialización- sino también de cualquiera que busque un cambio personal y profesional.

Antes de entrar en materia, te hablaré algo sobre **el camino que he transitado para llegar hasta aquí**. Como para mí ha sido apasionante, tal vez el solo hecho de describirlo pueda ayudar a alguien.

Fui uno de los primeros afectados por la crisis de 2008. La empresa en la que acababa de empezar a prestar mis servicios me despidió (o, por mejor decir, no me renovó contrato). Hoy, con algunos años más de vida y, sobre todo, de experiencia, puedo afirmar que aquel contratiempo fue el comienzo y el detonante de la mejor vida que jamás pude soñar.

Antes de que aquello sucediera yo **había comenzado, por puro hobby, a escribir mi primer blog** sobre asuntos relacionados con mi profesión original (el marketing hotelero). Lejos estaba de imaginar lo mucho que, lo que comenzó como afición "literaria", iba a influir en mi vida profesional futura.

Con aquél blog me introduje, e introduje a mis lectores, en el mundo -entonces poco conocido- del **Revenue Management, una de las bases del marketing hotelero**. Navegué por mares ignotos y descubrí mundos insospechados. Participé en y divulgué proyectos y elementos totalmente innovadores.

Aquél blog, bendito blog, iba a ser el catalizador de todos mis proyectos actuales, alguno de los cuales veréis a continuación.

— Soy socio fundador de tres agencias de Marketing Online

(www.marketingsurfers.com, www.engage-worldwide.com, y www.socialclubbers.com) repartidas entre España y América Latina, proyectos que he creado con gente increíble, como Juan Merodio o Isra García.

— He escrito, editado y distribuido más de una decena de libros

(www.jaimechicheri.com/mis-libros/), entre ellos los dos primeros libros escritos en el mundo, en español, sobre Revenue Management, Distribución y Marketing para hoteles.

— He tenido la suerte de haber participado en la formación de **más de 2.000 alumnos**.

— He coordinado la estrategia de Marketing de **más de 170 proyectos pertenecientes a más de 60 sectores diferentes**, destacando multinacionales, celebrities y prometedoras Start Ups.

— En 2012 creé **uno de los primeros cursos de Marketing Digital** en el mundo con la prestigiosa universidad Francisco de Vitoria. Y en 2013 fundé **eRevenueMasters** (www.erevenuemasters.com) mi propia escuela de negocios online para formar a hoteleros en eCommerce, Revenue Management y Marketing Online. Seguí lanzando proyectos increíbles, tales como el programa Intensivo **Outstanding Hoteliers** (www.outstandinghoteliers.com), **Hotel-Marketing.School** (www.hotelmarketing.school) o, como lo llaman mis alumnos, “el Netflix del profesional hotelero” y RKM University programa creado con mis RevenueKnowmads, de quienes os hablaré en breve.

También he creado potentísimas **herramientas de Software** como bi4hoteliers (www.bi4hoteliers.com) y muchos otros proyectos, que podrás encontrar en worldmarketingsurfers.com y en revenuemanagementworld.com

Hoy día la mayoría de estos proyectos funcionan sin necesidad de que yo les dedique apenas tiempo; he tenido la habilidad de rodearme de hábiles profesionales que me ayudan.

Actualmente mi foco, **mi Ikigai**, se dirige, en parte, a los demás.

Por una parte, tratando de ayudar a **conseguir el cumplimiento de sus sueños a multitud de profesionales de diferentes sectores**. Esa ayuda se canaliza a través de la comunidad RevenueKnowmads (www.revenueknowmads.com), de la que soy **fundador** y donde ejerzo como **mentor, catalizador, acelerador e impulsor** de proyectos.

Intento, y creo que en gran medida lo consigo, enseñarles todo lo que he aprendido e implementado sobre productividad, emprendimiento, marca personal y lanzamiento de proyectos.

Por otra parte, **mentorizo**, acompañándolos de manera individual, a personas en cuyo potencial pueda creer.

Toda esta actividad profesional y empresarial la compagino con una **intensa vida personal**, familiar y deportiva.

Ambas facetas, la profesional y la personal interactúan de manera extraordinariamente positiva: la intensidad de la profesional exige liberar la mente y dirigirla a otras cosas; la intensidad de la personal ayuda a canalizar energía de vuelta hacia la profesional.

Practico a diario la **meditación Vipassana**; adoro la natación, con tanta pasión que **me lancé a cruzar el estrecho de Gibraltar a nado en el año 2019**

(www.jaimechicheri.com/mi-reto-2019-cruce-solidario-del-estrecho-de-gibraltar/) , circunstancia que aproveché para apoyar una causa solidaria para la que conseguimos recaudar más de 13.000€; y también disfruto mucho de mis viajes en **@juanitathevan** (www.instagram.com/juanitathevan/), que a veces pienso pudieran ser preámbulo de conversión hacia lo que sería mi sueño: ¡vivir como un nómada!

¿Qué **mensaje** quiero transmitirte con esta, tal vez extensa para algún lector, **presentación personal**?

¡¡Que una vida diferente es posible!!

Y con esta guía, querid@ amig@, **espero poder ayudarte a conseguirla.**

Para ello, salgamos de mí y volvamos a ti, porque...

¿Sabes el papel que tienes tú en este mundo post covid? ¡Es importantísimo!

Desde que nacemos y mientras transcurre la infancia, son nuestros padres quienes toman las decisiones por nosotros. Conforme crecemos, entramos en un sistema cuyas reglas aparentemente están marcadas y, si todo va bien, seguir las normas que nos marcan nos da cierta garantía de seguridad.



TIME
FOR
CHANGE

Pero, amigos, hemos entrado en una nueva era, un nuevo mundo en el que muchas de las reglas de antes ya no funcionan. Y en este nuevo mundo, ya no se nos puede garantizar que, siguiendo las normas de antes, las cosas vayan a ir bien.

Y es este el motivo fundamental (**¡las reglas han cambiado!**) por el que tú, ahora mismo, en este momento, debes tomar una decisión.

Permíteme repetirlo, porque es importante y tal vez no te esperabas esto.

Este es el motivo por el que tú, ahora mismo, en este momento, debes tomar una decisión.

