

<p><b>Título de la sesión:</b> Perspectiva de mercado para la aproximación a públicos no vinculados a la ESS</p>	<p><b>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</b></p>	<p><b>Fecha:</b> 30.06.21 <b>Hora:</b> 13h – 14:30 <b>Duración Máx.:</b> 1h. 30 min.</p>
<p><b>Objetivos de la sesión</b></p>		<p><b>Contenidos teóricos</b></p>
<p>Establecer pautas para desarrollar una estrategia de aproximación a públicos ajenos a la ESS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Público objetivo</li> <li>• Narrativa</li> <li>• Barreras Internas</li> </ul>	<p><b>ENTORNO</b> ¿A quién nos dirigimos? Aproximación a personas, empresas y administración pública ¿Con quién competimos? 85% de las entidades de la economía social y solidaria son PYMES ¿Quién aplica el marketing de valores? Las reglas del juego han cambiado</p> <p><b>NUESTRO ENFOQUE</b> ¿Cómo Projectamos?  <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Tenemos en cuenta a todos nuestros públicos potenciales cuando definimos nuestras narrativas?</li> <li>• Cuáles son nuestras barreras autoimpuestas. ¿Podemos superarlas?</li> </ul> <b>Marketing de Valores y RSC</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo actúa la empresa no ESS respecto a los valores?</li> <li>• ¿Es una oportunidad real de engagement entre la ESS y la empresa privada mercantil? ¿Nos dirigimos a los mismos públicos? ¿Existe la posibilidad de conexión?</li> </ul> <b>Miradas al Cuarto Sector</b></p>	<p>Se pedirá a los participantes que aporten ejemplos propios de cada una de las situaciones relatadas o, al menos, que aporten su visión desde la práctica de sus cooperativas.</p>

### Metodología

Trabajaremos conceptos teóricos como el Value Marketing y el Soul Marketing, desde la aplicación en el entorno de la ESS, presentando casos reales de cooperativas. Abriremos debate con las participantes para intentar encontrar puntos comunes de aplicación.

Recursos didácticos	Métodos didácticos	Materias vinculadas a la sesión
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se proporcionará recursos online metodológicos y casos reales desde la ESS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expositivo e interrogativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visión, análisis y planificación estratégica, propuesta de valor, producto, ventas y comunicación.</li> </ul>