

JUANMA ROMERO Y LUIS OLIVÁN

EMPRENDER EN LA ERA DIGITAL



Con la colaboración de:

Elzbieta Bieñkowska, Antonio López-Istúriz, Juan Viesca, Juanma Revuelta, Pilar Santamaría, Pablo Zalba, Mónica Martínez, Isidro Laso, María Lázaro, Lola Baños, Francisco Ruiz, Begoña Ortega, Tiscar Lara, Álvaro Notario, Arturo de las Heras, José Luis Peinó, Cristina Álvarez, Joana Sánchez, Juan Merodio, Gerard Gracia, Antonio Gómez, María Millán, Ami Bondía, Alberto Calvo, Marina Estacio, Juanma Romero, María Eugenia González, Beatriz Morilla, Samuel Pimentel, Juan Ignacio Navas, Manuel Bermejo, Antonio Sagardoy, Rodolfo Carpintier, Javier Cámara, Raúl Martín, Cristina Fernández, Silvia Leal, Amparo Díaz-Llauró, Daniel Kutner, Antonio López de Ávila, Silvia Sánchez, Eugenia Toledo, Rodrigo Miranda, Sonia Marzo, Víctor Molero, Jorge Urrea y Luis Oliván.



rtve

¿Tienes claro que tus clientes viajan contigo? Y otras verdades del *branding* en la era digital

María Millán

Fundadora de Suma Consulting en 2010. Después de trece años ayudando a crecer a las grandes marcas multinacionales —Procter&Gamble, Grupo Volkswagen, Ikea, GSK, Nokia, Universal Pictures, Shell...— en el Reino Unido, Austria, Suiza, Latinoamérica, Estados Unidos, Portugal y España desde puestos directivos estratégicos en MediaCom (agencia de publicidad y medios de WPP Group). Traslada de manera pragmática el saber hacer de las grandes marcas a pymes, empresas en expansión, instituciones de referencia para ayudarlas a crecer de manera efectiva on y offline. Su lema, «ideas que transforman», resume cómo con sus proyectos, innovadores y orientados a resultados, ayuda a sus clientes a posicionarse como líderes disruptivos y admirados en sus respectivos mercados.

www.mariamillan.es

www.linkedin.com/in/mariamillan

Hoy lo que importa para vender es gestionar «el viaje de cada cliente». Es decir, la experiencia que vive al entrar en contacto con tu marca en cualquier momento y lugar, día tras día. Experiencia que configura tu historia de amor o desamor con él.

Esto significa, por ejemplo, que si diseñas, produces y vendes tu ropa a través de una tienda, tu responsabilidad como director de marketing llega hasta el probador. Y que la mala iluminación del probador —algo, lamentablemente, tan frecuente— no es aceptable y la tienes que resolver porque estropea el «viaje del cliente» en un momento decisivo para vender tu prenda.

Crear este viaje obliga a la empresa a tener muy claro lo que la hace única y a dejar huella con una marca clara, con recorrido. Y que sea sen-

cillo inventar mensajes distintivos que cuenten la historia de la marca en todos los medios.

Y a sostener la calidad de la comunicación en todos los frentes. Obviamente, también en el entorno digital, en el que proliferan disciplinas, plataformas y herramientas técnicas a un ritmo vertiginoso.

El error que se comete a menudo en empresas con presupuestos jugosos es pensar que lo digital se puede controlar de manera mecánica, con ayuda de la tecnología y de equipos expertos y multidisciplinares con profundos conocimientos de sus áreas.

Y los emprendedores también caen en la trampa de pensar que será suficiente con tener una presencia digital digna; una web estándar para su sector, actividad frecuente en las redes sociales, y habilidad para hacer uso de las herramientas de acceso gratuito online.

En todos los casos, sea cual sea el perfil de tu empresa, tu éxito dependerá del calado de tu propuesta única frente a tu competencia, del fuelle de tu concepto de marca y de tu capacidad para liderar la disrupción en tu mercado.

No hay escapatoria: vas a necesitar innovar y darle cuerpo a tu marca contando historias, y, a la vez, gestionar su impacto con ayuda de un sistema de inteligencia de marketing que te ayude a mejorar con rapidez.

Hoy, más que nunca, liderar significa definir y compartir —a fondo— valores y estándares humanos y de trabajo con un equipo cambiante y creciente. Porque la flexibilidad con la que hay que crecer y expandir los límites del marketing exige que todos los actores de la marca trabajen con autonomía y cohesión.

Y también vas a necesitar ingenio y cintura para mantener la ilusión y la creatividad en un contexto de tensión constante.

Como con las personas, liderar una marca implica tener el instinto, la intuición y el oficio para ir esbozando y concretando horizontes que la hagan crecer. Aceptar que quien no arriesga, no gana. Y asumir que quizá te toque «perder un puesto o una silla corporativa» en el camino.

Pero evitar el riesgo es una alternativa poco alentadora: si, como marca, te conviertes en una copia mediocre, estás condenado a vivir en una guerra de precios atroz. Y la guerra, no por ser digital, deja de ser sangrienta.

Todas las claves para emprender con éxito

Que el emprendimiento es un dinamizador de la economía que crea empleo y crecimiento es algo que todo el mundo sabe. También, que además de generar oportunidades, las startups juegan un papel esencial dando soporte a la innovación al promover negocios, productos y servicios novedosos en el mercado tanto a nivel europeo como internacional.

Pero, paradójicamente, en la actualidad ser emprendedor puede ser una carrera de obstáculos. Los emprendedores han de enfrentarse a numerosos retos y desafíos antes de llegar a su meta, y lo más difícil son los inicios. Las estadísticas muestran que alrededor de un cuarenta por ciento de las startups europeas fracasan en los tres primeros años de actividad. La buena noticia es que aquellas que sobreviven a esos tres años crecen a un ritmo mucho mayor que cualquier otra pequeña empresa ya establecida. De media, se estima que una startup europea genera trece puestos de trabajo después de superar los dos años y medio de actividad, incrementándose en siete puntos más a partir de los doce meses siguientes.

En este libro reconocidos expertos en diferentes ámbitos relacionados con la estrategia, la innovación y el emprendimiento aportan reflexiones, claves y herramientas necesarias para llevar a cabo con éxito tu negocio y no flaquear por el camino.

Gestión 2000

Grupo Planeta

www.gestion2000.com

www.planetadelibros.com

www.facebook.com/Gestion2000

@Gestion2000

#EmprenderEnLaEraDigital

PVP: 14,95 €

10173765

