

ANÁLISIS

Errores mercadológicos

CARLOS FERNANDO VILLA G.
cfvilla@une.net.co

Se ha vuelto común apreciar cómo se cometen errores en el mundo del marketing que pueden salir costosos, causados en su mayoría por el afán de hacer mucho sin pensar en las consecuencias, además de la falta de preparación del personal y el afán de ser primero, pero que no por ello dejan de ser imperdonables.

Los más notorios, sin orden de importancia, podríamos decir que son los siguientes:

*Excesivo uso de tecnología, que se ha convertido en todo el mundo en algo que a la mayoría molesta. El tiempo que toma escuchar tantas grabaciones, y/o hablar con seres humanos, por ejemplo, se ha convertido en algo casi que imposible o milagroso; y tener que depender de lo que los programas (léase computadores) dictaminen ante solicitudes y similares, suena a algo inconcebible.

*Crear falsas expectativas: cambios fáciles, créditos inmediatos, exceso de promociones y sobresaturación publicitaria, por lo que hay que prestar atención a lo que se dice, sobre todo quienes no están bien enterados de las políticas y normas de la organización, muchas veces por contratar personal para temporadas especiales.

*Promociones engañosas, ofreciendo y prometiendo regalos que no son otra cosa que los llamados "ganchos". Hay que tener sumo cuidado con el uso palabras como "gratis" y con la utilización de dádivas para lograr acción. Dicho de otra manera, no se debe condicionar lo que se ha de ofrecer como regalo o se anuncia como gratuito.

*Obsequios promocionales sin valor para el cliente, lo cual consiste en regalar algo que no tiene sentido ni importancia porque nada o muy poco tienen que ver con lo que se está adquiriendo, o no sirven para nada.

*Incumplimiento de las garantías, que tan común se ha vuelto, siendo frecuente apreciar la cantidad que son anunciadas para lograr ventas, pero que a la hora de hacerlas efectivas, entre las trabas y desconocimientos no dejan de ser acciones que van en contra del mercado verdadero y efectivo.

*Desatender sugerencias, quejas y reclamos que los mercados (clientes y prospectos) hacen, bien sea directamente o por medio de las encuestas que tan frecuentes se han vuelto en todo y por muchos medios hasta canciones y con preguntas sin sentido. Entonces, ¿para qué preguntan lo que no ha de convertirse en acciones? Al solicitar sugerencias, pedir información o similares, se debe estar presto a responder la razón de ello y la manera como ha de utilizarse la información que se solicita. *Telemarketing odioso, lo cual se ha convertido en un verdadero dolor de cabeza. Las llamadas inoportunas, que son casi todas, la insistencia de las personas que llaman, la falta de respeto cuando se responde que no hay interés o que no se desea lo ofrecido, las preguntas que no deben hacerse, y más, son razones para pensar seriamente en el uso del telemarketing, y de los centros de llamadas o "call centers".

*Falta de ofertas consolidadas, que no es otra cosa que la inexistencia de ofertas completas, lo cual hace que el cliente tenga que acudir a otros sitios para poder utilizar lo que adquiere, como ocurre con aparatos que necesitan baterías (pilas) las cuales hay que adquirir en otro lugar, y tantos otros que no se entregan "completos". *Horarios y servicios poco claros, siendo común que en épocas y días especiales se modifiquen las horas de atención y se amplían servicios. Hay que ser lo suficientemente claros en este aspecto.

PROYECCIÓN INFORME

Proyectan crecimiento del PIB de 3,07 %, a marzo

El miércoles se conocerá el desempeño del Producto Interno Bruto (PIB) en el primer trimestre del año. ¿Qué ve el mercado?

Por FERNEY ARIAS JIMÉNEZ

Para los analistas consultados por el Banco de la República en su Encuesta Mensual de Expectativas, entre enero y marzo de este año la economía colombiana se habría expandido un 3,07 %.

La cifra está en línea con los resultados de la Encuesta de Opinión Financiera elaborada por Fedesarrollo, en la que los consultados estimaron un crecimiento de 3,0 %, para los tres primeros meses de este año.

