

Martín J. Romero

CAMBIO DE ÉPOCA

en el Concesionario
de Vehículos



CLAVES Y OPORTUNIDADES
en un nuevo mercado, con un nuevo consumidor

Prólogo de Gerardo Pérez Giménez



Editorial Círculo Rojo



Editorial Círculo Rojo

www.editorialcirculo rojo.com



CAMBIO DE ÉPOCA

en el Concesionario de vehículos

CAMBIO DE ÉPOCA

en el Concesionario de vehículos

Martín J. ROMERO

Claves y Oportunidades en un nuevo mercado,
con un nuevo consumidor.



Editorial Círculo Rojo
www.editorialcirculo rojo.com



Primera edición: febrero 2016

© Derechos de edición reservados.

Editorial Círculo Rojo.

www.editorialcirculo rojo.com

info@editorialcirculo rojo.com

Colección Investigación

© Martín J. Romero

Edición: Editorial Círculo Rojo.

Maquetación: Juan Muñoz Céspedes.

Fotografía de cubierta: © - Fotolia.es

Diseño de portada: © Óscar Gil Raya

Producido por: Editorial Círculo Rojo.

ISBN: 978-84-9126-341-8

DEPÓSITO LEGAL: AL 80-2016

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna y por ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación, en Internet o de fotocopia, sin permiso previo del editor o del autor. Todos los derechos reservados. Editorial Círculo Rojo no tiene por qué estar de acuerdo con las opiniones del autor o con el texto de la publicación, recordando siempre que la obra que tiene en sus manos puede ser una novela de ficción o un ensayo en el que el autor haga valoraciones personales y subjetivas.

«Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 47)».

IMPRESO EN ESPAÑA – UNIÓN EUROPEA

*Dedicado a todos los profesionales
del sector de la automoción, a los que están
y a los que involuntariamente no están*

ÍNDICE

PRÓLOGO DE GERARDO PÉREZ GIMÉNEZ

INTRODUCCIÓN

- ¿Por qué escribí este libro?
- ¿A quién va dirigido este libro?
- ¿Por qué leer este libro ahora?
- ¿Qué encontrarás en este libro?
- ¿Cómo está estructurado este libro?

PRIMERA PARTE

Capítulo 1

LA NUEVA MENTALIDAD

- Dando pasos hacia un futuro que ya es presente
- Aterrizando en la nueva era
- No navegues contra corriente,... Ajusta las velas
- El «ave Fénix», ¿es sólo un mito?
- La nueva normalidad
- Que no te castiguen. No esperes más
- No busques tiritas para taponar la hemorragia

Capítulo 2

CAMINO DEL CAMBIO

- La «C» más escuchada: Cambio
- La ecuación perfecta para el Cambio
- El Cambio paso a paso
- La llave para arrancar el cambio, la tienes Tú

Capítulo 3

CONOCIENDO EL «ENTORNO 2.0»

- ¿Qué es el entorno 2.0?
- Tipos de sitios web 2.0

Capítulo 4

EL NUEVO CONSUMIDOR

- Conociendo al Nuevo Consumidor

Tipos de Consumidores según su edad
De Consumidor a Prosumidor
Desglose de los Atributos del nuevo consumidor
Los Consumidores tienen el poder

Capítulo 5

LOS RECURSOS HUMANOS. PRINCIPAL ACTIVO DEL CONCESIONARIO O COMPRAVENTA DE VEHÍCULOS

Lo primero de tu empresa son las Personas
Aprovecha las «Sinergias» dentro de tu empresa
El mejor ejemplo fueron «Los Tres Mosqueteros»
Lidera tu negocio desde un Nivel Superior
Consigue la motivación de tu equipo
La adaptabilidad individual para conseguir las metas y objetivos

Capítulo 6

EL CONCESIONARIO O COMPRAVENTA DE VEHÍCULOS «ORIENTADO AL CLIENTE»

Orienta tu negocio al Cliente y los resultados llegarán
Escucha al cliente, él lo necesita,... tú también
El «Laboratorio de Escucha Activa» como herramienta proactiva

SEGUNDA PARTE

Capítulo 7

LA ESTRATEGIA

El Origen de la estrategia
Diferencia entre meta y objetivo
Diferencia entre estrategia y táctica
Necesidad de conocer qué es y para qué sirve el análisis D.A.F.O.
La necesidad de una estrategia
Si sabes a dónde quieres ir, llegarás
Puedes visualizar tu estrategia
La estrategia corporativa
Estructura de las estrategias de nuestro concesionario
o compraventa de vehículos
No tires la toalla, aunque escuches: ¡Tenemos un problema!