¿He estado suficientemente convincente? ¿lo has asimilado?

Bien, si la respuesta a ambas preguntas es afirmativa, continuemos:

Este nuevo mundo se puede afrontar desde tres perspectivas, que podemos llamar zonas:

1
La primera es la **zona de miedo** en la que estamos inmersos, sin energía y esperando a que otros nos resuelvan nuestros asuntos. Si estás aquí te recomiendo que salgas lo antes posible.

2
La segunda zona es **la de aprendizaje**, zona en la que te encuentras tú ahora mismo al decidir estar aquí conmigo; zona también en la que estás tomando conciencia de la situación y buscando la manera de entender cómo debes actuar. Esta zona está bien, pero has de tener cuidado en no convertirte en un experto en webinars, en un procrastinador paralizado por demasiado análisis (recuerda el dicho inglés "paralysis by analysis") en una persona, en definitiva, con mucho conocimiento y poca acción y experiencia práctica.

3
La tercera zona es **la de crecimiento**; es en esta zona en la que buscas un propósito, potencias tus talentos, vives el presente, te enfocas en el futuro y tratas de ver la manera de adaptarte a nuevos cambios. Es aquí donde creo que debes intentar estar y es aquí a donde quiero llevarte.

Si analizamos la situación actual con un mínimo rigor, no es difícil concluir que la mayoría de las empresas han tocado mínimos, que las que aún no se han hundido, están tratando de emerger y que, llegue esa (horrible expresión) inmunidad de rebaño de las vacunas antes o después, probablemente muchos profesionales de todos los sectores sufrirán un impasse laboral. Lamentablemente, el hotelero será uno de los más afectados.

Durante este periodo, de duración incierta, tenemos **tres opciones**:

A.
Cruzarnos de brazos

B.
Buscar trabajo

C.
Reinventarnos, temporal o definitivamente

Quien decida **cruzarse de brazos** sus razones tendrá, bien porque no tiene necesidad de trabajar (enhorabuena), bien porque cree que esto se va a solucionar solo. Quien decida **buscar trabajo** deberá analizar dónde están las oportunidades.

Esta reflexión es para aquellos que se planteen la **opción de reinventarse**. Este planteamiento no tiene por qué ser "para siempre", aunque no es malo que uno tenga la capacidad de reinventarse continuamente. A lo que me refiero es a que esta reinvención pueda ser "mientras no haya trabajo de lo mío, sobrevivo como puedo". Pero, ojo, que ese "mientras" se puede convertir en un "¡Oye! Pues esto no está tan mal! ¡Me quedo!". Esto es lo que me ocurrió a mi y que quizás pueda ocurrirte a ti.

Llegados a esta tesitura, la pregunta es: **¿Qué puede hacer un profesional hotelero sin un hotel?**

Pues, te lo digo con convicción, muchas cosas. Cuando yo terminé los estudios de dirección hotelera, hablando con amigos que habían elegido otras opciones, me daba cuenta de una cosa: sabía hacer muchas más cosas que ellos. Y, pasado el tiempo, puedo asegurar que es cierto. En la mayoría de las empresas te preparas para una cosa y te pasas años haciendo lo mismo; en un hotel es diferente. Déjame que te cuente:

- **Para trabajar en este negocio tienes que conocer todas las áreas interrelacionadas.** Por ello, en formaciones como la que yo recibí pasas por todos los departamentos: en primer curso, sala de restauración; en segundo cocina; en tercero recepción y pisos; en cuarto y quinto dirección. Incluso tienes asignaturas tan prácticas como decoración floral o conocimiento de bebidas.
- **Un profesional hotelero se relaciona con todos los perfiles del escalafón:** directores, marketers, camareras de pisos, recepcionistas, cocineros...
- **Dirigir un hotel es como dirigir una gran compañía,** sobre todo cuando tienes todos los departamentos in-house.
- **La actividad de marketing en un hotel está llena de posibilidades** y de diferentes enfoques complementarios ya que es un producto que, al ser tan visual y experiencial, te permite (y casi te obliga) probar multitud de herramientas y estrategias.
- **Distribuir el producto hotelero te obliga a ser un verdadero estratega y analista.** Es un sector tan jugoso para la intermediación que son muchos los que quieren una parte del pastel. Quien domina la distribución hotelera es capaz de distribuir cualquier producto.
- **¿Y qué decir de la estrategia de precios?** Es en esta función donde un hotelero tiene mayor ventaja. Mientras que otros sectores tienen un precio estático o muy poco flexible, el precio en un hotel puede –y debe– variar cada día, cada hora. El trabajo de un Revenue Manager (así se llama a quien define la estrategia de precios de un hotel) es lo más parecido al de un analista bursátil.

En definitiva, un director de hotel debe saber contabilidad, administración, relaciones públicas y comercialización, tecnología, mantenimiento, limpieza, psicología (para con clientes, empleados y proveedores) y un largo etc.

¿Y qué puede hacer un director de hotel sin hotel?

Trabajar para otros en otros sectores

Bien, esta es una opción. Sé que amas el sector, sé que es tu vocación, pero, claro, hay que comer. Y los hoteles no van a poder sacar a todos sus equipos del ERTE; al menos en el corto plazo. Y algunos, incluso aprovecharán para "hacer limpieza". Si no hay sitio para todos en el sector hotelero una vez se reactive el turismo, es lógico pensar que algunos profesionales se quedarán fuera.



Mi consejo es:

Empieza ya a plantearte escenarios en los que tú puedas ser uno de ellos y, en consecuencia, prepárate a pensar en alternativas en las que te gustaría reinventarte, bien temporal, bien definitivamente (esto no tienes que decidirlo ahora). ¿En qué reinventarte? Vuelve a leer más arriba todo aquello en lo que podrías ser experto **¡Y créetelo!**

Nuevas profesiones

derivadas de la "nueva normalidad"

Sin explorar en profundidad se me ocurren unas cuantas. Especialista en procesos de limpieza, en procesos de reestructuración laboral, en comunicaciones de equipos a distancia, en nuevas maneras de comercializar, de hacer revenue o marketing...

Todo el mundo está viendo webinars en las que otros cuentan lo que aplican, pero ¿cuántos hay que realmente lo estén parametrizando, ordenando y tratando de transformarlo en un servicio mediante el cual pueda ayudar a otras empresas, sea con los conocimientos derivados de su experiencia o con los de otros de los que ha aprendido?

Nosotros hicimos algo al respecto. Lo recopilamos en este libro:

<https://bit.ly/TheNewRevenue>

¿Y tú? ¿Qué vas a hacer al respecto?



Profesiones digitales

que no requieren asistencia presencial

¿Sabes hacer Revenue, marketing? ¿vender? ¿analizar? ¿excel avanzado? Si es así, ofrécéselo a varios hoteles y gestiónalo tú desde el salón de tu casa. Si no hay suerte porque los hoteles no pueden pagar por tus servicios en estos momentos ¿tendría sentido ofrecerte a otros sectores como especialista en uno de los negocios más completos en cuanto a (pon aquí tu expertise) y que puedes ayudarles a entender cómo pueden llevar su negocio un paso más allá?

Aplica lo mismo a cualquier materia en la que seas experto o en la que puedas convertirte en experto. Si algo tienen ahora la mayoría de los profesionales que están en situación de ERTE o similares es tiempo. Tiempo para pensar, tiempo para preparar, tiempo para actuar.

¡Tiempo para conseguir!

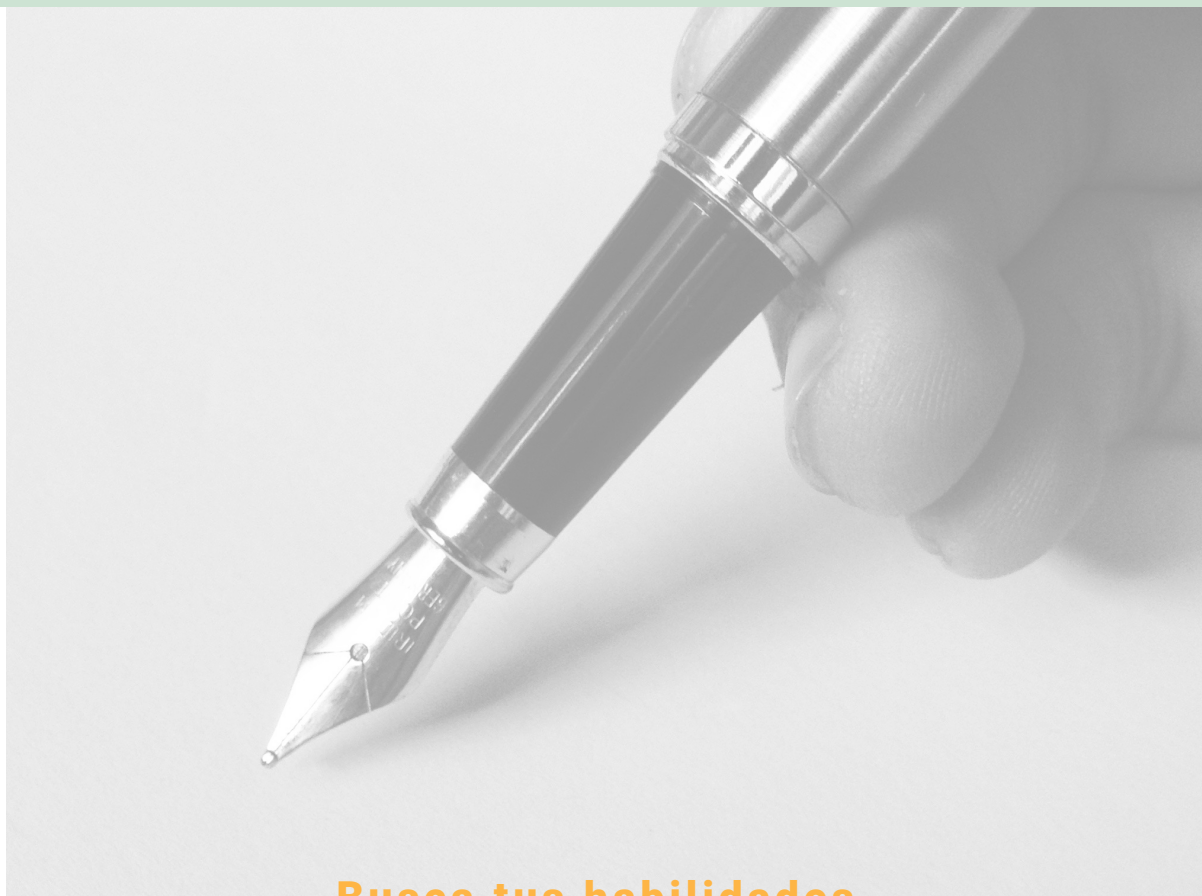


Especialización en nichos no atendidos

No podría contar con los dedos de muchas manos las personas que me han escrito, por diferentes redes sociales, ofreciéndome servicios híper especializados a los que yo no llego: desarrolladores de PowerBI, editores de video, copywriters especializados en el sector turístico, expertos en vender en Amazon...

¿Tienes tú un expertise? Experto en mapear, especialista en campañas de google hotel ads o facebook dynamic ads para hoteles, experto en análisis y detección de disparidades...

Se me ocurren cientos de habilidades por las que muchos profesionales autónomos o pequeñas empresas podrían pagarte y, al tiempo, quitarse un trabajo de encima del que ni saben ni quieren saber o para el que no tienen tiempo.



Busca tus habilidades.

Infoproductores

Esta opción se orienta a tratar de detectar algo sobre lo que puedas tener mucho conocimiento (o sobre lo que puedas convertirte en experto formándote), de crear un producto informativo sobre ello y de venderlo a profesionales o pequeñas empresas que necesiten conocer aquello en lo que tú eres experto.

Y he de decirte que aquí tienes cientos de océanos azules esperándote.

Todo esto que te cuento lo hago con base en mi propia experiencia. Actualmente, en RevenueKnowmads (www.revenueknowmads.com) estoy mentorizando a 90 profesionales. En menos de un año ya tenemos a más de una veintena de miembros de la comunidad participando en infoproductos y generando ingresos, trabajando en nichos no atendidos, tanto en el sector hotelero como en otros, y trabajando a distancia, de manera que son dueños de su tiempo.

