

Management

Recetas para la crisis. Consejos que ayudan a capear este y otros temporales

Confianza, seguridad, iniciativa... y condimentado con comunicación

Cristina Blas

NI las empresas ni las personas estamos preparados para los malos momentos". Por eso, Enrique Alcat, reputado profesional de la comunicación y el management, se decidió a escribir un libro con consejos que todo el mundo puede aplicar en épocas de incertidumbre y dificultades. El resultado: *Seis recetas para superar la crisis* (Alienta).

La primera: la confianza. "En los momentos duros, sale lo mejor y lo peor del ser humano", recalca el autor. La imaginación y la inteligencia se imponen. Y es que la recuperación comienza por uno mismo. "Hay que hacer un ejercicio personal de superación, ser proactivo y tener confianza en uno mismo", aconseja Alcat. De esta forma también se estará preparado para futuras crisis.

Responsabilidad

La segunda receta es la responsabilidad. Pero, ¿quién es el responsable de la actual recesión? "El origen está en las *subprime* pero la culpa no la tiene la banca en general sino las personas que rigen los destinos de algunos bancos, pero también los supervisores y las firmas de auditoría que hacen la vista gorda", apunta el experto.

Pero también hay que asumir responsabilidades a nivel individual. "Es algo muy latino, buscar



El autor del libro, Enrique Alcat, y cuatro de los renombrados chefs españoles que han leído y opinado sobre el libro, Ferrán Adrià, Juan Mari Arzak, Carme Ruscalleda y Martín Berasategui.



culpables y no soluciones, y no sirve de nada echar la culpa a los demás". Y la inspiración le tiene que pillar a uno trabajando, así que hay que buscar vías que pasan por el marketing personal y profesional, los contactos y aprovechar las oportunidades.

"Pero los que dicen que la crisis es sinónimo de oportunidad no saben de lo que hablan, sirven para moverte, pero no hace falta que haya una crisis para que haya oportunidades", afirma Alcat.

La iniciativa es el tercer consejo, porque "la gente que tenga ideas es la que saldrá adelante". Una vez más, la proactividad es clave.

Para eso hace falta seguridad, la cuarta recomendación. Y es que es inevitable vernos contagiados por la inseguridad general. Para vencerla, "estar seguros de lo que se hace y no dejarse arrastrar" porque actuar con seguridad garantizar algo más de convicción.

La inteligencia siempre es necesaria y más en tiempos difíciles.

Por eso es la quinta receta. "La crisis es para valientes y las personas que lo sean saldrán adelante y va unido a la inteligencia que es para el que se la trabaja", explica Enrique Alcat. Inteligencia es formarse, mantener contactos, tener una visión positiva y sentido del humor.

La serenidad completa la receta, porque para tomar decisiones cruciales hay que estar tranquilo y sereno. Todo ello aderezado con una buena comunicación, más necesaria ahora que nunca.

Diez ingredientes básicos para superar las dificultades

■ **Di siempre la verdad.** Porque llamar a las cosas por su nombre y ser sincero tienen grandes beneficios.

■ **El silencio no es rentable.** Comunicar es clave, si no, alguien lo hará por ti.

■ **Transmite valores.** La crisis es una oportunidad para hacer balance y corregir errores.

■ **Prepárate a fondo.** Piense dónde está, dónde quiere estar y qué puede hacer para lograr llegar hasta ahí.

■ **Proactividad ante todo.** O lo que es lo mismo, tomar las riendas de la propia vida.

■ **Practica la solidaridad.** Escuchar, ayudar y buscar el bien común.

■ **Vive de forma saludable.** Comer sano, hacer deporte, dormir, reírse...

■ **Cambia de hábitos.** Aprender a diferenciar lo urgente de lo importante.

■ **Gestiona las emociones.** Para superar la crisis hay que cambiar actitudes emocionales.

■ **Utiliza el lenguaje adecuado.** La comunicación es como el eco, así que conviene hablar en positivo.

www.negocios.com

Consulte más información sobre Management en nuestra página web.

Alcanzar los objetivos de ventas y cuadrar el presupuesto sigue siendo posible

■ **Cuidar al cliente y fidelizarlo puede ser una clave en este momento y, sobre todo, no limitarse a cerrar ventas sino abrir negocios.**

Aunque pueda parecer lo contrario, estamos en un momento único para el sector ventas. Eso al menos es lo que aseguran desde Sandler Training, expertos en soluciones innovadoras en Management y Liderazgo. La clave es cuidar y mimar

al cliente, ofreciéndole un servicio que nunca antes podría haberse dado. Pero, ¿cómo se pueden cerrar ventas en una situación económica difícil y cumplir con el presupuesto a final de año? Aquí van unos consejos.

■ **Crear un sentimiento de urgencia.** "Deje de hablar de prestaciones y ventajas y céntrese en el valor objetivo de su producto y servicio en términos cuantitativos", apunta David Parras, director general de Sandler Training en España. La idea es ofrecer soluciones creativas

para ayudar a sus clientes, como por ejemplo ofrecer descuentos en momentos clave para los contratos que se firman a final de año.

■ **Premie a sus segmentos de clientes preferidos.** El coste de conseguir un nuevo cliente es mucho mayor que el de fidelizar, y en estos momentos de dificultades económicas se ha disparado, así que es el momento de cuidarles especialmente. ¿Cómo? Proporcionando ventajas exclusivas a los más fieles, como por ejemplo incentivos o bienes y servicios de

calidad no disponibles para el público en general.

■ **Pregunte y ofrezca.** Que sus clientes le expliquen sus necesidades y de esta forma podrá ofrecerles mejor sus productos, evitando que se pierdan en un catálogo lleno de cosas que no requieren.

■ **Promueva la venta interna.** "Explote las oportunidades de venta en las organizaciones de sus mejores clientes", sugiere el experto. Pida los nombres de los responsables de otros departamentos, conozca los planes de su



Muestre interés por su cliente.

cliente o negocios adicionales que planea.

■ **Llévese a su cliente a comer.** Y escúchele, de esta forma, le hará saber que es una parte importante de su negocio y que luchará por mantener la relación. Los

mejores comerciales cuentan con un libro de cartas de recomendación que le servirán para futuros clientes.

■ **Deje de cerrar ventas y emprenda nuevas relaciones de negocio.** ¿Qué significa cerrar una venta? Este término supone poner fin o aislar algo, pero empleado en las ventas no puede significar cerrarse a nuevas oportunidades. "Abandone la idea de que cerrar significa culminar una actividad y piense que en realidad es comenzar: emprender una nueva relación de negocios".

■ **Servicio poscierre.** Descubra si hay otros departamentos de la empresa de su cliente que pueden utilizar el producto o servicio que acaba de vender y pregunte por la persona de contacto.