Capítulo 8

EL MARKETING Y LAS PYMES

- ¿Qué es el Marketing?
- ¿Qué es la publicidad Tradicional?
- ¿Qué es la publicidad Digital u Online?
- ¿Qué es el posicionamiento en Internet?
- ¿Qué es el posicionamiento Local?
- ¿Qué es el posicionamiento Global o General?

Capítulo 9

EL MARKETING ONLINE «O MARKETING DIGITAL»

- ¿Marketing Online?
- ¿Qué es el marketing online?
- ¿Para qué sirve el marketing online en mi concesionario o compraventa de vehículos?
- ¿Qué es un Buscador «o Motor de búsqueda»?
- ¿Qué comprende el Marketing Online?

Capítulo 10

LA REPUTACIÓN DE NUESTRO CONCESIONARIO O COMPRAVENTA DE VEHÍCULOS

- La Reputación de tu empresa
- La Reputación Online
- Vigila algunos «aspectos fundamentales» para tu reputación online
- Evita una «Crisis»,... esta vez de Reputación
- Tu Reputación podrá llevarte hacia el Éxito,... o podría llevarte al cierre
- Vigila y controla a los Trolls
- Evita el acoso en Internet

Capítulo 11

LA CLAVE

- ¿Cuál es la Clave?
- ¿Qué es la Confianza?
- La Confianza ganada
- La «Confianza y Credibilidad» en las Promociones y Ofertas

Las Ventas de V.O entre Particulares. Un Problema de
«Des-Confianza»

Capítulo 12

EL CONCESIONARIO O COMPRAVENTA DE VEHÍCULOS Y LAS REDES SOCIALES

¿Qué son las Redes Sociales?

Uso de las redes sociales en Internet

Evolución de una Comunidad Online

El cliente llegó como Usuario

Características de las principales redes sociales

Qué es el Social Media Marketing «SMM»

TERCERA PARTE

Capítulo 13

EL SITIO WEB CORPORATIVO DEL CONCESIONARIO O COMPRAVENTA DE VEHÍCULOS

La Importancia del Sitio web corporativo

Tu Sitio web corporativo adecuado para dispositivos móviles

¿Con qué finalidad utiliza un consumidor tu sitio web
corporativo?

Sácale el máximo partido a tu web corporativa

Capítulo 14

EL BLOG DEL CONCESIONARIO O COMPRAVENTA DE VEHÍCULOS

Importancia del Blog para tu Concesionario o

Compraventa de Vehículos

Haz de tu «Blog» el centro de la estrategia online

La publicación del Blog de empresa

CUARTA PARTE

Recursos: Tutoriales, Tips y Utilidades.

RECURSO – 1

EL SEO

¿Qué es el SEO?

SEO on Page
Las Keywords
Las Metaetiquetas
SEO off Page

RECURSO – 2

ALTA EN BUSCADORES

RECURSO – 3

EI SEM

¿Qué es el SEM?

RECURSO – 4

SEO SOCIAL «O SEO ESTRATÉGICO»

RECURSO – 5

LA ANALÍTICA WEB «Medición, Recogida, Análisis y Gestión»

Google Analytics
Facebook Insights
YouTube Analytics
ClickTale
Wildfire Social Media Monitor

RECURSO – 6

EL EMAIL MARKETING

¿Sabes lo que es un Newsletter?
Todo lo que tú crees, no es email marketing
Entonces, ¿Qué es el email marketing?
Ventajas del email marketing
Terminología básica en el email marketing
Terminología básica en los tipos de registro
Elige el software «o la plataforma» de email marketing que más te guste
Cómo plantear tu Newsletter
Diseño del Newsletter
¿Con qué periodicidad debes mandar tus emails?
El Blog como recurso de contenidos para tu Newsletter
La proporción correcta de contenido promocional en el Newsletter