En pocas palabras, profesionales repartiendo los huevos en diferentes cestas y prestando servicios que terminan siendo muy del agrado de los clientes.

Te recuerdo las tres opciones que te planteé al principio a) cruzarnos de brazos b) buscar trabajo c) reinventarnos, temporalmente o definitivamente.

Si eliges la a) espero que sea porque tienes todo cubierto. En caso contrario ¡Ve a por ello! ¡A por la c)!

Y **si necesitas ayuda para conseguirlo te invito a seguir leyendo esta guía.** Está basada en el trabajo que durante 28 semanas hago con mis RevenueKnowmads, en mi papel de mentor, y que he adaptado para ti **con el objetivo de:**

1	Facilitarte la consecución de tus objetivos	2	Mantenerte inspirad@	3	Poder utilizarla también como guía en el caso de que quieras trazar tu plan B
----------	--	----------	-----------------------------	----------	--

Si sigues aquí, si continúas leyendo, quiero darte la enhorabuena por mantener el interés en cambiar lo que más te importa. Y te quiero dar también las gracias por dejarme participar de ello; es un honor y un reto al mismo tiempo.

Si lo que has leído hasta ahora te está ayudando, y si piensas que puedes ayudar a otros te animo a:

1. Compartir esta guía con la gente que te importa.

2. Mencionarme en cualquier red social y decirme "¡Jaime! ¡Estoy a tope con la guía!"
(Puedes usar el hashtag #GuiaConsultorRevenue si te apetece)



¡Empezamos!

El método

A lo largo de los años hemos ido parametrizando y perfeccionando un **método para que cualquier persona que quiera emprender pueda hacerlo siguiendo estos pasos**. Este método sirve tanto para quien aún no tiene clara la idea de negocio que quiera emprender, como para quien esté empezando arrancarlo, lo tenga offline y quiera probar jugar en el online, o lo tenga ya online pero está estancado. Cualquiera que sea tu situación, creo firmemente que esta guía te puede ayudar.

¿Y que tengo yo en contra de aquellas personas que prefieren trabajar para otros? Absolutamente nada. Pero como ya he dicho, **mi enseñanza se basa en mi experiencia**. Durante unos años yo trabajé para otros; tenía sin duda cosas positivas, pero no me permitía disfrutar de la libertad de la que hoy gozo: trabajar desde donde yo quiero, cuando yo quiero, en lo que yo quiero, con quien yo quiero, tener cierto poder o control sobre el crecimiento exponencial de mis ingresos, decidir cómo reparto los huevos en diferentes cestas, reflexionar sobre los valores que definen aquello a lo que habitualmente dedicamos ocho horas o más al día de nuestras vidas.

En fin, fijaos qué cantidad de ventajas conlleva la independencia profesional y reflexionad sobre ello.

Con este método, adaptable a cualquier modelo de negocio de servicios digitales (formativos, consultoría...) **descubrirás el camino más directo y ágil para conseguir tus objetivos, sea cual sea la fase en la que te encuentres**.

Aprovecho este momento de mi exposición para dar un reconocimiento especial a Miquel Baixas, uno de los mentores con los que trabajo, en el último año, ha dado un giro exponencial a mi manera de entender el mundo del emprendimiento y en cuyas enseñanzas está basada una parte importante de esta guía y método. Si hubiese sido consciente antes de la importancia de contratar los servicios de alguien que ha dado los pasos por los que mi camino se orienta hoy, os aseguro que hubiera hecho esta inversión mucho antes.

Antes de entrar en detalle en el método, es importante que reflexiones sobre algunos puntos que para mí son básicos.

1. La importancia de la mentalidad estratégica

Hay emprendedores que son verdaderos visionarios y tienen ideas que revolucionan el mundo, pero estos son los menos. La mayoría de los emprendedores analizan oportunidades en el mercado y crean sus proyectos inspirándose en y mejorando lo que ya existe en una industria concreta o analizando lo que ocurre en otras y aplicándolo a la suya. El problema es que **gran parte de los emprendedores**, cuando ven que su idea no es tan sencilla como pensaban **se frustran**, se desaniman y, o bien desisten, o bien pivotan hacia otra idea; y luego otra, y otra... Por ello creo que, antes de lanzarse a emprender, hay que asentar unas bases previas.

2. ¿El huevo o la gallina? ¿Audiencia o producto?

Entre las **múltiples dudas que le surgen a un emprendedor antes de empezar**, está la de si es más importante tener una audiencia y luego crear el producto o al revés: crear el producto y buscar la audiencia.

Si nos remitimos al modelo tradicional, no hay duda en que lo primero que debía tener un negocio es el producto. Pero hoy es diferente: con el potencial de difusión que nos permite internet muchas personas generan grandes audiencias sin tener aún un producto propio. El problema surge cuando, después de haber generado la audiencia distribuyendo contenido gratuito, intenta cobrar por ello. O la persona es un maestro en su capacidad de convicción o se arriesga a poner a la audiencia en su contra: habrá quien se pregunte ¿Por qué he de pagar por lo que antes obtenía gratis?

Dicho esto, añado que ambas estrategias son interesantes, pero, como mencionaba en el primer punto, hay que escalarlas de forma gradual y con mentalidad estratégica.

3. Tus referencias

Cuando emprendemos siempre nos inspiramos en personas que han dado los pasos por los que nosotros queremos transitar. Eso está bien, pero debes tener en cuenta en que esas personas que están haciendo cosas que te parecen increíbles tienen equipos igualmente increíbles. Por eso es importante que cuando encuentres el ídolo en quien inspirarte, trates de analizar no lo que hace ahora (aunque sí tenerlo como referencia) sino lo que hizo para llegar a donde está.

4. Las fases

Hay quien piensa que tener un negocio consiste en tener una idea, ejecutarla, conseguir clientes y... ¡a vivir!

