

Consejos de marketing para la Pyme

Posicionar tu marca, incrementar tus ventas y fidelizar tus clientes son algunos de los principales caminos que deben seguir las organizaciones para alcanzar el éxito. Acá algunos tips para fortalecer la gestión.

Focalízate en un solo tipo de producto. Poner el foco en una sola línea de producto o servicio, nos permitirá ser reconocidos y asociados a ellos, comprendiendo que estamos posicionándonos en un nicho pequeño del mercado donde debemos sobresalir y ser reconocidos.

De esta forma, aumentamos nuestro posicionamiento en la “cabeza” del cliente, y posiblemente estemos entre los primeros en aparecer en su “buscador” cuando necesite un producto o servicio del tipo que ofrecemos. También podremos manejarnos con una idea de calidad asociada que podría permitirnos manejar un precio algo superior al del mercado. Esto no invalida tener variedad de nuevos productos y servicios, que en general los clientes ven como positivo, pero siempre asociados a la línea principal.

Especialízate en un solo tipo de consumidor. En forma análoga al foco en un producto, está el foco en un segmento o nicho de mercado. Esto nos permitirá conocer a fondo sus necesidades, preferencias, hábitos, cultura de compra, etc. y ajustar una oferta comercial a medida.

Crea tu identidad y personalidad de marca. Significa generar un estilo propio a nuestros productos y al emprendimiento. Una forma de hacer las cosas, aspectos por los que nos reconocen e identifiquen. Varios factores ayudan a obtener dicha identidad, desde el diseño de nuestro logo hasta los colores utilizados, el estilo de comunicación y la forma en que brindamos nuestros productos y servicios.

Mantente al tanto de tus competidores. Debemos estar atentos a las estrategias o acciones que realicen los competidores actuales, así como a los nuevos competidores que están apareciendo. También toma en cuenta tu competencia “indirecta”, aquella que puede restarte clientes aunque no se trate de un producto similar (Ej. si reparas computadores, la competencia “indirecta” serían los libros que expliquen cómo hacerlo). Esta información debe dispararnos la generación de acciones que nos permitan contrarrestar o aprovechar según sea el caso las movidas competitivas.

Obtén feedback del cliente. Estar permanentemente atentos a sus opiniones, comentarios, sugerencias y reclamos. No solo en forma pasiva, sino también activa, a través de encuestas, dialogando, abriendo el juego a las opiniones, haciendo llamados breves, entre otras posibilidades. Posteriormente debemos gestionar ese volumen de información, planificando acciones correctivas e implementando las sugerencias más frecuentes que escuchamos.

Consigue datos de tus clientes y genera una base de datos. Armar una base de datos de nuestros clientes, al menos con datos básicos como nombre, dirección, teléfono, fecha de

cumpleaños, ocupación, producto o servicio adquirido y correo electrónico, nos permitirá conocerlos más, hacerles seguimiento y mantener contactos con ellos. Por ejemplo, podemos enviarles comunicaciones de agradecimiento, newsletters con novedades, ofertas, etc.

Comunica “testimonios” de clientes satisfechos. Es una de las mejores cartas de presentación y publicidad que podemos tener. Mientras más sean los testimonios y mientras más conocidos sean los clientes que nos los hagan, mejor impresión causaremos. Podemos publicarlos en nuestros folletos, página web, redes sociales, y mencionarlo siempre en nuestro diálogo con clientes potenciales.

A su vez, motivar a los clientes satisfechos que nos refieran a nuevos clientes cuando aparezcan necesidades de adquirir nuestros productos o servicios. Incluso generar, por ejemplo, cupones de descuento para quien nos refiera clientes.

Fuente: EmprendedoresNews.com