

Nuevo Management

Reconceptualización empresarial, innovación y cambio personal

Oportunidades de negocio perdidas

Estar atento a lo que pide el cliente nos puede brindar oportunidades de negocio.

Todavía hoy en España, tras llevar a cuestras una crisis que dura en el tiempo y que debe servirnos para hacer los cambios necesarios: aprender, siendo flexibles para generar oportunidades y también para captarlas para que el mercado empresarial crezca y ofrezca el empleo necesario para bajar la elevada cifra de desempleados; para no vivir por exceso de nuestras necesidades sin tener una economía estable que lo permita: exceso de crédito y de hipotecas que muchos no han podido devolver, sea porque han perdido un trabajo (ingresos suficientes) sea por cualquier otra causa grave ajena a la crisis; para que el negocio remonte y no desaparezca por dejar de ser interesante o útil al mercado, todavía hoy en España da cierto repelús que un negocio no esté a la altura de su competencia ni tenga ganas de estarlo, que no te quiera dar lo que quieres comprar aunque pierda una oportunidad de venta magnífica.

Este país es uno de los tres primeros países del mundo más visitado por el turismo y, durante el siglo 20, el volumen de negocio procedente del sector terciario supera al de los sectores primario y secundario. Esto hace años que viene sucediendo así, lo que debería conocer cualquier empresario que tenga un negocio de dicho sector y ponerse manos a la obra para reciclar su negocio si éste no es productivo, porque los españoles estamos en crisis, pero no dejamos de disfrutar de unas vacaciones moviéndonos por el país cuando menos, y si no, tenemos a los extranjeros que nos visitan y que dejan una buena cantidad de dinero.

Pondré un ejemplo de cómo la oportunidad de venta en un negocio se pierde. Hace calor, es verano, estamos en un lugar turístico donde abundan bares y cafeterías. Imaginaos una terraza con más de 20 mesas a la sombra de unos preciosos árboles, a pocos metros de este local, otros locales de menor tamaño ofrecen aparentemente lo mismo, con menos espacio físico, menos mesas, pero obtienen más ingresos. En el local "grande" ofrecen refrescos únicamente. Si pides algo de comer, dicen que no disponen de cocina porque les resulta una inversión cara, así que no pueden ofrecerte nada de comer. Me pregunto, ¿para que se han inventado las latas de conservas, o la amplia gama de patatas chips envasadas o los bollos y pasteles, que no precisan ser cocinados, solo servidos?

La gente que llega a dicho local, toma su refresco y se va al local de al lado donde puede conseguir algún alimento.

Por favor, que se hunda ese local y que otro lo adquiera. No puede darse este caso, que los hay a montones a lo largo de la magnífica geografía española. El dueño de este local, que tiene a su hijo de 15 años sirviendo mesas, está ignorando lo que el mercado le pide cada día y, lo peor, es que se queje del daño que está produciendo la crisis. Que el chico de 15 años aprenda y no siga los pasos de su padre. Sería lo deseable.

A veces no hay que arriesgar para mejorar los ingresos de un negocio de estas características, sólo cabría "escuchar" que nos demandan, donde se puede llegar que otros lleguen y, mejor aún, que no lleguen.

Recientemente, en un programa de televisión, vi el éxito de los restaurantes móviles de comida rápida, llamados "foodtrucks", que satisfacen el paladar de muchos neoyorquinos. Cada poco tiempo se mueven de la esquina de una calle a otra, y a través de Twitter indican dónde se les puede encontrar. Hay una buena variedad de ellos y con productos exquisitos.

Una de las diferencias entre la mentalidad de quien tiene el local es que espera que venga el cliente a comprar (en este país esta es la mentalidad), pero en otros se sale a la calle a encontrar al cliente donde está y también se está en internet (esta es la mentalidad de otros países).

La crisis cimbrera los negocios, los azuza, espero que sirva para que nos movilizemos un poco y salgamos a buscar al cliente en lugar de seguir esperando que llame nuestra puerta. Por lo menos, cuando llame nuestra puerta sería bueno poderle ofrecer lo que nos pide.

Hay mercado para el sector terciario, potenciémoslo, pongámonos a la altura de todos los turistas que vienen dispuestos a disfrutar y ofrezcámosles todo lo que satisfaga sus sentidos, seamos creativos y convirtámonos en el primer país del mundo más visitado.

Nuevo Management promueve el cambio de mentalidad para el aprovechamiento de nuevas oportunidades, entrando en el mundo de las posibilidades acorde a la Era de la información actual.



@NuevoManagement



nm@nuevomanagement.com