

## Implementación del Programa y Estrategias de Marketing

### Marketing o Mercadotecnia:

Ahora que tenemos el plan y su proyecto, es el momento de empezar su implementación y mercadotecnia.

El marketing para las organizaciones artísticas y culturales es más un asunto de comunicación que de ventas. Sin embargo, se puede ganar mucho si comprendemos las técnicas de venta, ya que éstas se basan en una comunicación eficiente y repetitiva. La principal diferencia que tiene el marketing de una organización artística y cultural es la intención de esta comunicación.

El marketing es la manera de informar al público:

- Quién es Usted
- Qué hace
- Cómo se pueden involucrar ellos.

La misión que haya determinado para usted es su principal herramienta de marketing. Inclúyala donde pueda: En sus cartas, postales, informes, panfletos, programas, carteles, comunicados de prensa y propaganda. Puede diseñar algunos banderines atractivos para colocar en eventos públicos. Como Usted va a imprimir estos materiales de todas maneras, puede usarlos para incluir su herramienta de mercadotecnia más poderosa y aumentar la efectividad de su marketing de manera impresionante – sin costo adicional. Los objetivos de la organización también constituyen un elemento de mercadotecnia.

Al desarrollar un plan de marketing, es importante considerar lo siguiente:

1. **Producto** – los programas, productos y servicios que su organización ofrece al público (Conciertos, exhibiciones, programas en colegios, festivales artísticos, etc.)
2. **Precio** – el valor asignado a esos programas, productos y servicios. Este valor se expresa en términos de dinero y tiempo.
3. **Lugar** – la ubicación de los programas, productos y servicios. No olvide considerar la conveniencia, agrado o desagrado referente a dicho lugar.
4. **Promoción** – información al público al que va dirigido el programa, producto o servicio, para desarrollar su interés o deseo por las actividades en cuestión.

Es importante recordar dos puntos claves:

- Reconocer el apoyo prestado por los auspiciadores, las organizaciones comunitarias y otros colaboradores – en dinero o especies. Reconozca sus aportes por escrito, en discursos de agradecimiento y cuando hable sobre el proyecto en su comunidad. El corto espacio de tiempo y lugar que ocupa el agradecer se recompensa con creces a la larga.
- Acompañe su programación con una atención experta y cortés.

**Planillas 2.11 y 2.12**

## **Cultivo y Empleo de Voluntarios**

En Estados Unidos, los voluntarios son vitales para las organizaciones artísticas y culturales. De acuerdo al *Informe Sobre el Estado de las Artes* del Consejo de las Artes de Ohio, los voluntarios desarrollan aproximadamente el 25% de las horas que se trabajan en estas organizaciones. Este estudio también descubrió que la gente colabora con su trabajo o aporta dinero para las organizaciones; pero, normalmente, no hace ambas cosas al mismo tiempo.

Un buen liderazgo es esencial para el desarrollo y manejo del voluntariado. El liderazgo equilibra las potencialidades y necesidades de las personas con los objetivos de la organización. Los buenos líderes manejan y coordinan el espíritu creativo de los voluntarios con los planes y estrategias de la organización.

### **Planilla 2.13 – Aspectos Referentes al Voluntariado**

La mayor parte de las personas que participan como voluntarios en organizaciones artísticas y culturales lo hacen después de haber sido contactados personalmente. Involucre al candidato a voluntario por medio de conversaciones. Hágale saber que Usted no necesita a una persona común y corriente. Explíquele por qué sus habilidades particulares son importantes para su proyecto. Asegúrese de dejar en claro qué tipo de recompensa recibirán.

Una vez que haya reclutado un grupo de voluntarios, debe implementar y llevar a cabo un proceso de capacitación. Los posibles pasos a seguir son:

- Ofrezcales una orientación. Entregue la mayor información posible acerca de su organización total y, luego, concéntrese en las tareas específicas que el (los) voluntario(s) deberá(n) llevar a cabo.
- Respete las habilidades y limitaciones de sus voluntarios.
- Haga que la gente se sienta cómoda con las nuevas experiencias. La mayoría de los voluntarios no tendrá problemas en hacer las cosas como Usted quiere; pero manténgase abierto a nuevas ideas. La gente nueva puede traer nuevas perspectivas e ideas frescas.
- Anime a los voluntarios a entrenar a otros en habilidades especiales que ellos puedan aportar a la organización.
- Cuando sea posible, forme equipos de voluntarios.
- Asigne a los voluntarios experimentados la tarea de entrenar a los nuevos miembros del equipo.
- Aproveche las oportunidades y talleres de entrenamiento que ofrezcan instancias externas para los voluntarios que permanecerán largo tiempo con su organización.
- Descomponga proyectos complicados en tareas manejables. Mantenga informados a los voluntarios del plan total. Cuando los voluntarios entienden el propósito de su quehacer, se sienten más involucrados y más capacitados para entregar un servicio experto.

Finalmente, los voluntarios necesitan que se les reconozca su aporte de tiempo, talento y energía. Es su única recompensa. Si no se les reconoce eso, Usted realmente les está pidiendo que trabajen por nada. A los voluntarios se les debe “pagar” con respeto y agradecimiento.

Reconozca los aportes específicos que haga cada voluntario y destaque lo que esos aportes han significado para la organización. Use una forma de reconocimiento que sea significativa para el voluntario. Dicho reconocimiento es el mayor beneficio que se puede concederles. El agradecimiento a las personas siempre es insuficiente; repítalo, una y otra vez. Algunas maneras de lograrlo son: una mención en los boletines de la organización, agradecerles desde el podio durante un discurso, realizar un evento anual en honor a los voluntarios o llevar a cabo una actividad a la cuál ellos sean invitados especialmente.