

Cómo diferenciarte en tu localidad

POR enrique marco

Si tienes un negocio propio quizá te lo hayas planteado. O no. ¿Necesitas diferenciarte en tu localidad? ¿Consideras que no lo has conseguido? Si tus respuestas son "Sí" y "Sí", ¡vamos a ello! Lo haremos en 3 acciones que considero clave.



Hay personas que montan su salón y piensan que con levantar la persiana la gente empieza a entrar, así de fácil. La realidad no es así.

Estudiar

Primero, es imprescindible estudiar y conocer a toda tu posible competencia dentro del área que tu consideres que es interesante para tu negocio: población, ciudad, área metropolitana, provincia, etc.

Cuáles son esas peluquerías, hacer un listado, ver sus cualidades, situación, dimensiones, número de empleados y precios. Piensa también por qué las has encontrado o te han aparecido como más destacadas.

Estudia similitudes y diferencias: en qué nos parecemos y en qué no, tanto en el mundo offline como en el online. Plantéate también de qué recursos disponemos, tanto humanos como técnicos, y cuáles necesitaríamos.

Analizar

Ahora que tenemos todos los datos, vamos a analizarlos. Es el momento de ser muy sincero con uno mismo: ¿cuál es tu potencial? ¿Cuáles son tus virtudes? ¿Cuáles son tus defectos y carencias?

En este análisis tenemos que ser muy conscientes de dónde tenemos el salón, que características tiene, el nivel de los trabajos que realizamos, precios que tenemos e inversión que hemos hecho en marketing y publicidad. Todo esto es algo que va unido y debe de ser coherente.

Ejemplo 1 Sabes que realizas cortes de pelo y coloración de primer nivel, igual que otros salones destacados de tu ciudad. Aquí hay que analizar si falla la ubicación o el plan de marketing del negocio, si se tiene que invertir en publicidad o todas ellas.

Ejemplo 2 Tienes una muy buena ubicación y realizas cortes de pelo y coloraciones de primer nivel. Igual es el momento de redecorar el salón y aplicar un nuevo plan de marketing; que parezca una nueva etapa en el salón, marcando un antes y un después.

Ejemplo 3 Sabes que tienes un buen salón y que está bien ubicado, pero también ves que fallas un poco en las coloraciones o en la variedad de los cortes de cabello. Habría que invertir en formación continua para no perder las tendencias del momento y no ir a la cola. No esperes a que la clientela te diga qué corte o coloración quiere, sé tú el primero en ofrecerlo.

En los negocios hay poco espacio para la suerte, todo llega por un trabajo anterior

Ejecutar

Una vez estudiada la competencia y habiéndote sincerado con tus virtudes, defectos, necesidades y carencias, es el momento de ejecutar.

Vamos a fomentar más nuestras virtudes, que es algo que ya tenemos y no lo estábamos explotando. A la vez, vamos a ir mejorando los defectos y carencias en función de nuestras necesidades.

Esta es la parte que requiere inversión: para avanzar en un negocio, hay que invertir. Es el momento de cambiar de ubicación, de redecorar o de invertir en formación, pero además hoy en día es imprescindible un plan de redes sociales o un plan de marketing global.

Como ves, no hay nada fácil, pero también es verdad que no hay nada imposible: todo requiere esfuerzo y riesgo. Fijar los objetivos después de todo el análisis es importante; saber cuál es tu dirección, no perder el rumbo, ser constante e ir mejorando.

Os habéis dado cuenta de que en los negocios hay poco espacio para la suerte, todo llega por un trabajo anterior. También puede ocurrir que, después del estudio y el análisis, decides que no es el momento para la ejecución. O quizá que no te compensa toda la ejecución y la inversión. En este caso, sin darte cuenta, has hecho autocoaching: aquello que querías en un principio no te va a dar más felicidad o no te interesa. Pues lo desechamos, ya no te ronda más por la cabeza y tema solucionado.

Con cualquiera de las decisiones que tomes después del estudio y el análisis saldrás ganando, con toda seguridad. Simplemente, sé sincero/a contigo mismo/a, haz lo que consideres y encuentra aquello que te vaya a hacer más feliz.

No hay soluciones universales, encuentra cuál es la tuya. ♦