



INTERNATIONAL FOLK ART MARKET

MENTOR TO MARKET WEBINAR PROGRAM

Objetivo de los webinars: ayudar a los artistas a crear contenido visual y escrito convincente y a que puedan utilizar herramientas de mercadeo para llamar la capturar clientes.

[Webinar # 1: El mercado de Estados Unidos hoy en día: una perspectiva para artesanos internacionales](#)

Temas a cubrir:

1. Resumen de datos esenciales sobre el mercado de Estados Unidos hoy en día
2. Las mejores prácticas de marcas que están liderando el mercado en la actualidad.
3. Recomendaciones para las marcas de artesanos internacionales.

1. Resumen de datos esenciales sobre el mercado de Estados Unidos hoy en día:

- Incertidumbre: mejor palabra para describir la situación del momento. Todo está cambiando todos los días. Nadie ha pasado por esta situación antes.
- Ventas al por menor disminuyeron significativamente en abril y después de esto, han empezado a recuperarse. Esto incluye todas las industrias, desde artesanías, hasta alimentos o cualquier producto de consumo. Las cosas que la gente está comprando y la forma como compra, están cambiando.
 - Cambios:
 - Ahora la gente está gastando más tiempo y más dinero en las compras en línea, que hacen desde sus computadores en sus casas. Ahora la gente pasa más tiempo en sus computadores, teléfonos, redes sociales, y esto hace que las ventas por fuera de las tiendas hayan aumentado un 25% en el último año. Todo el mundo tiene la posibilidad de comprar en línea.
 - Las tiendas por departamento y centros comerciales están luchando, las tiendas tradicionales se están declarando en quiebra (tanto las de



productos de alta gama, de lujo y caros, como las de productos asequibles, tanto hogar, como moda).

- Estos dos puntos arrojan la pregunta: ¿dónde está comprando la gente? Compran en línea y compran lo más único y auténtico: están comprando directamente al artesano, al pequeño productor. Los cambios los benefician.
- Las tiendas que cerraron no lo han hecho solamente por el Covid, sino porque no eran negocios tan “saludables” antes del Covid. El Covid fue solamente lo último que quebró sus negocios; desde antes ya tenían problemas: no tenían productos únicos e innovadores, y no proveían a los consumidores la experiencia de compra que ellos estaban buscando.
- Esta es una gran oportunidad para los artesanos.
- También hay cambios en lo que los consumidores están comprando:
 - Se están aumentando y fortaleciendo las ventas de:
 - Materiales de construcción y jardinería: la gente está gastando más plata en su casa
 - Tiendas de alimentos: la gente está comprando más comida para preparar en casa
 - Productos deportivos: más tiempo ejercitándose porque no pueden ir al gimnasio.
 - Hobbies y tiendas artesanales: más tiempo aprendiendo a hacer cosas
 - Instrumentos musicales.
 - Disminuyendo y debilitando:
 - Tiendas por departamentos
 - Tiendas de ropa¿Por qué?: la gente no va a la oficina, al cine, ni a planes afuera, entonces no gastan tanto dinero en ropa.

Aspectos positivos:

1. Digitalización y conectarse con los clientes

- Al mirar las marcas artesanales se ve que están invirtiendo en marketing digital
- Aumento en ventas online de las tiendas que antes ya estaban en internet.
- Buscan las formas de conectarse con el cliente y de promocionarse en internet.
- Este parece ser un cambio permanente
- Se usan videos y contenidos para conectarse con el consumidor; proveer información interesante.
- Por ejemplo: cuentan la historia de los trabajadores que hacen parte de la empresa, dan consejos de estilo de vida, cuentan la historia detrás, etc.
CONECTARSE: todos se sienten solos y aislados en esta época, así que conectarse es una buena idea

2. Innovación:

- Muchos están haciendo productos de bioseguridad, como tapabocas.



- También objetos para trabajar desde la casa: la gente en esta situación esta reorganizando y redecorando sus casas para crear un lugar de trabajo.
- Rompecabezas, juegos y actividades artesanales.
- Objetos para la comida de la casa: pantuflas, cobijas, velas de olor.
- Objetos relacionados con cocina y mesa (la gente ahora cocina y come en casa), productos para la casa y para el tiempo en familia

¿Hay esperanza?

- Una hipótesis dice que con la situación del COVID, la gente va a consumir menos, pero mejor: se van a preocupar más por el planeta, por las otras personas, por el impacto que hacen → gran oportunidad para artistas y artesanos.
- Re(activar) su propósito puede brindar estabilidad a la gente que hace parte de la empresa e impulsar el negocio. Las empresas que destacan valores sobre ganar dinero. No tratar de ganar dinero, sino reformular y refrescar la definición del propósito (por qué hace lo que hace) y compartirlo con los clientes.
- Firma de Estados Unidos: cualquier empresa que no tenga un propósito claro diferente a ganar dinero, no existirá por mucho tiempo

¿Qué pueden hacer los artesanos a nivel global en este momento?

- A pesar de no poderse encontrar con sus clientes, los artesanos deben buscar la manera de seguir conectados con ellos. Ya sea por medio de mandarles noticias, lo cual se puede hacer a través de redes sociales, WhatsApp o por medio de varios canales.
- Asegurarse de identificar y entender quién es el cliente para seguir conectado.
- Tres mensajes para compartirle al cliente:
 - **Explicar y mostrar:** ¿Qué está haciendo para responder a la crisis de la pandemia? Su producción, trabajadores y comunidades. También dar a conocer los valores y el propósito de la empresa, y cómo los está cumpliendo en este momento.
 - **Empatía e innovación:** hacerle saber a los clientes que a usted le importa: “estamos en esto juntos”, “estamos en esto con usted”. Sugerir innovación de producto u ofertas que cumplan con lo que el cliente está buscando en este momento. Ofrecer contenido para el cliente, que pueda usar en sus redes sociales y compartir con otras personas
 - **Preparar:** mantener en contacto y mostrar que está listo para participar en ferias, que está vendiendo productos; que está listo para seguir en el negocio.