



El desarrollo de su empresa: Pasos para alcanzar el éxito



Mantenerse actualizado con su negocio y su mercado le ayudará a posicionarse para el éxito. © Jupiterimages/Brand X Pictures/Thinkstock

Después de la ardua labor que ha supuesto elaborar un plan de negocios, obtener fondos, contratar a empleados y comprar existencias, por fin ha abierto usted su negocio. ¿Y ahora qué? Los siguientes pasos le abrirán el camino del éxito.

Repase el plan de negocios

El primer paso para desarrollar su negocio es entenderlo bien y la mejor manera de hacerlo es examinar el plan de negocios. ¿Qué misión tiene su empresa? ¿Cuáles son sus valores centrales? ¿Cuáles son sus objetivos a largo y corto plazo? ¿Son coherentes con la

misión? Para alcanzar el éxito, la misión de la empresa ha de guiar su crecimiento.

¿Cuál es la actual posición financiera y de mercado de su empresa? ¿Cómo se diferencian sus productos o servicios de los demás que existen en el mercado? ¿Cuáles son sus márgenes de pérdidas y ganancias? ¿Desencadenan problemas de flujo de efectivo? ¿Qué ciclos tiene el mercado y qué tipo de crecimiento puede esperar? ¿Existen tendencias importantes en el comportamiento del cliente? Mantenerse actualizado con su negocio y el mercado le ayudará a posicionarse para el éxito.

Conozca a la competencia

Identifique a las mejores empresas de su sector. ¿Qué es lo que les distingue? ¿Cómo se comparan con su empresa? Si analiza las virtudes de la competencia, podrá detectar qué es lo que las distingue. Busque maneras de incorporar las prácticas recomendadas de dichas empresas.

Preste atención también a las deficiencias de la competencia. ¿Ignoran determinados mercados o no atienden las necesidades del cliente? Encuentre las oportunidades que la competencia pasa por alto y aprovéchelas.

Cree una cultura positiva

Para atraer clientes y empleados, cultive la pasión por su negocio en los demás. Por ejemplo, demuestre que su empresa es un miembro responsable de la comunidad mediante la donación de fondos a obras de caridad o la fabricación de productos ecológicos. Si su empresa está comprometida con servir a la comunidad, más allá de ofrecer un producto o servicio, sus clientes y empleados se comprometerán con la empresa. Pero asegúrese de que el plan social de la empresa sea coherente con su misión.

Procure rodearse de personas con talento y fomente en ellas la innovación. Solicite sus opiniones y actúe en función de lo que le sugieran. Defina los objetivos específicos para el crecimiento, no solo de toda la empresa, sino también de cada empleado. Esta medida aumenta la responsabilidad en la gestión, motiva a los empleados a desarrollar sus habilidades y destaca los logros individuales. Establezca un cronograma habitual para examinar el progreso, tanto de los objetivos generales de la empresa como los de cada empleado, para asegurarse de que todos mantengan la misma trayectoria. Además, recompense los logros cuando se alcancen los objetivos.

Cultive la lealtad del cliente

Debido a que el cliente más fácil de convencer es aquel que ya tiene, el próximo paso para desarrollar su negocio es mejorar la experiencia de sus clientes.

Trate a los clientes como su patrimonio más importante. Escúchelos. Si hacen una compra en una tienda o por teléfono, pídeles que califiquen su experiencia. Esto no solo le ofrecerá comentarios muy valiosos, sino que también hará que el cliente se sienta escuchado.

Por último, ofrezca incentivos al cliente para que conserve su lealtad. Ofrezca descuentos, productos gratis o programas de incentivos. Por ejemplo, si administra una cafetería, ofrezca a sus clientes un café gratis

Escuche a sus clientes. Si hacen una compra en una tienda o por teléfono, pídeles que califiquen su experiencia. © Jupiterimages/Goodshoot/Thinkstock



por cada diez que consuman. Este sencillo gesto hará que regresen y aumentará las posibilidades de que les comenten a sus amigos sobre su negocio.

Promueva las relaciones comerciales

El desarrollo de su empresa entraña sobre todo el fomento de las relaciones. Tener una relación cordial con los proveedores facilita la obtención de plazos de pago ventajosos. Puede solicitar prórrogas, plazos reducidos o descuentos en compras a granel. Cada uno de estos aspectos mejora el flujo de efectivo y libera capital para la expansión. Las relaciones positivas con los proveedores también le dan el acceso interno a datos del mercado. Hable con ellos sobre su combinación de productos o servicios, analice las tendencias del sector y del mercado, y pregúnteles dónde están las áreas de oportunidades.

Las relaciones con los inversores también son fundamentales. Establezca relaciones sólidas con numerosas fuentes financieras, como por ejemplo entidades prestamistas, inversores privados y sociedades de capital privado. Reúnase con ellos antes de que surja la necesidad de dinero para hablar sobre su misión, sus objetivos y sus plazos. Solicite sus opiniones y actualícelos sobre cómo avanza el negocio. Esto establece una base de confianza a la que podrá acudir cuando su empresa necesite capital para crecer.

Amplíe sus horizontes

Una vez que haya establecido relaciones sólidas, considere la expansión.

¿Puede agregar un producto o servicio que complemente lo que ofrece actualmente? ¿Será atractivo para los clientes actuales? ¿Dispone de ingresos y recursos actuales para fabricar el producto u ofrecer el servicio? ¿Supondrá capital o riesgo financiero reducidos? Si la respuesta es afirmativa, es probable que ampliar los productos o servicios que ofrece sea lo correcto para su caso.

Si existiera un segmento de mercado distinto o una nueva necesidad de los clientes que pudiera satisfacer, tal vez la exploración de un ámbito nuevo pueda ser el rumbo hacia el crecimiento. Además, podría ampliar sus canales de distribución con un sitio web, una sede nueva o una alianza con una empresa complementaria.

Recuerde que la expansión lo lleva de regreso al modo inicial; es mejor dedicarse a una sola oportunidad de expansión a la vez. Asegúrese de que sus clientes actuales conozcan sus productos o servicios nuevos, mientras trabaja para atraer clientes nuevos.

Cree presencia

Ahora que cuenta con todo lo necesario, cree su presencia por medio de promociones, publicidad y participación activa en redes de relaciones comerciales.

Antes de lanzar una oferta o publicidad, defina claramente sus objetivos. ¿Intenta crear mejor presencia de la marca o impulsar las ventas trimestrales? ¿Se orienta hacia clientes nuevos o actuales? ¿Cuál es la mejor manera de llegar a ellos? Responder a estas preguntas le ayudará a elaborar mejores ofertas y a seleccionar los mejores medios y mensajes para la publicidad.

Usted es el mejor embajador de su empresa; por lo tanto, intente participar en redes de relaciones comerciales, que es una forma económica y de alto impacto para crear presencia. Organice o asista a encuentros, y únase a organizaciones que agrupen a personas de dentro y fuera de su sector. ¿Existen personas en su comunidad que conocen a todos, o que son los primeros en enterarse de algo o que siempre cuentan con el último artilugio? Fomente las relaciones con esas personas e infórmeles de la expansión de su empresa en un ámbito nuevo. Pero recuerde que debe estar preparado si desea impresionarles con su conocimiento.

Comuníquese con su comunidad

Los medios sociales ofrecen diversas herramientas que le pueden ayudar a informar a nuevos y viejos clientes, y a conectarse con ellos. Para ampliar el alcance de su empresa, comuníquese con su comunidad a través de los medios sociales.



Utilice los medios sociales para informar y comunicarse con sus clientes. Por ejemplo, proponga un concurso para nombrar un nuevo producto del menú. © iStockphoto/Thinkstock

¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza el público al que desea llegar? ¿Proporcionan acceso a destinatarios que antes no había tenido en cuenta? Cada plataforma es distinta; infórmese de sus ventajas y desventajas antes de adoptarla.

Por último, recuerde que el uso de medios sociales es para que los clientes participen en una conversación sobre su negocio y sus productos. Responda a los mensajes y comentarios. No tema las críticas; acéptelas y adopte medidas para resolverlas. Incluya a sus seguidores con preguntas, concursos y ofertas exclusivas. Por ejemplo, si es usted propietario de una tienda de emparedados, proponga un concurso para nombrar un nuevo producto del menú. Utilice imágenes y vídeos para atraer la mayor atención y no se olvide de incluir enlaces de su sitio web.

Trabaje con inteligencia

Ha establecido relaciones sólidas con sus empleados, clientes, proveedores, inversores y miembros

de la comunidad. Aproveche estas relaciones para impulsar los ingresos. Recorra a su experiencia para acelerar sus procesos comerciales. Anime a los actuales clientes a que se actualicen con un producto mejor o que compren otro que sirva de complemento. Convenza a sus socios comerciales para que incorporen su producto o servicio a su promoción de ventas.

Otra manera de trabajar de manera más eficiente es adoptar tecnologías nuevas. Hable con proveedores y otras personas de la comunidad para averiguar si existen herramientas que puedan ayudarle a optimizar sus operaciones. Por ejemplo, tal vez exista un software que le ayude a realizar el seguimiento de sus existencias o los hábitos de compra de sus clientes. Evalúe el costo de la tecnología nueva con respecto a las posibles ganancias en productividad. Si bien puede que la adopción de tecnología nueva sea costosa al principio, es probable que valga la pena a largo plazo.