

10 ideas para salir de la crisis

(Periódico Mediterráneo – 30 Septiembre 2008)

J. Sastre y P. Corma

Consultores en Innovación

1. Revise cuáles son los cambios que más van a afectar a su sector y cuáles son los puntos fuertes de su empresa. Identifique a partir de esa reflexión qué líneas de producto-servicio, qué tipo de clientes y qué mercados geográficos son los que más le interesan y céntrese en ellos (en estrategia diríamos: clarifique y priorice su mapa de negocios)
2. Trate de diferenciarse claramente de sus competidores siendo realmente mejor en algo. Sencillamente, no es posible ser a la vez el más bueno, el más bonito y el más barato
3. Si fabrica aquí y tiene competencia internacional, apueste por el mercado de alto nivel, porque la ventaja de precio será cada día más difícil de sostener. Esto significa: diseño, marca, innovación...
4. Innove: en producto, en servicio, en proceso o en modelo de negocio. Pero hágalo de verdad: proponga algo novedoso en su sector y que aporte un valor superior a sus clientes. Si les aporta un valor superior, no se preocupe, se lo pagarán
5. Céntrese (e invierta) en aquellas actividades que hace mejor que sus competidores (y que su cliente aprecia) y subcontrate a proveedores excelentes otras actividades que no sean clave para usted o que no pueda hacer mejor que ellos
6. En muchos sectores el tamaño es cada vez más importante para sobrevivir: plantéese seriamente unir sus esfuerzos con otros empresarios afines. Si prefiere seguir siendo pequeño, especialícese en un nicho muy concreto de mercado e intente comercializarlo en el mayor número de mercados posible
7. Profesionalice su gestión: rodéese de buenos profesionales, delegue y déjeles hacer: entrégueles responsabilidad pero también autoridad para tomar decisiones. Esto no significa dejación de funciones: contróuelos a partir de sus resultados

8. Controle los gastos de forma exhaustiva: empiece por las partidas que más peso tienen en su cuenta de resultados. Y no se olvide de seguir haciéndolo cuando las cosas mejoren

9. Evite los impagos, especialmente de cara a la banca. Analice el riesgo de sus clientes y asegure las ventas siempre que pueda

10. Invierta ahora si puede: cuando las cosas mejoren estará por delante de muchos competidores. Si no puede invertir, intente mejorar sus procesos de trabajo mediante la creación de equipos internos multidisciplinares. Se puede apoyar en especialistas externos