La importancia del Remitente y Asunto en tus envíos
La Personalización
Las llamadas a la Acción «o Call to Action» dentro del Newsletter
El Pie o Firma
Haz pruebas, testa una y otra vez
Organiza y Planifica
Aspectos Legales
Qué hace que tus envíos sean Spam
Más normativas
La LOPD «Ley Orgánica de Protección de Datos»

RECURSO – 7

LANDING PAGES «O PÁGINAS DE ATERRIZAJE»

A tener en cuenta a la hora de crear una Landing Page
Crea tu Landing Page sin ser un experto diseñador

RECURSO – 8

MARKETING DE CONTENIDOS

¿Qué es el Marketing de Contenidos y para qué sirve?
Creación de Contenidos
Formatos y Tipos Comunes para Marketing de Contenidos
Videos
Infografías
Presentaciones en diapositivas
Tutoriales, Mini tutoriales, Guías
Documentos Descargables

RECURSO – 9

EVENTOS FÍSICOS

Antes del evento
Durante el evento
Después del evento

RECURSO – 10

EL MARKETING DE AFILIACIÓN

RECURSO – 11

EL MARKETING VIRAL

RECURSO – 12

EL MARKETING DE INFLUENCIA

RECURSO – 13

SOCIAL MEDIA MARKETING «SMM»

Cómo crear un perfil efectivo en las Redes Sociales

Nombre del perfil

Foto del Perfil

Descripción del Perfil

Enlaces a sitios web

RECURSO – 14

MODELO PARA UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING EN REDES SOCIALES

Evaluación de la situación del marketing en las redes sociales

Definición del público objetivo para nuestro marketing en redes sociales

Definición de Objetivos en las redes sociales

Planificación de Canales y Contenido

Diseño de las métricas de marketing en redes sociales

Métricas en tu sitio web, que estén asociadas a las redes sociales

Métricas en Facebook

Métricas en Twitter

Métricas en LinkedIn

Métricas en YouTube

Métricas en Pinterest

Activación de las redes sociales

Escucha activa y control de la reputación online

Plan de Contingencia en caso de Crisis

RECURSO – 15

MARKETING MÓVIL

¿Por qué el marketing móvil?

Lo más habitual «A tener en cuenta» en el marketing móvil

La Web móvil

La Publicidad móvil

La Geolocalización o Localización Móvil
Los Códigos QR
La Mensajería Móvil
Las Aplicaciones Móviles

RECURSO – 16

ANUNCIAR VEHÍCULOS «EFICAZMENTE» EN INTERNET.

No conviertas la Inversión en Gasto al anunciar tus vehículos.

La Importancia de Elegir la Plataforma adecuada para anunciar tus vehículos

La creación de anuncios «eficaces» te hará Aumentar las ventas

Captar la atención del potencial cliente es lo más importante

La Importancia de las fotografías en los anuncios

Consejos y Trucos para realizar las fotografías de tus vehículos

Otras opciones para captar la atención del potencial cliente

RECURSO – 17

EL «OUTSOURCING» O EXTERNALIZACIÓN DE SERVICIOS

¿Qué es el «Outsourcing» o la externalización de servicios?

La «Necesidad o No», de Externalizar servicios

«Pros» de la Externalización

«Contras» de la Externalización

Recomendaciones para la Externalización

CONCLUSIÓN

AGRADECIMIENTOS

«Lo más valioso que tiene una persona es su capacidad de aprendizaje. En realidad, podría perder su casa, su coche, su cuenta bancaria y sus muebles y quedarse sin nada más que la ropa que lleva puesta, pero mientras su capacidad de aprendizaje estuviera intacta, podría cruzar la calle y empezar a ganarse bien la vida de forma casi inmediata»

Brian Tracy

«Tu tiempo es limitado, de modo que no lo malgastes viviendo la vida de alguien distinto. No quedes atrapado en el dogma, que es vivir como otros piensan que deberías vivir. No dejes que los ruidos de las opiniones de los demás acallen tu propia voz interior. Y, lo que es más importante, ten el coraje para hacer lo que te dicen tu corazón y tu intuición»

