

ASUNTO: Jornadas #enAcción

Taller: “Fidelización y captación de socios”

A cargo de Pepe Zapata, director del TREC – Comunidad de Cultura (www.trec.cat)

Madrid, 13 de noviembre de 2019

“El usuario es el centro neurálgico de las organizaciones y hay que ponerlo en valor” fue la premisa con la que Pepe Zapata inició su taller sobre fidelización y captación de socios, impartido a los socios de FAETEDA. Se abordaron de manera práctica los principales problemas a los que se enfrentan las organizaciones con sus asociados, destacando aquellos que tienen que ver con la desconexión, la falta de comunicación, la precariedad del sector y la falta de participación.

Para poder lograr el *engagement*, la segmentación y fidelización de socios, es necesario tener en cuenta cuál es la estrategia en una organización. Se sugirió leer a Simon Sinek, autor de la teoría del “círculo dorado” (explicar el por qué, cómo y qué de una organización), ya que la mayoría de las personas no conoce la razón de ser de sus organizaciones y, especialmente, cómo situar a los usuarios finales en ese por qué.

Posteriormente, se realizó un ejercicio práctico con el modelo de negocios CANVAS, donde los miembros de FAETEDA, divididos en grupos, desarrollaron los puntos neurálgicos de la institución a la que pertenecen. Tuvieron que identificar a los socios y actividades clave, la estructura de costes, la propuesta de valor, la relación con sus socios, entre otros. La problemática común a la mayoría de asociaciones fue la dificultad para incorporar socios más jóvenes, ya que muchos de estos tienen poco interés en constituirse como empresa. Frente a esta problemática, el ponente enfatizó en la importancia de realizar un mapeo del sector para identificar quienes son los agentes que pueden intervenir, con el fin de tener objetivos compartidos con personas que no sean del mismo perfil de la organización.

Se analizó la Matriz de Ansoff como una herramienta útil para integrar a nuevos socios. Esta matriz abarca cuatro estrategias; la captación, que consiste en la identificación de oportunidades; la retención/fidelización, que radica en añadir valor al programa actual; la ampliación, que es una optimización de la oferta actual; y la diversificación, que consiste en una reinención de todo lo existente.

También se abordaron las etapas de fidelización que se pueden llevar a cabo en una organización. Por inercia, donde hay una motivación cautiva; mercenaria, cuando hay una motivación extrínseca; por conexión, que ocurre cuando existe una motivación intrínseca; y finalmente, por vinculación, que es cuando se tiene una motivación afectiva. Se enfatizó en que la mejor manera de fidelizar clientes es encontrar el factor emocional.

Así mismo, Pepe Zapata recomendó leer *Usuarios en el centro de la estrategia* de Brian Solis, libro que expone la seis “P” del marketing y a Philip Kotler, considerado el padre del marketing. Este creó una matriz que cruza la misión, la visión y los valores de una institución, en función de cómo afecta a los individuos.

El ponente enfatizó que para captar y fidelizar a socios hay que poseer un conocimiento cabal sobre ellos, averiguar quiénes, cuántos y cómo son, por qué son socios de la organización, qué esperan de ella y qué expectativas tienen. A raíz de este tema, surgió un debate sobre el poco conocimiento que tienen los socios sobre las labores que realizan las asociaciones. Se sugirió permitir flujos de información constante, detectar las barreras que existen e intentar romperlas. Se recalcó la necesidad de segmentar, diseñar experiencias, propiciar links, conversar y ser flexibles como organización. Por último, Pepe Zapata señaló que es primordial colaborar para encontrar redes con la que compartir y ser relevantes como asociación, tener voz propia y poner en relieve los valores diferenciales.

Como reflexiones generales se destacó que al tener clara la estrategia, se tienen elementos claves para establecer relatos compartidos. Se recomendó leer *The art of relevance* de Nina Simon y *Thinking Big* de Stephen Cashman. Finalmente, el ponente propuso un nuevo ejercicio a los miembros de FAETEDA consistente en concretar una acción prioritaria en relación a sus asociados e implementarla al volver a su organización.