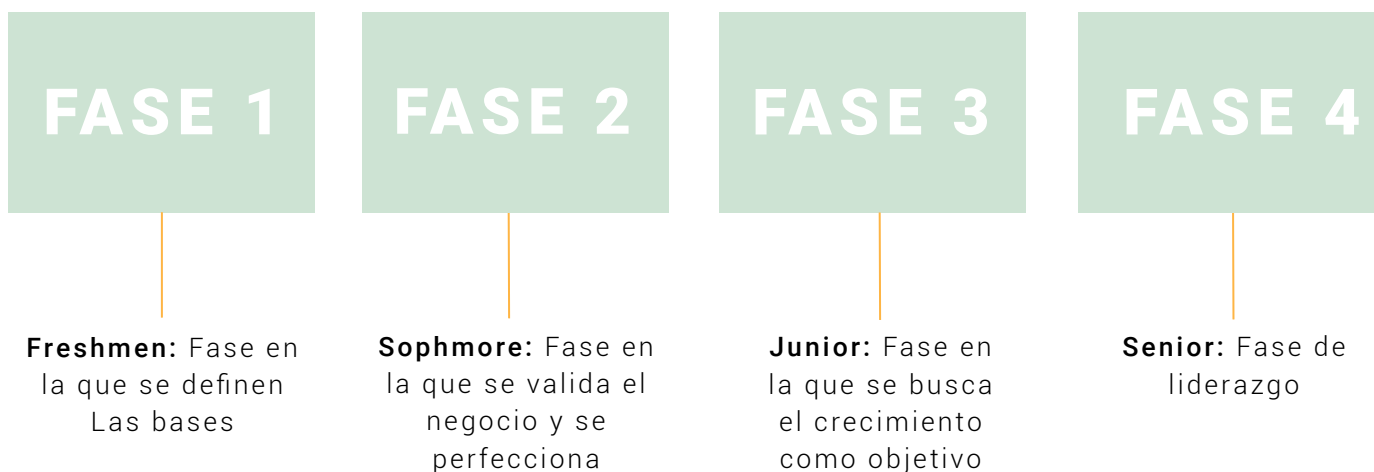
Y esto no es así. O no es solo eso.

De nuevo hago referencia al primer punto: la mentalidad estratégica. Sin esta es posible que lo que para ti es un sueño se transforme en una pesadilla; y que lo que imaginabas un camino apasionante se transforme en una situación de ansiedad creciente.

Cada negocio tiene sus fases. Cada fase, su manera de enfocarla. Según en la que estés debes saber curando has de delegar delegar, subir precios, invertir en publicidad... Sin estrategia, lo más seguro es que vayas dando tumbos.

Para diferenciar las fases de un proceso me gusta utilizar la nomenclatura que usan en los High school americanos.

Las fases lógicas por las que todo negocio debe pasar:



Y en cada una de estas fases se han de llevar a cabo diferentes acciones para cada una de estas siete áreas:

1. Mindset: Debes tener la mentalidad adecuada para emprender. Dicho de otra manera, trabajar el equilibrio en tus dimensiones personales (mental, emocional, física y espiritual), tener el foco puesto en la productividad tuya y de tu equipo. Me gusta mucho una frase de Tony Robbins: "el 80% del éxito es filosofía y el 20% es mecánica".

2. Producto / servicio: Debes tener un producto / servicio validado por tu público objetivo.

3. Marketing: Debes conseguir generar confianza en tu público objetivo.

4. Publicidad: Debes llegar a tu público objetivo.

5. Venta: Debes presentar tu producto de forma atractiva a tu público objetivo para que este lo entienda y sienta la necesidad de contratarlo.

6. Finanzas: Debes conocer la importancia de tener una relación sana con el dinero y conocer cómo hacer que este trabaje para ti y no al revés.

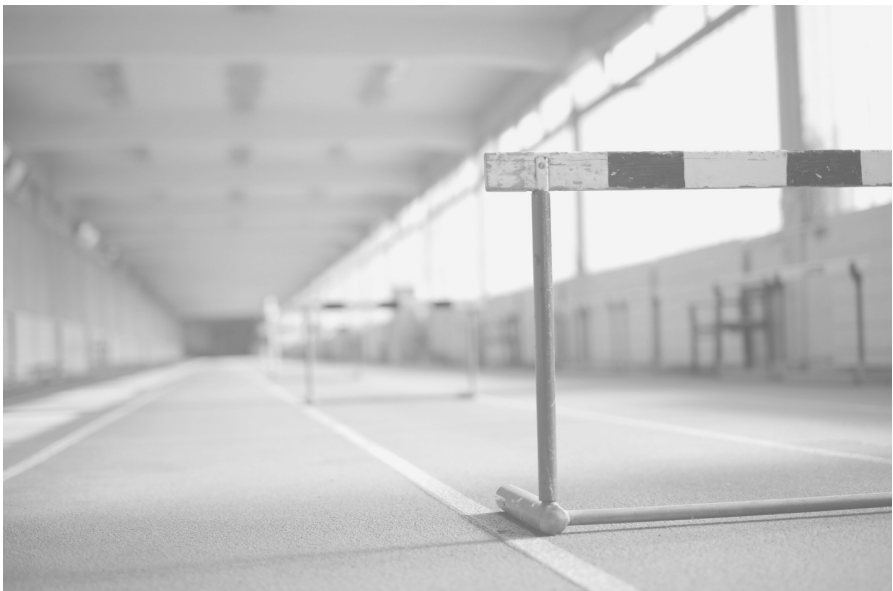
7. Equipo: Debes conocer aquello en lo que verdaderamente aportas e ir buscando colaboradores que hagan aquello en lo que no eres imprescindible.

FASE 1

- Freshman

En esta primera fase ya tienes que tener una idea de negocio. Pero aun así seguramente quedan muchas barreras que superar, la primera de las cuales es saber si realmente deseas crear un negocio porque deseas emprender o por necesidad. Más aún, a lo largo de tu camino ten por seguro que tendrás que superar convicciones, dudas e inseguridades (las principales y más comunes son la del síndrome del impostor o miedo a exponerte).