Steve Jobs

Prólogo

Antes que nada me gustaría agradecer a mi amigo Martín Romero que me haya solicitado que le haga una introducción a este libro tan apasionante y que versa sobre aspectos tan interesantes de nuestro día a día, lo que para mí es todo un honor. Ni que decir tiene que para poder hacer una introducción que sea un fiel reflejo de lo que vais a encontrar en estas páginas debía ponerme manos a la obra y, aunque nuestro tiempo es escaso, leerlo.

Tengo que reconocer que mi sorpresa ha sido mayúscula porque en su lectura he aprendido muchas cosas de un sector “donde todo está inventado”, y como bien dice Martín en las conversaciones que he mantenido con él, es un sector que debe saber muy bien hacia donde se dirige en la era de las nuevas tecnologías e internet. Un sector donde seguimos haciendo las cosas como hace veinte años...o no?

El lector quizás no descubra nada nuevo, pero seguro que recordará muchos aspectos de este negocio que, o bien descuida, o bien no le presta el interés suficiente, con lo que la “productividad” de su lectura está asegurada.

Mi enhorabuena al autor por adentrarse en un mundo tan complicado como el nuestro, al que tanto amamos y al que tanto tiempo de nuestra vida dedicamos... tiempo que nunca vuelve y precisamente por ser este tan valioso, os recomiendo que prestéis el necesario para la lectura de este manual que siempre, deberíamos tener a mano.

Un fuerte abrazo a todos.

Gerardo Pérez Giménez

CEO de JAPEMASA AUTOMOCIÓN,
Presidente de la ANC Renault en España, y
Vicepresidente de FACONAUTO.

INTRODUCCIÓN

...

¿Por qué escribí este libro?

Primeramente, decirte que este libro que estás leyendo, es una de las dos adaptaciones iniciales que he realizado de un primero, que titulé: «*Cambio de época para Profesionales y Pymes*».

Esta adaptación, la pude realizar gracias a que en este sector, el de la distribución de vehículos nuevos y compraventa de usados, me adentré durante mucho tiempo para poder conocer en primera persona las problemáticas que existían. Me introduje de manera concienzuda, analizando todas las áreas que componen el negocio. Cuando hablo de primera persona, es que así fue; dediqué parte del tiempo a conocer desde dentro muchos de los concesionarios y compraventas de vehículos, a estudiar los procesos que se llevaban a cabo en los mismos e interpretar todos los datos que iba obteniendo mediante la observación, comparación y la interpretación de los cambios que habían surgido y continuaban surgiendo en sus entornos. Unas veces, lo hice mediante entrevistas personales con los propios propietarios, gerentes y profesionales del sector, y otras, mediante entrevistas telefónicas con los mismos.

Con este sector, también te diré que mi empatía era y es mayor que la que tengo con otros del mercado, ya que mis primeros contactos con el mundo laboral, – fuera de los familiares – fueron en él, cuando apenas contaba con unos quince años de edad; en el sector de la automoción comencé lavando vehículos, pasando posteriormente por la reparación y sustitución de neumáticos, luego, tomando contacto con la mecánica rápida, y posteriormente con la general; continuando al cabo de unos años en la venta, aunque ya no era mi principal fuente de ingresos, sino que en

aquellos entonces, era una labor secundaria que realizaba para un par de concesionarios y algunos compraventa de usados.

