**IDEAS SENCILLLAS PARA MODERNIZAR UN NEGOCIO**

**“MINI-GUIA DE PASOS A SEGUIR”**

**1) ACTUALIZA TU PÁGINA WEB**

La velocidad con que se mueve Internet hace que debas renovar con frecuencia tu página. No se trata de crearla y dejarla con el diseño original por los siglos de los siglos. Debes estar al tanto de las innovaciones para adaptarla lo antes posible.

A continuación te comentamos algunas ideas que puedes tener en cuenta:

- Puedes permitir que los clientes formen parte activa del portal: abre una sección donde estos hablen de vuestra oferta, con imágenes o comentarios. “Hoy, gran parte de nuestra reputación on line depende de las opiniones de los usuarios y de los contenidos editados en vídeo o fotos”.

- Dale una vuelta al contenido o al diseño, para refrescar la página.

 **2) POTENCIA TU PRESENCIA EN INTERNET**

Porque no sólo de la web vive tu negocio. Permaneced atentos, entonces, a cualquier nueva plataforma on line que os pueda ser útil y os permita ganar más visibilidad en un entorno como Intenet.

El mundo on line corre muy deprisa, pero que esto tampoco os lleve a equívocos. ¿No tenéis un blog corporativo? ¿Sí lo tenéis, pero en el olvido? En cualquier caso, reactivad una herramienta que algunos, erróneamente, piensan que ya está pasada de moda. Pero ni mucho menos, hasta el punto de ser un canal de marketing de primer nivel.

**3) UN LAVADO DE CARA A TU PRODUCTO**

No necesitas sustituir un producto por otro nuevo para revitalizar la oferta. Apuesta por modificar la referencia que envejece, ya sea en el formato o en el envoltorio. Te resultará más económico e igual de efectivo.

Otra opción es incentivar un consumo más frecuente o crear nuevos usos para el producto que comercializas.

**4) BUSCA NUEVOS CLIENTES... ATRAYENDO A LOS DE TU COMPETENCIA**

Quizá sea la hora de ir a por el público de la competencia. Ahora está a un golpe de clic. Rastrea la reputación on line de tus rivales, con especial atención a lo que se dice de ellos en entornos como Facebook o Twitter. Procesa la información con la vista puesta en detectar los problemas que los usuarios tienen con esas empresas… y ofréceles soluciones. Pero no dejes de lado a tus clientes. Reactiva la relación con ellos, tómales el pulso mediante encuestas…

En esta misma línea, mima a tus usuarios más fieles con regalos o promociones. En el horizonte, convertirlos en embajadores de la marca, algo especialmente valioso en la web, por el efecto viral de los mensajes. Y, lo más interesante, iniciativas todas ellas con coste prácticamente cero.

**5) USA LAS REDES SOCIALES PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE**

¿Te has planteado usar Twitter como centro de soporte del negocio? Para ello, abre una cuenta específica.

Los 140 caracteres que permite esta herramienta implican que tanto el cliente como la compañía han de ser específicos al exponer problemas y soluciones. Redunda en una mayor eficacia y agilidad. ¿Y por qué no hacerlo también en Facebook? Aquí puedes recurrir a aplicaciones de pago (desde 67 euros al mes), como las de Get Satisfaction, firma que diseña espacios para que el público pregunte.

**6) PON AL DÍA TUS PRECIOS**

Por lo menos una vez al año (preferiblemente al inicio) conviene actualizar la política de precios y descuentos. Ahora bien, puede ocurrir que, de forma inesperada, te veas envuelto en una guerra de precios, donde un rival embiste con rebajas y promociones agresivas por lo que se recomienda pensarlo bien antes que entrar en el juego.

Otra salida es crear una línea low cost como barrera, para defender el posicionamiento y precio del producto estrella al que han atacado.

**7) DINAMIZA Y REJUVENECE LA PLANTILLA**

Los trabajadores son el principal activo para reavivar este campo.

Una idea consiste en diseñar un espacio en la Intranet donde los empleados voten a sus compañeros a partir de valores como la capacidad de liderazgo o la motivación. Con estos datos podéis detectar el talento o a los auténticos líderes en los equipos y también permite identificar las carencias y las parcelas que has de reforzar en la plantilla.

La rotación constituye otra fórmula dinamizadora, se trataría de dar más responsabilidades al trabajador o que estrechase la relación con otros ámbitos de la organización.

**8) MEJORA LA FORMACIÓN DE LOS EMPLEADOS**

Antes que contratar o rejuvenecer a la plantilla, muchas compañías forman a sus equipos, con el fin de que adquieran las nuevas capacidades que pide el negocio.

¿Coste de la iniciativa? Cero euros. Igual que el desarrollo de un Wiki interno a través del cual los trabajadores vuelquen sus conocimientos y experiencias, una información a la que todos tienen acceso y que cada cual empleará según sus necesidades. Éste es también un modo de autogestionar la formación que también es gratis. Y es que, no por invertir más dinero, la formación es más eficaz.

**9) FACEBOOK, EL MÓVIL... EXPLORA NUEVOS CANALES DE VENTA**

Es el momento de explorar cualquier nueva vía. ¿Por qué no vender en Facebook, donde te esperan 500 millones de personas? Ésta es una tendencia que empieza a asomar.

**10) CAMBIA LA DECORACIÓN DE TU LOCAL**

Al plantear una posible reforma, no os dé reparo preguntar a los usuarios sobre la decoración, la fragancia del local, el hilo musical que consideren más adecuado… Esta información contiene un elevado valor, ya que el cliente suele ser más crítico y claro al hablar de los aspectos materiales y más visibles.

**11) DALE UNA VUELTA A TU PLAN DE NEGOCIO**

Para ello, puedes pedir ayuda a personas que estén en el entorno de tu empresa. Invita a actores externos, un cliente importante, un proveedor… gente que te aporte una visión distinta de la actividad desde fuera.

**12) ACTUALIZAR TU LOGOTIPO**

Cada cinco años, es imprescindible que replanteéis vuestra imagen corporativa y, a partir de ahí, ver qué elementos modificar.

Referido al logo, tampoco hay que realizar cambios drásticos. La sencillez ha de prevalecer en la imagen, pues lo simple se asimila mejor. No te compliques. Introduce leves modificaciones en el logotipo, con un sombreado, una tonalidad ligeramente diferente, un matiz en el color.