



Fuentes de ingreso

Cada uno de estos grupos que hemos mencionados anteriormente, tiene diferentes necesidades y distintas disposiciones para pagar por los servicios.

Aquí explicaremos **cuando** están dispuestos a pagar nuestros clientes.

1. Escuelas:

Las escuelas suelen planificar sus actividades con **meses** de antelación.

- Antes del **inicio** del año escolar, cuando se organizan los talleres.
- A **mitad** del año escolar, para actividades específicas.

2. Empresas:

Las empresas podrían estar más dispuestas a pagar por talleres durante:

- Periodos de evaluación del bienestar laboral, como los **primeros meses** del **año** o en **octubre**.

3. Familias:

Este grupo podría estar dispuesto a pagar:

- Al **inicio** del **año escolar**, cuando buscan opciones de escuelas para sus hijos.
- Durante las navidades o antes de las vacaciones de verano, cuando buscan tener mejores hábitos de salud dental.

Aquí explicaremos cómo están dispuestos a pagar nuestros clientes o que tipos de ofertas tendremos:

- **Individualmente:** pagarán por cada taller o charla al momento.
- **Mensualmente:** si se hacen eventos durante todo el año, tendrán la posibilidad de financiarlo mensualmente.
- **Anualmente:** se paga todo anticipadamente.

Para que podamos tener más ingresos, haremos todo más interactivo con los clientes.

- **Suscripciones:** ofrecer acceso mensual o anual a contenido educativo, como videos y guías sobre salud dental.
- **Paquetes:** crearemos paquetes con charlas, talleres adaptados a las necesidades del cliente, como un "kit de salud dental" para colegios o empresas.
- **Eventos:** organizaremos campañas de educación financiadas por marcas como **Oral B, Lacer...**
- **Venta de material educativo:** diseñaremos y venderemos libros, guías o aplicaciones que enseñan hábitos de cuidado dental.

El marketing juega un papel crucial en influir en la disposición de los clientes a pagar. Nuestras estrategias son:

- **Demostrar valor:** mostrar cómo la educación en salud dental reduce costos a largo plazo, como el tratamiento de caries o enfermedades periodontales.
- **Historias de personas:** compartir testimonios de instituciones o individuos que se han beneficiado de los programas.
- Ofrecer descuentos por inscripciones tempranas o programas combinados.
- **Concienciar:** resaltar cómo la educación dental impacta positivamente.