Los objetivos en esta fase son: conseguir una primera venta, empezar tu negocio y entender cómo funciona lo que antes solo conocías de oídas. Para ello necesitaremos:



1. Mindset: En esta fase deberás empezar a generar hábitos enfocados a mejorar tu productividad y equilibrio (emocional, físico, mental y espiritual). Un emprendedor no tiene, a diferencia de un empleado por cuenta ajena, un manual de procesos, alguien que le diga lo que tiene que hacer (salvo que cuente con un mentor) o un horario estándar de ocho horas. Esa es la razón principal, la ausencia de directrices externas, la que le exige trabajar más que nunca en su equilibrio y en sacar el máximo partido a cada minuto de su día.



2. Producto: En esta fase mi recomendación es que luches por el Producto Mínimo Viable (filosofía KISS: keep it short and simple) pero nunca pierdas de vista tu plan estratégico (recuerdas la importancia de la mentalidad estratégica? Simple no significa barato; es cierto que hay muchos negocios enfocados a un público con poco poder adquisitivo que funcionan, pero por mi experiencia un cliente que paga poco exige como uno que paga mucho y la rentabilidad es menor (si tu foco es el producto lowcost deja muy claro al cliente los límites de lo que contrata).



3. Marketing: De nuevo te animo a practicar la filosofía KISS ¿recuerdas cuando te hablaba de “el huevo o la gallina” y de “tus referencias”, en el epígrafe anterior? Ya llegará esa lucha, pero ahora mismo tienes otros frentes que atender.



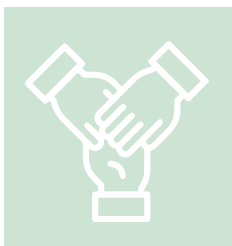
4. Publicidad: En esta fase, invertir en publicidad digital no es lo más recomendable. Tu primer cliente debe venir de tus FFF (Friends, Family & Fools). Tan solo presenta tu oferta (ese mínimo producto viable del que hablábamos) a alguien que pueda estar interesado en tu producto. Las redes sociales, como LinkedIn, o las asociaciones profesionales de tu sector suelen ser canales interesantes de encontrar a tu público objetivo.



5. Venta: En esta primera fase la pata de venta está muy relacionada con la pata publicidad; cuantos más contactos realices a nivel publicitario más experiencias tendrás, más conocerás a tu cliente, más perfeccionarás tu producto y tu discurso de venta. También surgirán más posibilidades de obtener tus primeros casos de éxito (hay quien decide trabajar con clientes de forma gratuita para obtener sus primeros casos de éxito).



6. Finanzas: ¿Cuánto cobrar? ¿Cómo cobrar? ¿Antes de prestar el servicio, después, online, offline...? ¿Cómo organizarte administrativamente? ¿Puedes facturar legalmente? Estas son algunas de las preguntas que debes responder en esta fase. Por ahora tu negocio no tiene costes o estos son mínimos, por lo que con lo que responder a estas preguntas es más que suficiente para esta fase.



7. Equipo: ¿Empezarás solo? ¿Con un socio? ¿Te apoyarás en familiares, amigos, becarios o en plataformas de freelancers? Yo, durante mucho tiempo, empecé con Juan Merodio (www.juanmerodio.com), socio mío en muchos de mis emprendimientos, y poco a poco fuimos generando un equipo (empezando con becarios y freelancers) pero en mis proyectos más personales, y durante muchos años, he sido lo que se denomina un "solopreneur".

Aprovecho para contarte, pues tiene sentido hacerlo ahora, cómo funcionamos en la **comunidad RevenueKnowmads** en esta fase: Empezamos trabajando a tope el **Mindset** (los hábitos, la productividad y la superación de carencias limitantes). Como mentor principal, y con el apoyo de todo mi equipo (el 95% son miembros a su vez de la comunidad), me ocupo de ello personalmente. En cuanto al **Producto**, los miembros de la comunidad crean los suyos propios (formativos y de servicios) tanto individualmente como en comunidad. Respecto al **Marketing y Publicidad**, les formamos desde cero y les hacemos brillar (aquí puedes ver nuestra historia, www.revenueknowmads.com/blog/revenueknowmads-nuestra-historia-en-beta-permanente/). Por lo que se refiere a **Venta**, tenemos un sistema en el que trabajan con clientes, que acuden a la comunidad en busca de ayuda, y les enseñamos a captar los suyos propios tanto de manera individual como en grupo. De esta manera cubren esos primeros aprendizajes, incluyendo los relacionados con las **Finanzas** y el **Equipo**.

RevenueKnowmads
CAMINO - CONOCIMIENTO - COMUNIDAD - SOLIDARIDAD

No hablaré de nuestro trabajo en la comunidad en las otras tres fases porque puedo resumirlo aquí en tan solo una línea: **les acompañamos en todo el proceso, cualquiera que sea la fase en la que se encuentren.**

(Si quieres conocer más sobre la comunidad y valoras formar parte de ella te invito a pinchar aquí, www.revenueknowmads.com/be-knowmad/)

FASE 2

- Sophomore

Si has llegado a esta fase es porque ya tienes tu primer cliente ¡Enhorabuena! Además, has empezado a entender el mercado y eso, te aseguro, vale más que cualquier máster. Pero, claro, si quieres vivir de ello tienes que hacer más de una venta. Esta segunda fase es importantísima. La esencia sobre la que debes trabajar es el aprendizaje: conocer bien a tu cliente y ayudarlo de forma excelente.

Los objetivos de esta segunda fase son: conseguir clientes, casos de éxito y testimonios, perfeccionar tu producto y validar su escalabilidad, es decir asegurarte de que puede crecer. En esta fase obtendrás la seguridad que antes no tenías respecto a si tu negocio tiene sentido.

Al igual que en la fase anterior vamos a analizar cómo debes actuar en relación a cada una de las áreas.



1. Mindset: Esto es algo que no debe cesar. Debes continuar con esos hábitos y superando barreras. En esta fase es muy importante, especialmente, superar la creencia de que "tu puedes con todo".



2. Producto: En esta fase perfeccionamos el producto y empezamos a evolucionar, en lo que sea viable-posible, a otras fórmulas que generen más ingresos (utilizando técnicas de upselling y crossselling). Puedes incluso, con los primeros clientes que confiaron en ti, testar estas nuevas aventuras a precio de coste.