El indicador que será revelado el próximo miércoles por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) genera una gran expectativa, no solo porque será la primera lectura del año, sino también porque permitirá comprobar si la perspectiva de repunte en el crecimiento que tienen tanto el gobierno como los analistas del mercado colombiano es real.

Las correcciones

Aunque en la encuesta del Emisor los cálculos de crecimiento económico oscilan entre 2,91 % y 3,16 %, los investigadores del Grupo Bancolombia ajustaron a la baja su proyección y la bajaron de 3,0 % a 2,7 %. "Nuestros modelos muestran que el ritmo de crecimiento al inicio de 2019 no fue muy diferente al observado en los dos trimestres previos, ni al total del año anterior", anotaron.

Estos expertos indicaron que del lado positivo, está el hecho de que la administración pública, que fue uno de los sectores más dinámicos del año anterior, es el que continúa generando un mayor aporte al crecimiento, gracias



La producción petrolera permitirá que el sector extractivo lidere el desempeño económico este año. FOTO JUAN ANTONIO SÁNCHEZ

ANTECEDENTES
LO QUE REFLEJÓ EL SECTOR COMERCIAL

Con información al cierre de abril, el comercio agrupado en Fenalco señaló que pese a que la celebración de la Semana Santa parece tener un efecto neto negativo para las ventas, en este año el reporte de los empresarios ha sido aceptable. Las categorías de vestuario y calzado estuvieron bastante movidas, al igual que las ventas de víveres, abarrotes y bebidas alcohólicas. La venta de vehículos sufrió un freno.

a la alta ejecución de gasto en el ámbito local, ya que este año coincide con la terminación de los periodos de alcaldes y gobernadores.

También anticiparon un

3,2 %

proyección de crecimiento del PIB para todo 2019, según encuesta del Emisor.

cambio de tendencia positivo en la minería y las actividades financieras. La primera reflejará la mejora en la producción de petróleo, en tanto que las segundas se beneficiarán de la moderación en el crecimiento de la cartera vencida.

En contraste, señalaron que se observará que algunos sectores están experimentando una tendencia más desfavorable, entre ellos la agricultura, que ha enfrentado unas condiciones climáticas adversas. En construcción, la buena dinámica de las obras civiles se está viendo descompensada por la edificación que no mejora sus indicadores ■

La Teka
EN URABÁ
LA MEJOR UBICACIÓN
PARA SU NEGOCIO
Centro logístico y de servicios

INICIAMOS CONSTRUCCIÓN

VENTA Y ARRIENDO DE LOCALES Y BODEGAS

ÉXITO EN VENTAS, ÚLTIMOS LOTES URBANIZADOS PARA BODEGAS CON ALTURAS HASTA 14 M

- 22 LOCALES COMERCIALES
- 2 LOCALES PARA CAJEROS AUTOMÁTICOS
- 8 LOCALES BODEGAS CON ALTURAS HASTA 9 M

OFICINA MEDELLÍN

☎ 322 99 67

SALA DE VENTAS URABÁ

☎ 311 699 18 90

✉ latekaventas@gmail.com

🌐 www.latekabodegas.com

LOCALES COMERCIALES DE 52 M² Y 125 M² CON DOBLE ALTURA



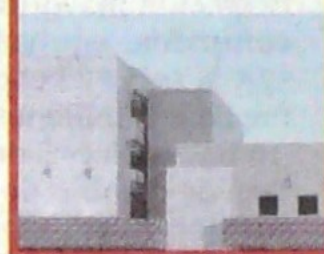
LOTES URBANIZADOS PARA BODEGAS



LOCALES BODEGAS DE 395 M² CON DOBLE ALTURA



OFICINAS FUTURA ETAPA



GRUPO PROFESIONAL

Interventoría: Laiz Germán Landolt V. Fiducia: Alianza Fiduciaria

Vende: Promotora Puerto Nuevo Gerencia Inmobiliaria LaTeka

Diseño

LAUREANO FORERO