[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Londres, Reino Unido el 24/02/2022

# [Cómo transformar un pequeño negocio en una empresa exitosa en 9 etapas](http://www.notasdeprensa.es)

## El dueño de una pequeña empresa trabaja duro y por mucho tiempo, aún más que los empleados. Pero, ¿cómo se puede reducir o evitar los riesgos para iniciar una empresa? El emprendedor británico-australiano, David Lee, explica la plantilla de negocio que él y sus clientes utilizan para iniciar una empresa

¿Cómo es posible que México sea uno de los peores países de América Latina para ser un empresario exitoso? El 75% de las MIPYMEs (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas) quiebran porque los gastos pueden ser superiores a los ingresos. Además, la historia es muy similar en el resto de América Latina, al igual que en el mundo empresarial en su conjunto. Muchos fracasan debido a la falta de la planificación, por una excesiva responsabilidad de gastos y, finalmente, por la falta de ganancias financieras por las ventas realizadas. Más importante que las estadísticas y de una vez por todas, es necesario abordar visualmente estos tres dilemas para reducir los riesgos. En la plantilla de desarrollo empresarial, llamada, "Las 9 etapas para transformarse en emprendedor", se hace referencia para diferenciar las etapas más populares y las más completas. Para ser empresario, hay que tener cuidado de no caer en el atajo mostrado en rojo. Con la mentalidad de un empleado, esto se traduce en, 1) una "Gran Idea", 2) "Crear" esa gran idea, y 3) "Convertir" esa gran idea en ventas. Con la falta de planificación, los costos excesivos y las ventas insuficientes se puede ver que la fórmula de éxito requerida está incompleta. La plantilla muestra todas las etapas que podrían aplicarse a muchos tipos de pequeñas empresas en tres niveles distintos con tres pasos en cada nivel. En el primer nivel, el empresario debe iniciar y evaluar la viabilidad de esa "Gran Idea" con el público, manteniendo los costos y los riesgos al mínimo. Sólo cuando se tengan algunas pruebas del interés de compra del mercado, es más seguro incurrir en los mayores costos del segundo nivel con la implementación del negocio y con una rama de marketing que incluya la actividad en línea. Por último, con una mayor seguridad, comparada con la ruta en rojo, en el tercer nivel, es el momento de lanzar y hacer crecer el producto o servicio al mercado abierto. La mente del empleado puede decir: "Mi negocio es diferente y no se puede cambiar la forma en que se hacen las ventas". La mente del empresario observará cómo son las cosas y se preguntará: "¿Cómo se pueden hacer las cosas mejor?". En lugar de seguir a la competencia, el empresario añade valor y revisa constantemente cómo llegar a nuevos clientes potenciales y convertirlos, independientemente del negocio. Mientras se visitan brevemente estas etapas, la pregunta mayor debería ser: "¿Por qué tantos toman los atajos populares que acaban costando más y provocando tantos fracasos?" Las 9 etapas para transformarse en emprendedor 1. ¿Quién? – Si no se puede identificar al cliente ideal, no se va a poder crear una campaña de marketing eficaz tras el lanzamiento. Su cliente ideal tendrá intereses y comportamientos específicos que debe conocer. 2. ¿Cuál? – ¿De quién es la gran idea y cuáles son específicamente sus beneficios? Muchas grandes ideas nunca llegan al mercado. ¿Qué cualidades aporta que diferencien su gran idea de la competencia? ¿Puede explicarlo de forma clara y concisa con su discurso del elevador, es decir, en menos de 30 segundos? 3. ¿Por qué? – Esta etapa es crítica. Ha identificado a su cliente ideal y su gran idea, pero si no es una gran idea en la mente del cliente, entonces no es una gran idea en absoluto. Por lo tanto, tiene que averiguar en el mercado si va a comprar su idea. Por suerte, el Internet puede ayudar mucho para comprobar con una gran muestra de público si la idea sería aceptada. 4. ¿Cómo? – Con una base y una comprensión del mercado, hay más confianza para avanzar al siguiente nivel, donde los costos y el compromiso serán mayores. En esta etapa se define cómo atraer e identificar progresivamente a los clientes potenciales más calificados. Esto puede provenir de fuentes de tráfico físicas y virtuales. 5. Crear – Esta etapa suele ser la más costosa, cuando en realidad no debería ser el segundo paso, según la ruta rápida en rojo del gráfico. Esto implica la instalación del sitio físico y los procesos, documentos, secuencia de eventos y cualquier interacción en línea. En este punto del ciclo de desarrollo se aprecia los esfuerzos previos. 6. Verificar – En la última etapa antes de lanzar su negocio, no debería ser raro ni inesperado que compruebe sus procedimientos antes de lanzarse públicamente. Incluso los pequeños problemas pueden magnificarse muchas veces al tratar con el mundo exterior de los clientes y las cadenas de suministro. 7. Apuntar – Como resultado de la investigación del nivel uno y de la creación de filtros y sistemas del nivel dos, tiene conocimientos avanzados sobre cómo dirigirse al público que espera. Sea cual sea la forma en que haya elegido dar a conocer su producto o servicio, puede esperar estar continuamente probando y midiendo la eficacia de sus actividades. 8. Convertir – Esta es la etapa que puede hacer o deshacer su negocio. No solo hacer ventas es la sangre vital del negocio, sino también entender por qué los clientes compraron y por qué otros no. Debe conocerlos tan bien como se conoce a sí mismo, al personal y a las operaciones de la empresa. 9. Crecer – El nivel tres es una actividad circular repetitiva para hacer crecer su negocio y sus ingresos. Hay que revisar periódicamente lo que funciona y lo que no. Se debe anticipar constantemente cómo empaquetar e identificarse de forma única para convertirse en la única opción lógica a los ojos de los consumidores. Cuando se les presenta este modelo de negocio y su explicación, los empresarios se dan cuenta de repente de lo que podrían haber hecho de forma diferente cuando empezaron. Reconocen su propia trayectoria en la ruta alternativa de color rojo resaltada en el centro. Cada imagen cuenta una historia y a su vez esta cuenta muchas más historias del mundo empresarial.

**Datos de contacto:**

David Lee

Desarrollador de pequeñas empresas, autor, formador, conferenciante

+447989501342

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/como-transformar-un-pequeno-negocio-en-una](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Finanzas Marketing Emprendedores

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)