* * * * *

«Significar en este momento inicial del libro, que de los momentos más difíciles que viví con los profesionales del sector, fue conocer y analizar los datos obtenidos de mediados del año 2012. Las ventas de vehículos nuevos habían bajado estrepitosamente, el mercado se caía a pedazos, los despidos continuaban, la incertidumbre era generalizada y muchos comenzaban a verse obligados a tener que cerrar sus puertas. A todo lo anterior, se le sumó la falta de concesión de préstamos por parte de las entidades financieras – tanto a las empresas como a las familias –, como la posterior reestructuración de la red de distribuidores que algunas marcas comenzaron a realizar, con las consecuencias correspondientes para algunos concesionarios oficiales, como la repercusión que iba teniendo en sus «hermanos pequeños», los subconcesionarios. Todo ello en lo que refiere a la venta de nuevos, ya que sin embargo, las ventas de usados continuaban en aumento respecto al año anterior, pero con la salvedad de que el precio medio de éstos bajó en torno al 2 por ciento respecto al mismo periodo anterior, y lo que fue aún peor; de los casi 1,62 millones de vehículos usados vendidos, alrededor de un 60 por ciento de esas ventas, se realizaron entre «pseudoprofesionales» y particulares, lo que suponía casi un millón de ventas que no fueron realizadas por los profesionales, originando esto unas pérdidas – o no ganancias – significativas.

Con todo lo que acaecía en las ventas, a la posventa también se le agravaba su situación, ya que a las consecuencias que la coyuntura socioeconómica estaba teniendo en todo el sector, había que añadirle la competencia desleal que iba creciendo con la proliferación de «talleres ilegales», llegando a ser la presencia de éstos en algunas Comunidades Autónomas de hasta el 30 por ciento.

– *El auge de las ventas de vehículos de ocasión entre particulares, como las que se realizan por pseudoprofesionales, están en gran medida motivadas por el favorecimiento que las nuevas tecnologías han ido otorgando a ambos, pero como verás a lo largo de este libro, existen distintas herramientas que acompañadas con la realización de diferentes acciones que podrás ir implementando en tu negocio, te servirán para recuperar parte de esas ventas –*».

* * * * *

Habiendo tomado contacto con varios profesionales y empresas en el tiempo – tanto de este sector como de otros –, pude comprobar que, especialmente en este sector, son tantas las ocupaciones que tienen los responsables dentro un concesionario o compraventa de vehículos, que su día a día se basa en la realización de multitud de tareas organizativas y gestiones administrativas, por lo que no se tiene tiempo para percatarse de las verdaderas posibilidades y oportunidades que ofrece Internet y el nuevo mercado. Y en otros casos, se está más ocupado y preocupado por sobrevivir y hacer frente a todos los gastos que conlleva mantener el negocio abierto, y el cómo llegar a final de mes – lo que equivale a tener una sensación permanente de estar apagando incendios –.

Y aunque existe infinidad de información disponible hoy en día gracias a Internet y las nuevas tecnologías, *no siempre esa información está como uno quiere y cuando uno la necesita*; sumado a que el exceso de información existente, ha generado lo que se conoce como «*infoxicación*», no siendo siempre la información que se encuentra la adecuada o la deseada, o en otros casos, incluso que no es la correcta; por lo que entendía que era y es necesario, invertir gran cantidad de tiempo y esfuerzo por parte de muchos profesionales para conseguir la información que se busca, poder asimilarla e intentar implementarla en su negocio para adaptarse a la nueva realidad del mercado.

De ahí partió la idea de escribir este libro, primeramente, para intentar de una manera clara y concisa que cualquier profesional, sin la necesidad de tener unos conocimientos previos sobre nuevas tecnologías, marketing o los cambios sociales y de consumo en general que se suceden, pueda entender el nuevo contexto del mercado, como estos cambios tan vertiginosos y constantes que están aconteciendo, es decir, que comprenda el qué y el cómo. *El qué está sucediendo y, el cómo lo hago para adaptar mi negocio a este cambio.*

¿A quién va dirigido este libro?

Este libro está dirigido a los empresarios de raza, indistintamente que tengan un pequeño subconcesionario o compraventa de vehículos, o tengan una red de ellos; es para aquellos que pusieron su negocio en el centro de sus vidas; para aquellos que emprendieron hace años por sí mismos o porque fueron la continuación generacional de otros miembros de la familia; aquellos que tienen en su ADN los negocios; aquellos que en los últimos años han estado luchando como «*jabatos*» y no desistieron.

También está dirigido, a todos los profesionales que desempeñan su labor en el sector, indistintamente que tengan un taller reparador de vehículos y dediquen su actividad únicamente a la posventa, como a los profesionales que dedican su labor diaria a la venta. Aunque el mismo título del libro recoge concesionarios de vehículos, la mayoría de ideas y conceptos recogidos en él, son también de aplicación en cualquier negocio dedicado exclusivamente a la reparación de vehículos, por lo que va dirigido a todos aquellos que quieran entender lo que está pasando y saber hacia dónde se dirige el mercado, profesionales que saben que es necesario un cambio, que es necesario el entendimiento del nuevo paradigma donde desempeñan su trabajo todos los días, profesionales que quieran aprender a ser más efectivos en el desempeño de sus funciones dentro de

su empresa, profesionales que quieran conocer cuáles son los nuevos hábitos de los consumidores, conocer las acciones y técnicas adecuadas para continuar en un sector que volverá a crecer, pero que para nada, este crecimiento será siguiendo los modelos anteriores que conocemos; y que en muy poco tiempo, comenzarán a vender y reparar vehículos que no necesitarán de conductor.

Si tú eres uno de ellos, ¡Enhorabuena!, este libro está escrito para ti.

¿Por qué leer este libro ahora?

Internet ha cambiado todo, desde la forma de comunicarnos hasta la forma de vender un producto o servicio. La llegada de Internet modificó drásticamente la manera de comercializar vehículos, y día a día, la irá modificando aún más. El papel del cliente ha dejado de ser pasivo para convertirse en el centro de la estrategia; ya no vale solamente con tener un buen producto o servicio, hay que saber qué herramientas nos ofrece Internet y utilizar estas herramientas para que el consumidor encuentre nuestro negocio con el menor esfuerzo posible, y tras habernos encontrado, que ese mismo consumidor nos tenga en mente como la primera opción cuando decida que quiere comprar un vehículo - nuevo o de ocasión - o recibir un servicio de los que ofrecemos en posventa.

Ante todos los cambios que han llegado y llegarán, debemos saber que los *consumidores han evolucionado*, han cambiado su manera de elegir al profesional o empresa, y los profesionales y empresas, debemos asimilar todo el cambio e ir interiorizándolo, para no estar todos los días dando «palos de ciego» por no conocer el entorno donde nos movemos.

Si estás leyendo estas líneas, es porque sabes que algo ha cambiado en la manera de hacer negocios, y posiblemente, estés pen-

sando en que ha llegado el momento de hacer cosas en el tuyo que hasta el momento habías sido reacio a iniciar, o no sabías qué hacer o cómo hacerlo; e incluso quizá has comenzado a realizar cambios, pero no ves resultados.

La lectura de este libro, te ayudará a entender las nuevas reglas del juego, lo que te ayudará también a tomar una serie de decisiones que sean acertadas; porque cuando tengas clara la idea de cómo ha cambiado y seguirá cambiando el entorno donde trabajas todos los días, podrás comenzar a comprender que lo que funcionaba hasta ayer, ya no funcionará a partir de ahora, porque las reglas han cambiado, y la forma de vender y de competir también ha cambiado.

Con la lectura de este libro, obtendrás algunas claves que te permitirán conocer, aprender y comprender qué es lo que necesitas hacer para asegurar la permanencia de tu negocio en el mercado, a la vez que éste sea también un negocio rentable, mejorando tu oferta para satisfacer las necesidades de tus clientes actuales y poder atraer a otros nuevos hasta tu establecimiento, ya sea que vendas motocicletas o turismos, como vehículos comerciales, agrícolas o industriales, o te dediques en exclusiva a la reparación.

¿Qué encontrarás en este libro?

En este libro he plasmado una serie de reflexiones propias sobre la transformación que estamos viviendo en los distintos ámbitos sociales y comerciales, y que tanto esfuerzo está costando su adaptación a los profesionales del sector. Está basado, tanto en experiencias propias como las experiencias de otros que me permitieron conocer, a las que he aunado un compendio de los principales conceptos, herramientas y técnicas que, aunque yo no las he inventado ni las reivindicó como propias, sí que las he organizado en un marco secuencial que creo apropiado, aportando además, una serie de consejos y recursos que orientarán y facilitarán la adaptación y

el cambio del profesional que decida zambullirse en su lectura e implementarlas.

Cambio de época en el concesionario de vehículos, no es un libro para leérselo y colocarlo en la estantería de la librería, sino que es un libro para tenerlo a mano y trabajar, para trabajar en algo que te será rentable, como es la adaptación de tu concesionario o compraventa de vehículos a la nueva realidad del mercado.

Este libro te servirá de brújula, para que puedas comprender el nuevo escenario en el que te encuentras vendiendo vehículos y servicios. Encontrando una base desde la que seguir creciendo y, permitiéndote realizar distintas interpretaciones de una misma situación, valiéndote las mismas para poder ver y aprovechar oportunidades donde otros no las ven. En eso se distingue este libro de otros; ya que dentro de la amplia oferta en literatura de empresa que existe, se pueden encontrar libros genéricos, u otros que están enfocados hacia un aspecto concreto. Pero este libro, te ofrece una introducción a lo esencial, que te permitirá ser pragmático a la hora de realizar tu propia interpretación. Te servirá para que comprendas las nuevas dinámicas competitivas y organizativas, sus inercias y sus potenciales, que seguramente te ayudarán a organizar tus ideas; desarrollando una visión crítica e integradora, como también, una actitud creativa y proactiva ante los cambios tan trepidantes que se suceden y que tanta incertidumbre generan. Este libro te dará la oportunidad de dibujar tu nuevo mapa, y dejar de guiarte y conducir con un mapa antiguo por estas nuevas carreteras.

Tras obtener dichos conocimientos de una manera cómoda, tendrás la posibilidad de poder comenzar a implementarlos tú mismo si así lo decides, o delegar en alguien de tu entorno si tus recursos te lo permiten, o podrás también, comenzar a externalizar algunas o todas de las actividades necesarias si así lo vieses conveniente, con la diferencia, que tras leer el libro y saber *Qué es y Cómo funciona el nuevo mercado*, sabrás qué empresa contratar, qué contratar, cómo contratarlo y cuándo contratarlo; consiguiendo que la inversión que realices no se transforme en un gasto.

Te recomiendo tener un lápiz a mano durante su lectura, e ir tomando notas en los márgenes de cada página cuando lo estimes oportuno, cualquier idea que se te venga a la mente por insignificante o loca que te parezca en ese momento, anótala. Algunas de esas ideas podrán significar un antes y un después en tu negocio, te lo aseguro. Y cuando vuelvas atrás cada vez que finalices un capítulo o el libro, podrás considerar nuevamente cada idea que se te fue ocurriendo durante su lectura. No pases por alto esta recomendación, te irás dando cuenta capítulo a capítulo del por qué te lo itero.

¿Cómo está estructurado este libro?

Con el fin de facilitar la lectura de los contenidos del libro, los catorce capítulos que lo componen, los he diferenciado estructuralmente en tres partes. He intentado minimizar el uso de tecnicismos innecesarios, con el fin de poder explicarlo todo de forma sencilla, para que se pueda realizar una primera lectura sin que te lleve mucho tiempo, para que posteriormente puedas utilizarlo como una guía de consulta periódica, pudiendo ir directamente a cada uno de los capítulos de manera que puedas realizar otras lecturas sin la necesidad de hacerlo de forma consecutiva, permitiéndote leer, pensar y reflexionar sobre cada uno de ellos, para posteriormente ir implementando todo lo aprendido.

Para que todo ello te sea más fácil y cómodo, he complementado las tres partes iniciales del libro con una cuarta parte, donde encontrarás una serie de recursos, compuestos por *tutoriales y herramientas que podrás utilizar e implementar en tu negocio, como algunos tips y utilidades*. Todo ello, te ayudará de una manera fácil y cómoda a comprender muchos aspectos y conceptos que oyes todos los días y que parecen difíciles de comprender, y que ahora, no solo entenderás, sino que podrás realizar su implementación en

tu negocio paso a paso, y te ayudará a crecer y continuar con un negocio más próspero.

¿Estás preparado para caminar hacia el cambio y buscar el aumento de la rentabilidad en tu negocio?, ¡Adelante!

LEER EL RESTO DEL LIBRO:

