



 C mo aprovechar mejor las ventajas que tenemos las PYMEs?

Por motivo de mi actividad laboral, me encuentro en el seno de muchas PYMEs (pequeñas y medianas empresas) con situaciones de crispación y desaliento que se repiten con demasiada frecuencia.

Este desánimo viene provocado por la falta de recursos económicos que tienen para desarrollar estrategias comerciales exitosas que les ayuden a alcanzar sus objetivos corporativos. Además estas situaciones se han agravado mucho más en el marco de crisis actual.  Hay soluciones? Yo creo que s .

Cierto es que las grandes corporaciones disponen de una serie de ventajas que las hacen más competitivas con respeto a las PYMEs. Entre estas ventajas, est  la disponibilidad de mayores recursos tanto económicos como humanos para desarrollar campañas de comunicación. Con ello consiguen informar a un mayor número de clientes potenciales toda la cartera de productos y servicios que ofrecen y que ventajas diferenciales disponen.

Las PYMEs no disponemos de estos jugosos recursos. Es por ello que debemos de ser más creativos y proactivos a la hora de desarrollar nuestras campañas y utilizar los canales de comunicación más adecuados y que mejor se adapten a las propias características de nuestras empresas, en vez de perder nuestro valioso tiempo en pataletas sin sentido y abandonar nuestra nave a la suerte del mercado.

Pero ...  Existen realmente estas ventajas?. Afortunadamente para nuestras empresas, existen.

En primer lugar, estamos más cerca de nuestro mercado objetivo, de hecho, la mayoría de las veces somos los mismos dueños quienes atendemos al cliente y nuestra oportunidad radica en este punto; al sentir nuestra cercanía, percibe que forma parte de nuestra empresa.

Por otro lado, este sentido de pertenencia nos obligará a darle mayor satisfacción aunque la principal ventaja, sin duda, es que un cliente plenamente satisfecho será nuestra mejor publicidad, ya que es él quien recomienda nuestros productos y servicios y quien le cierra la puerta a la posible competencia. En este marco debemos desarrollar estrategias de marketing relacional para retener y fidelizar a nuestros clientes, dotando a nuestra oferta de servicios periféricos y controlando todos y cada uno de los contactos de nuestros clientes con nuestra empresa.

Además, debemos hacer sentir a nuestros clientes que son importantes para nosotros y que no nos olvidamos de ellos. Es aquí donde podemos utilizar técnicas de marketing directo para hacer llegar ofertas personalizadas a cada uno de ellos.

Otra gran ventaja es la posibilidad de desarrollar estrategias especializadas. Hay infinidad de nichos de mercado que se sienten desatendidos por las grandes corporaciones. Si somos capaces de identificarlos y ofrecerles productos y servicios adaptados a sus propias necesidades, seremos capaces de robarles este trocito de tarta a nuestros competidores. Por ejemplo, desarrollar campañas de comunicación especializada en un medio como Internet puede ser vital para



metrópoli

augmentar nuestra cartera de clientes, ya que es un medio que permite una alta segmentación y especialización.

Las PYMEs también somos más flexibles y podemos adaptarnos mucho más rápido a cambios drásticos de las necesidades del mercado. De nuevo desarrollar estrategias de marketing directo nos pueden ayudar a comunicar nuestras renovadas ofertas adaptadas a las nuevas necesidades de nuestros clientes.

Y por si esto fuera poco, en las PYMEs podemos establecer un foco más concreto. Las empresas focalizadas en un sector específico podemos desarrollar un excelente servicio, ya que el tamaño de nuestro mercado es más manejable.

De todo esto podemos sacar dos conclusiones muy concretas: Las PYMEs tenemos oportunidades que debemos de aprovechar y de poco o nada nos servirá tener una actitud pasiva ante mercados cada día más cambiantes, especializados y mucho más exigentes.

Es hora de ponernos manos a la obra, escuchar a nuestros clientes, adaptarnos a sus necesidades y hacerles llegar ofertas adecuadas en el momento adecuado. Nadie est  tan cerca del mercado como las PYMEs para desarrollar este trabajo.  nimo y adelante.

Firma: Enrique Fuentes Abanades | Director de marketing de Metrópoli
Comunicación Práctica. www.metropoli.es