

AUMENTAR LAS VENTAS

Usted puede hacer crecer su empresa encontrando modos de aumentar las ventas o buscando nuevos mercados. Para aumentar las ventas, podría introducir nuevos productos o servicios, ampliar su mercado, impulsar actividades de marketing o mejorar el servicio al cliente. Si usted es un fabricante, tal vez necesite aumentar su productividad para satisfacer la demanda.

LANCE NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Ofrezca a sus clientes una amplia variedad de productos o servicios. Analice el mercado para determinar si hay interés en su propuesta. Contemple la posibilidad de usar algunos de sus clientes actuales como grupos de prueba. Obtener información de un grupo de usuarios de prueba puede ayudarle a gestionar ciertos riesgos y mostrarle cómo mejorar su producto o servicio. Preste especial atención al marketing y a la promoción de sus nuevos productos o servicios para que las personas los conozcan.

CONQUISTE NUEVOS MERCADOS NACIONALES

Ganar nuevos mercados puede ser costoso, pero puede permitirle aumentar su clientela. Un estudio de mercado le ayudará a entender el nuevo mercado potencial y a concebir una estrategia para conquistarlo. También tendrá que considerar el marketing, las ventas y la distribución y aumentar su producción para satisfacer la nueva demanda.

FORTALEZCA LOS CANALES DE VENTAS

La evaluación y optimización de sus canales de ventas podrían ayudarle a atraer más clientes, aumentar su presencia en el mercado y mejorar la rentabilidad. Por ejemplo, usted podría:

- Dar una mejor formación al personal de ventas;
- Contratar representantes de ventas independientes o representantes de ventas propios.
- Agregar establecimientos minoristas.
- Utilizar a revendedores.
- Implementar una estrategia de comercio electrónico.

REALICE ACTIVIDADES DE MARKETING

Usted puede mejorar la eficacia de sus actividades de marketing. Haga un seguimiento de los resultados de sus actividades actuales de marketing o publicidad y cambie de estrategia si no ve los resultados esperados. Estudie a sus clientes objetivo para conocer la mejor manera de llegar hasta ellos y planifique la estrategia de marketing correspondiente.

MODIFIQUE SUS PRECIOS

Modificando los precios y los términos o las condiciones de facturación podría estimular la demanda de sus productos o servicios. Vigile la oferta de su competencia y sus propios márgenes de ganancia para determinar si puede reducir sus costos. Si no es posible bajar los precios, tal vez baste mejorar una venta ofreciendo condiciones más favorables que atraigan clientes.

VIGILE A LA COMPETENCIA

Esté al tanto de lo que hacen sus competidores. Así podrá comprender mejor sus comportamientos, sus capacidades y sus limitaciones. Con este conocimiento, podrá defender mejor su posición en el mercado, adaptarse a los cambios y encontrar nuevos nichos de mercado.

MEJORE LAS RELACIONES CON EL PÚBLICO

Aumente su presencia y su visibilidad en su comunidad. Actividades como el patrocinio de eventos comunitarios, apariciones públicas o el apoyo a un equipo deportivo local pueden dar a conocer su empresa y estimular las ventas.

NO DESCUIDE EL SERVICIO AL CLIENTE

Tenga en mente la percepción del cliente sobre la calidad o la rapidez de su servicio. Una recomendación positiva de un cliente satisfecho es sumamente valiosa para su negocio.

SEPA CUÁNDO DETENERSE

Si tiene sectores, servicios o líneas de productos con escasos márgenes o rentabilidades o gastos excesivos de comercialización, tal vez sea el momento de eliminarlos. Esto puede ser difícil si usted tiene un vínculo emocional con estos productos, sin embargo, quitar los productos o servicios menos provechosos puede ahorrarle dinero que podrá reinvertir más sabiamente.