3. Marketing: En esta fase ya tiene más sentido empezar a definir una estrategia potente de contenidos. Mi recomendación es que sean educativas (que muestren lo que sabes). Bien sea en texto (blog), audio (podcast) o video (Youtube, Instagram u otras redes más visuales), debes tratar de generar un contenido que te dé autoridad en el área o sector en que te quieras posicionar. De nuevo te hablo de estrategia: este contenido debe servirte para vender, para contar tus casos de éxito y para que tu público objetivo no piense en ti como un mero generador de contenido, sino como una persona que le puede ayudar a conseguir sus objetivos. Y aquí está la palabra clave y un nuevo cambio de mindset: esa palabra, esa clave es **AYUDAR**. El síndrome del impostor y las inseguridades nos hacen actuar con mentalidad "pobre" y nos hacen pensar que quien nos contrata nos hace un favor ¡NO! Si tú has trabajado bien tu producto, eres tú quien le haces un favor a él; y es él quien debe agradecértelo en forma de "energía". A la energía algunos le llaman "dinero" pero ¿qué es el dinero sino un medio para que las personas crezcan? Lo que intercambiamos en realidad es energía y tiempo.



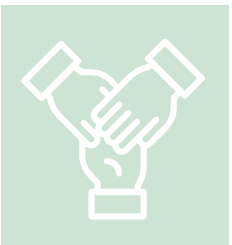
4. Publicidad: Ya has generado tus primeros ingresos sin necesidad de pagar a Google, a Facebook, a Instagram o a medios de comunicación. ¡Estupendo!, pero el dinero que has ganado, esa energía, debe fluir (el agua estancada huele). Debes transmitir esa energía en forma de dinero a aquellos que conocen a tu público objetivo y te van a ayudar a llegar a él. Las redes sociales y algunos medios de comunicación son plataformas estupendas para ayudarte. Es importante que, si no tienes conocimientos, busques a un asesor o ejecutor que te ayude o que te formes tu mism@ ¿Emprenderías un viaje en coche siendo tú quien conduce la primera vez que te pones frente a un volante? De hacerlo, seguramente la cosa acabe mal. Recuerda lo que decía en la pata de Mindset: En esta fase es muy importante especialmente superar la creencia de que "tu puedes con todo".



5. Venta: Seguimos con el one to one pero lo combinamos con el boca-oreja (clientes que han tenido una buena experiencia contigo y te recomiendan, cosa que tú debes fomentar proactivamente). En esta fase, si te ves capaz, puedes empezar a plantear tus primeros webinars en los que aportes valor y vendas de manera sutil. Fíjate que esta fase (venta) está muy ligada a la de marketing y ambas tienen un objetivo común: convertirte en referente.



6. Finanzas: En el producto mínimo viable no había costes o estos eran muy pequeños. Ahora, una vez validado, debemos empezar a prestar atención a la rentabilidad (análisis de Pérdidas y Ganancias, CashFlow y en definitiva todo lo que implica el control de gestión).



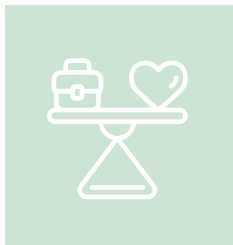
7. Equipo: Poco a poco debemos empezar a enfocarnos hacia nuestro IKIGAI (aquello en lo que eres buen@, por lo que te podrían pagar, que aporta al mundo y que te gusta) y derivar aquello que no nos gusta o en lo que no somos buenos a colaboradores. Al principio estos tendrán un perfil junior pero, poco a poco, deberás ir buscando perfiles más senior. De no hacerlo, el senior serás siempre tú y estarás continuamente formando a personas. Esto no te permitirá escalar tu negocio.

FASE 3

- Junior

¿Objetivos de esta fase? incrementar tu audiencia. Esta fase es apasionante porque ya tienes seguridad en ti mism@, ves cómo cada vez llegas a más gente, estos nuevos clientes o contactos te agradecen que les ayudes (gratis o pagando) y tu negocio crece. Ahora bien, no te puedes acomodar: necesitas foco y concentración. Por eso, lo que te recomiendo es llevar a cabo pocas acciones y muy concentradas. Hasta ahora has estado "jugando a prueba y error"; a partir de ahora, si has aprovechado el tiempo, es hora de pasar a las grandes ligas.

La única manera de que tu negocio crezca es buscar la automatización y delegación de procesos que te permitan focalizarte en hacer crecer tu negocio. De nuevo analizamos pata por pata:



1. Mindset: Seguimos trabajando: (1) haces deporte (dimensión física) (2) crees en algo superior a ti (dimensión espiritual, pero no hablo de religión, sino de un orden en el que, si tu das, recibes) (3) aprendes a diario en lo personal y profesional (dimensión mental) y (4) cuidas y te preocupas por los demás y te cuidas a ti mism@ (dimensión emocional). Consejo no solicitado: la meditación es un arma muy potente para equilibrar estas dimensiones.



2. Producto: Ya tienes tu producto premium (salvo que tu nicho sea otro) y lo estás haciendo crecer.



3. Marketing: Pones tu foco en automatizar al máximo (sin perder el lado humano) y trabajas en impulsar tu marca personal hasta convertirte en referente en este nicho. Esto no implica salir bailando en TikTok o subir tus intimidades a las redes sociales, hablamos de otra cosa que, si has trabajado las fases anteriores, llegará sola.



4. Publicidad: Toca empezar a medir con precisión la rentabilidad de cada euro que inviertes y hacer que tu audiencia crezca (suscriptores vía email, grupos propios en telegram, whatsapp o redes sociales).



5. Venta: Delegas el one to one a un equipo comercial, fomentas continuamente y de manera automatizada el boca-oreja y tú vendes a través de tu marca personal (conferencias, medios, eventos propios...).



6. Finanzas: Tus costes suben, pero también deberían hacerlo tus ingresos. Llegará un momento, ojalá sea por razón de crecimiento, en el que quizás tengas que plantearte dejar de ser autónomo y considerar la posibilidad de constituir una sociedad.



7. Equipo: Los freelance ya no son suficientes y tienes que empezar a tener tus primeras nóminas (aunque mi sugerencia es que solo en aquello que sea imprescindible).

FASE 4

– Senior

Has subido a la cima. Tienes la responsabilidad de seguir ayudando a más personas y la obligación de convertirte en el líder que necesita tu negocio ¡Menudo viaje! Y parece que fue ayer cuando cayó en tus manos esta guía. Para un momento, cierra los ojos y sueña con que esta pausa es real ¿Cómo te sientes? ¡Sigamos! Con las fases, como siempre:



1. Mindset: Llevas mucho tiempo tirando del carro y, aunque tienes equipo, tienes que estar en todos los saraos: vigilando la operativa, las finanzas, siendo tú la marca de la empresa, sin la cual corres el riesgo de que tus clientes dejen de confiar en ti. Tu objetivo en esta fase es convertirte definitivamente en prescindible en todo aquello que te sea posible (y es mucho más de lo que tu piensas si a lo largo de estas fases has construido un buen equipo).



2. Producto: Es momento de multiplicarlo exponencialmente, motivo por el cual debes orientar tus recursos no solo a contratar equipo sino a que sus componentes sean los mejores.



3. Marketing: Cada vez debe depender menos de ti. Esta es una de las partes más difíciles. ¿Por qué? porque has crecido muy rápido al poner tu marca personal al servicio de tu negocio y ahora las personas quieren verte a ti ¿qué solución tiene?: (1) ¿Recuerdas la mentalidad estratégica que hemos mencionado en varias ocasiones? Desde el minuto uno deberías saber que esto iba a ocurrir y haber trabajado en un plan para ello; (2) De nuevo, rodearte de los mejores hará que tu marca pueda ser apoyada por estos (aunque también conlleva su riesgo). Como he dicho este es un punto difícil pero no imposible y menos para un/a fuera de serie como tú, que ha llegado hasta aquí y ha crecido con mentalidad estratégica.



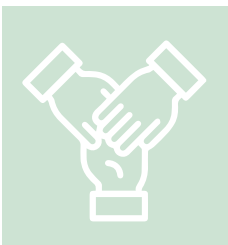
4. Publicidad: La rueda nunca debe parar, la energía debe fluir.



5. Venta: Totalmente delegado. Tú te centras en grandes acuerdos estratégicos.



6. Finanzas: Seguro que conoces la historia de McDonalds ¿o no? El mayor negocio de este gigante no es vender hamburguesas sino el inmobiliario ¿Y cómo te afecta a ti? Ray Kroc conoció a los hermanos McDonalds, cuyo negocio era vender hamburguesas, y se dio cuenta de que debía diversificar; para ello, creó un negocio basado en franquicias cuyo principal activo era el inmueble. Moraleja: todo empresario debe diversificar; pero diversificar no consiste en tener muchas ideas y muchos negocios. Diversificar implica tener tus inversiones repartidas entre los negocios que tradicionalmente suelen crecer: el financiero (bolsa), el empresarial (tus negocios) y el inmobiliario. Y este es tu último gran paso, empezar a hacer que tu dinero trabaje para ti y no lo contrario.



7. Equipo: Tu papel será el de Consejero y la operativa ya no depende de ti. Aunque sí las decisiones, al menos en parte.

“ En definitiva, si tienes esto controlado tendrás un negocio sólido. ”

Cuadro resumen de fases y acciones

FASE	MINDSET	PRODUCTO	MARKETING	PUBLICIDAD	VENTA	FINANZAS	EQUIPO
FRESHMAN	4 DIMENSIONES	MPV	BÁSICO	BÁSICA	FRIENDS, FAMILY & FOOLS + TESTIMONIOS	BÁSICAS	¿SOLOPRENEUR O SOCIOS?
SOPHMORE	4 DIMENSIONES	CRECE	CRECE + MARCA PERSONAL	¡PAGA!	SEGUIMOS ONE TO ONE + BOCA OREJA (FRUTO DE TESTIMONIOS)	PYG, CASH FLOW	BECARIOS, FREELANCERS, JUNIORS
JUNIOR	4 DIMENSIONES	ESCALA	AUTOMATIZA	INCREMENTA Y MIDE	EQUIPO + TU MARCA PERSONAL	¿AUTÓNOMO O SOCIEDAD?	SENIORS
SENIOR	4 DIMENSIONES	DIVERSIFICA	REDUCE DEPENDENCIA MARCA PERSONAL	LA ENERGÍA (DINERO) DEBE FLUIR	MASTERIZADA (EQUIPO) + GRANDES ACUERDOS ESTRATÉGICOS (TÚ)	DIVERSIFICAR: EMPRESARIAL (TU NEGOCIO)+ FINANCIERO (BOLSA)+ INMOBILIARIO	SI NO HAY SENIORS ¡TÚ SIEMPRE SERÁS EL SENIOR! TÚ DEBES SER UN CONSEJERO

El test

¿Te ha resultado de utilidad lo que has leído?

Si es así te animo a:

1. Compartir esta Guía con la gente que te importa.

2. Mencionarme en cualquier red social y decirme "¡Jaime! ¡Estoy a tope con la guía!"
(Puedes usar el hashtag #GuiaConsultorRevenue si te apetece)



El test que te propongo a continuación está orientado no tanto a que crees cualquier negocio, sino a que el negocio que crees:



- Sea **sostenible**, conociendo en cada momento los problemas frente a los que te vas a encontrar.
- No se convierta en tu propia **pesadilla**.
- Te permita **escalar** de forma segura.
- Te permita **ayudar** a tu público objetivo (y que este lo perciban).
- Cree un **impacto** en tu industria y en el mundo.

¿Recuerdas que al comienzo de esta guía te dábamos la posibilidad de enviarnos tus resultados? ¡Ahora es el momento de conocer si estás en la fase Freshman, Junior, Senior o Sophomore! ¡Y de intuir cómo de cerca estás de conseguir dar el salto a la siguiente fase!

Pincha en <http://bit.ly/testfocusguia> , responde al test (no tardarás más de 5 minutos)

Si quieres recibir nuestro feedback solo tienes que pinchar en (<http://bit.ly/whatsappbookfocus>), se te abrirá un chat de whatsapp y solo tienes que seguir los pasos.



“

Y recuerda, si tú no inviertes en ti,
no esperes que otros lo hagan.

”

