



Nº 4 ----- 2016

No te enredes con las redes... si no hay cebo no pican...

Esta frase puede sonar a advertencia solo para los pescadores, pero también es válida para los pescadores de clientes... es decir para nosotros y nuestro equipo de atención al cliente en comercio.

De las redes (esta vez sí, las digitales) se habla hasta la saciedad y se hace mucho énfasis en la importancia de trabajarlas de forma muy activa e intensiva en los puntos de venta.

A día de hoy, si buscamos artículos sobre desarrollo de comercio todas las TICs están en pleno auge: del facebook, la web, los twitts, las bases de datos... y en todos los casos aparecen como la salvación del comercio especializado tradicional y ojo no digo que no sea importante, pero ojo hay que tener en cuenta algunas claves antes de animar a todo el mundo a meterse a ello sea como sea... vamos por partes:

La web: tener una (desde luego que sí) pero convertirla en tienda on line es otra cosa, la tienda on line necesita de stock, de un sistema de control diario de precios y de un sistema de respuesta que requiere: tiempo, dinero y recurso humano.

La web nos puede ayudar a vender, pero no necesariamente de todo, la podemos aprovechar para: liquidar productos, hacer promociones y animaciones, productos especiales... pero convertir una web en un catálogo es una actividad que implica una dedicación añadida al punto de venta en definitiva implica gestionar dos negocios.



Nº 4 ----- 2016

Facebook: genial pero hay que darle vida cada día, es imprescindible tener algo interesante que contar y por supuesto que además genere viralidad, es decir que la mayor parte de la gente quiera leerlo y pasarlo... el tener mucha gente apuntada y o muchos seguidores no garantiza más venta y ojo hay algunas empresas de gestión de redes y posicionamiento que compran “me gusta” y que te cobran por generarte muchos seguidores de mentirijillas para justificar lo que cobran, no son todas pero como dicen los gallegos de las meigas “haberlas haylas”.

El conseguir que el facebook funcione o haces muchas acciones rompedoras que llamen la atención entre tu cliente potencial o ya os anticipo que es muy lento y ojo no implica vender más al menos de forma directa y rápida, salvo que sea un facebook para anunciar promociones en el acto.

El facebook es bueno, pero es importante tener un plan de animación y de búsqueda de información muy bien planificado para que le puedas sacar al facebook todo el provecho.

Las bases de datos siempre son buenas, pero para que los resultados sean rentables teniendo en cuenta costes y tiempo dedicado se necesita una masa crítica de clientes muy elevada. Un 0,5% de respuesta ya se considera bueno, así que calcula cuantos clientes tienes que tener interesados en un determinado producto para lograr una venta, por cada 200 tienes una posibilidad... pero es más habitual uno por cada 300 contactos...

Pero no te desanimes, las bases de datos te permiten refrescar a los clientes que sigues ahí, eso es bueno, también para demostrar que tienes cosas interesantes y eso también es bueno...

Otras TICs fotos, videos... ten en cuenta que si sacas imágenes de niños has de tener autorización de sus tutores legales (si son dos ojo de los dos) pero de nuevo si no tienen tirón por algún motivo será mucho esfuerzo y pocos resultados.



Nº 4 ----- 2016

No es tan fácil como se dice lo las TICs y como todas las innovaciones entran con mucha fuerza en determinados nichos donde son muy necesarias y como es algo nuevo para muchos parece que es la panacea para cualquier empresa y ojo que las madres con bebés consultan mucho por las redes pero para que te funcione bien debes de tener en cuenta los siguientes aspectos.

- 1) Debes de generar mucha información de interés para madres con bebés...
- 2) Deberías promover un whatsapp entre madres y tu negocio que sea muy vivo...
- 3) En facebook deberías informar de todas las “locuras que haces y harás”...
- 4) La web deberías utilizarla con promociones de corta duración 3 días...
- 5) Las bases de datos utilízalas para acciones solo personalizadas...

Si aplicas estos cinco puntos con ética y responsabilidad tienes muchas posibilidades de que te funcionen las redes como herramienta de “pesca de clientes” y de fidelización...

En Feria os contaré con más detalle cómo aplicar estos cinco puntos con éxito para que le saquéis todo el provecho... nos vemos en PUERICULTURA MADRID 2016.

Víctor Valencia
CEO EntornoyEstrategia

Las manifestaciones y opiniones personales y profesionales, reflejadas en los artículos publicados en el apartado Box de Consultoría de la web de Puericultura Madrid son responsabilidad exclusiva de sus autores declinando IFEMA cualquier responsabilidad al respecto.