



LOS TEMAS IMPRESCINDIBLES

Nº 2008

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas
Consultor / Gerente

Con frecuencia el empresario estructurado y el independiente al reflexionar sobre las claves de éxito para sus negocios lanzan al vuelo diferentes ideas en aspectos comerciales, financieros, de calidad, de productividad, de innovación, de diseño, de servicio, etc. Todas, seguramente, valiosas y dignas de todo encomio. Vamos a poner nuestro grano de arena en la discusión aportando las que, en nuestra opinión, son las claves de éxito imprescindibles.

CONFIABILIDAD

Este es el punto de partida, toda empresa productora de bienes o prestadora de servicios, toda organización social o comunitaria, independientemente de su orientación económica y comercial, tiene que ser ante todo confiable. Esto significa que todos los públicos relacionados sientan que están en la presencia de una actividad productiva seria, bien conducida, honesta y con responsabilidad empresarial y social.

La confiabilidad se confunde con la buena o mala reputación, esta caracterización es un bien imprescindible e inestimable para cualquier negocio, con frecuencia tarda muchos años de buenas acciones y decisiones adquirirla, pero una vez se tiene, es un tesoro para acompañar el buen desenvolvimiento de la empresa en tiempos “soleados” o “lluviosos”.

La confiabilidad influye decididamente en el valor de la marca y esta a su vez en la valoración del negocio como el intangible de mayor significación

y cuantificación. Con frecuencia decimos que “Una imagen vale más que mil palabras”, y la imagen parte de la confiabilidad. También hay que decir que una confianza ganada con esfuerzo puede perderse en un momento de irreflexión o ligereza. La confiabilidad es un activo que hay que cuidar y cultivar.

AMIGABILIDAD

Las empresas tienen que tener la “cara” amable y la conducta en todas sus acciones debe ser correspondiente, de tal manera que los clientes y relacionados se sientan bien tratados, acogidos y que perciban el real interés de la empresa por sus clientes. Este no puede ser sólo un eslogan “damos la cara, somos amables, estamos cerca de usted, etc.”, como frecuentemente se presenta. La amigabilidad debe existir y es también un arma poderosa de acercamiento y mantenimiento de los clientes.

BUENA ATENCIÓN

Las soluciones mal atendidas o tardías suelen ser no soluciones, más bien problemas, en prácticamente todos los negocios. Cuando el cliente demanda algo, es porque lo necesita, existen razones de peso para querer tenerlo, no suele ser por “bonito o por bueno”, como podría decirse. Por lo tanto, la amabilidad en la atención y la agilidad en la entrega son parte de la confiabilidad y de la amigabilidad. Soluciones que no consultan el interés del cliente y sus motivaciones o son demoradas, con retrasos y reprogramaciones frecuentes no hacen buenos



amigos, por el contrario, significan la pérdida de los clientes, que verán en los competidores que tengan estos valores una oportunidad y se motivarán a cambiar.

SIMPLICIDAD

Por definición una buena solución es necesariamente simple y esto es lo que la hace mejor. Todos apreciamos el valor de lo simple y le huimos a soluciones complejas, llenas de requisitos, manuales de instrucciones, etc. Pienso nada más cuando un producto viene acompañado de un gran catálogo de "hágalo usted mismo", aunque parezca un reto, es en realidad, para la mayoría de las personas, un fastidio. Las personas no suelen tener la paciencia, la habilidad o la comprensión de los artículos complejos y más bien los evitan. La simplicidad es parte de la calidad y la amigabilidad.

ACCESIBILIDAD

Por supuesto, salvo productos altamente diferenciados dirigidos a nichos especializados, las soluciones deben ser accesibles en su precio y forma de adquisición, cada vez más el bajo costo es una característica exigida por los consumidores. No hay que confundir menos precio con menosprecio. No es meramente casual

que sus compras se difieran hasta el momento de las promociones, esto es casi parte de la cultura de muchas comunidades. Ahora, para tener buenos precios hay que tener costos óptimos y operaciones eficientes, agudizando la productividad.

COMENTARIO FINAL

Cualquiera de las cualidades y características mencionadas que falle o falte afectará las oportunidades de progreso y crecimiento de la empresa y, lo más grave, la fidelidad y permanencia de sus clientes. Estos imprescindibles hay que volverlos parte de la cultura y costumbres de la empresa y aún de su visión sobre la estrategia competitiva, son, además, un excelente argumento para las ventas y permiten afianzar la sostenibilidad y el crecimiento de las compañías.

Agosto 2020

Acerca de Planning

Planning es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



Servicios: Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo



Recomiende a un amigo: Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#) para entrar a la página de referidos.



Información de contacto: Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escríbanos a info@planning.com.co o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.

Síguenos en:

