

MARTES, 05 MAYO 2015

Buscar

Inicio

Quiénes somos

Objetivos

Archivo entrevistas

Archivo colaboraciones

Libros recomendados

Contactar

Rafa Olano

Director general de LOFT and CO

Hay un boom de pymes españolas exportando en internet



Rafael Olano Lope es Director de LOFT&Co, consultora de marketing internacional 360, y ayuda a las empresas a exportar apoyándose en las herramientas digitales. Es profesor colaborador de ESADE Executive Education y responsable del taller Expotación 2.0 del Programa Exportar Para Crecer del Banco de Sabadell. Acaba de publicar un libro titulado Exportación 2.0: marketing digital para pymes exportadoras (Ed. Empresa Activa), del que se puede descargar el capítulo 1 en www.LOFTANDCO.es.

ARTICULOS RELACIONADOS

El conocimiento compartido como factor de excelencia en la dirección empresarial - 03.05.15
 La DEFENSA en una posible Cataluña independiente - 02.05.15
 Las EMPRESAS en una posible Cataluña independiente - 03.04.15
 La formación profesional dual alemana - 02.04.15
 Promoción de la excelencia en la gestión, la innovación y la calidad - 02.04.15
 Técnicas sofisticadas de gestión de la calidad al alcance de las pymes - 01.03.15
 Relaciones exteriores en una posible Cataluña independiente - 27.02.15

DOBLEERRE publica
 EDITORIAL

Se han puesto de moda los negocios en internet, pero ¿podría hacernos un esquema de los diversos escenarios que tienen ante sí las empresas, especialmente las pymes?

La transformación digital representa una revolución en la manera de hacer negocios de las pymes, ya que les permite tener a su alcance múltiples y nuevas herramientas de marketing y ventas muy eficientes y semi gratuitas. Nunca antes había habido tantas oportunidades tanto a nivel de nuevos mercados como de herramientas para maximizar los limitados recursos de marketing de una pyme.

¿Qué es LOFT and CO y en qué campos de actividad ayudan a las grandes, a las medianas y a las pequeñas empresas?

Somos un equipo multidisciplinar de profesionales (consultores de exportación y de marketing, desarrolladores Web y diseñadores, agentes externos de ventas, formadores, etc.) que traemos soluciones "llave en mano" en la difícil tarea de la internacionalización de la pyme y del emprendedor.



¿Puede una microempresa o un emprendedor novel plantearse entrar en este tipo de competición? ¿Qué necesita para iniciar su proyecto internacional?

Necesita crear dos documentos clave: 1) el plan de marketing internacional (mercados, productos, precio, canales, etc.) y 2) el plan de marketing digital (buscadores, redes sociales, email marketing, venta online y marketplaces, etc.). Ambos documentos deberán incluir tanto un claro desglose de costes como de retorno en ventas, así como un plan de acción calendarizado y con una descripción clara de responsabilidades de las personas que lo llevarán a cabo. Este último punto es clave, ya que para tener éxito en nuestra entrada en un país deberemos primero entender y respetar la cultura del mismo, y estas personas serán los "embajadores" de nuestra marca en esos territorios.

¿En qué pueden ayudarles ustedes, teniendo en cuenta que cada mercado territorial y cada ámbito de actividad son distintos y a veces muy dispares?

Nuestra empresa forma parte de diferentes organizaciones y redes profesionales con alcance internacional, lo cual nos permite tener apoyos locales en más de 50 países. Efectivamente, la propuesta de valor de la pyme debe adaptarse a cada país, pero eso es sólo el principio, ya que para completar



Hoy en día cada vez se hace más necesario que vendamos todos y que lo hagamos convencidos. ¿Cómo? En esta obra conocerás y vivirás, de forma novelada y muy amena, hasta 134 impulsos que te ayudarán a vender disfrutando.

Ladislao Mollá Ayuso, experto en formación de vendedores, ha vivido directamente las experiencias y problemáticas del Vendedor entrenando equipos comerciales durante veinte años.

Ficha y Opiniones sobre la obra: Pulse aquí
Nota de prensa e Índice del libro: Pulse aquí

Capítulo de muestra: Pulse aquí

www.dobleerreeditorial.com

Pídalo en tu librería

una primera venta de forma rentable tendremos que haber resuelto aspectos legales y de tributación local, así como coste de entregas y devolución, servicio post - venta, etc. Esta complejidad la resolvemos en LOFT&Co en forma de entregable "llave en mano": desde la fase de prospección de mercados hasta la implantación.

¿Cómo ve el conjunto de pymes españolas en el campeonato internacional que se está jugando en la Red?

Ya tenemos unas cuantas pymes españolas que juegan en la Champions: Privalia, eDreams, o Atrápalo. Sé que todas ellas tienen ahora facturaciones de cientos de millones y plantillas de miles de personas, pero no olvidemos que en sus comienzos las tres fueron start-ups no hace mucho tiempo. En el plano de las pymes, existe un boom de empresas españolas exportando en negocios no tradicionales tales como la ingeniería, soluciones para smart cities, etc.

Parece que crecen nuestras cifras de exportación, pero el porcentaje de fracaso de pymes españolas que comienzan a exportar es alto y el número de empresas exportadoras regulares decrece desde 2008, ¿a qué lo atribuye?

Es un problema de dimensión en las pymes (4,7 trabajadores de media) derivado de un problema de acceso a financiación. Se crea un "círculo vicioso" que termina en baja innovación y escasa formación.

¿Cómo podemos darle la vuelta a la situación?

La fórmula es triple: potenciar la colaboración entre pymes, fomentar programas de innovación sectorial y, por supuesto, reactivar el acceso a fuentes de crédito y financiación.

Es evidente que la venta "física" a veces es imposible y otras no es tampoco necesaria. Pero ¿en qué puede mejorar internet el trato con el cliente y cómo a veces puede incluso empeorarlo?

"Vender es fácil, lo difícil es fidelizar al cliente", reza un refrán del marketing tradicional, y el marketing digital trae herramientas en las tres fases del ciclo de venta: 1) captación de posibles clientes (plan de buscadores, redes sociales), venta (tanto online como marketplaces) y fidelización (email marketing y redes sociales). Sin embargo, deberemos añadir una "capa de marketing" por encima de todo esto: esto es, la atención personalizada a nuestros clientes (atención telefónica, personalización de newsletter, etc.). El marketing digital nos ayuda a automatizar nuestros procesos pero nuestro éxito vendrá de transmitir que hay personas al otro lado de pantalla del ordenador.

Usted acaba de presentar el libro *Exportación 2.0: Marketing digital para pymes exportadoras y emprendedores*. ¿Puede ofrecernos algunos argumentos para recomendarlo a los lectores de nuestra revista?

Le daré tres argumentos: 1) el libro representa un buen análisis de todas las herramientas digitales para el exportador (buscadores, redes sociales, venta online y mercados electrónicos, email marketing, etc.) y enseña también cómo integrarlas, 2) es una guía 100% práctica ya que cada capítulo termina con un "check list" claro de acciones y cómo medir el éxito de las mismas, y 3) se recoge el testimonio de expertos en tres territorios: China, Latinoamérica y Europa.

¿En qué puede ayudar su libro -y el taller que dirige "Exportación 2.0" del Programa Exportar Para Crecer de Banco Sabadell- a las pymes, para la captación de negocio a través del marketing digital?

Tanto el libro como el taller están pensados para provocar pensamiento crítico que defina una perfecta selección de mercados, acompañada de la necesaria adaptación de productos, plan de promoción e implementación, etc. Podéis ver una videosección del taller en este [link](#).

Más información:

www.loftandco.es

loft&co

Redacción Barcelona

Share
Tweet 0

Me gusta

LinkedIn

Titanlux te invita al cine
Consigue una entrada ¡GRATIS! por la compra de cada envase de **TITAN UNACAPA**

AkzoNobel

Bruguer? let's colour

sikkens

X International

procolor

stickerfix AkzoNobel

Xyladecor

Interpon. powder coatings EVERY COLOR IS GREEN

HAMMERITE

MRC International Training

TRAINING & COACHING

entrenamos profesionales, guiamos a las personas

CRECEMOS JUNTOS

MRC BARCELONA | MADRID | LIMA | PRAGA

www.mrctraining.com

Asociado: TCCP

GPI Legal®

BE DIFFERENT - BE REGISTERED - BE UNIQUE

ACTIVOS INTANGIBLES
Asesoramiento, trámite, vigilancia y defensa de marcas, nombres comerciales, patentes, dominios de internet, copyrights, software (apps), etc.

VIGILANCIA TECNOLÓGICA
Peritaje de marcas y patentes, prevención de riesgos, defensa jurídica, calidad ISO, homologación de productos, etc.

ASESORES EN
PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELLECTUAL
Vigilancia y defensa jurídica de patentes y marcas, recursos, auditorías, acciones civiles y penales, etc.

Tel. 93.215.04.82 - Mail. info@gpilegal.com