

Cuando se desea empezar una nueva clase, programa, curso o seminario; debe realizar una Campaña de Lanzamiento. Las grandes empresas y marcas comerciales nunca lanzan un producto nuevo sin hacer una especulación previa, emocionar a la gente y generar el deseo de pertenecer o adquirir.

Primer Paso - Evaluación

Avisar a los estudiantes al final de la clase no es suficiente, debe reforzarse esta campaña enviando correos, posteando en la página oficial de Facebook, pidiendo al asistente en recepción hablar del tema. Puedes hacer una cuenta regresiva de cuánto falta para iniciar la nueva actividad vía email, en redes sociales y con un contador físico en el Dojo.

Esta parte de la campaña no debe durar mas de 3 semanas.

Segundo Paso - Exclusividad

Invitar personalmente a las personas que el Profesor considere buenas para la nueva actividad, pero, sobre todo, a aquellas que sean centros de influencia. Estas personas apoyan siempre y son seguidas por otras; ellas pueden hablar de la actividad y animar a los demás a participar.

Tercer Paso - Lanzamiento

El primer día del evento debe ser especial, recibiendo a todos los asistentes y habiendo preparado la clase muestra de la mejor manera. La intención de esta clase es convencer y hablar de lo que se aprenderá durante el programa.

Al terminar, es importante acercarse a las personas que tomaron el curso para disipar dudas e invitarlas a que se inscriban y no falten a las siguientes sesiones.

Cuarto Paso - Seguimiento

Avisar en redes sociales cuándo es la clase, sacar fotografías y felicitar a las personas que están ahí. Puede enviarse un correo de felicitación a los asistentes que se inscriben al curso. Debe mantenerse el interés y la atención personalizada en todo momento.