

CLAVES PARA HACER **CRECER** TU EMPRESA

CONTADAS POR EXPERTOS EN NEGOCIOS



Estamos por terminar el primer semestre del año, y esto indica que es momento de analizar la situación de nuestra empresa, continuar con las acciones que han funcionado y rectificar en aquellas no están dando lo resultados esperados.

Seguramente estás revisando y analizando los estados de resultados y con ellos puedes saber qué ha funcionado y qué no, pero después viene la pregunta clave: ¿Qué estrategias sigo ahora para crecer mi negocio?



**Alex Rodríguez*

Es así que en esta nueva edición te traemos las claves que los grandes expertos en negocios e inversión nos comparten para lograr un crecimiento efectivo de tu empresa, aquellas que han conseguido obtener a través de su propia experiencia, éxitos y fracasos personajes como el beisbolista Alex Rodríguez, la diseñadora de joyería Kendra Scott o la co-fundadora de la marca Once upon a farm, alimento orgánico para bebés, la actriz Jennifer Garner, entre otros.

Trabaja por lograr un bien superior

Los expertos explican que cuando to modelo de negocio trabaja por obtener más que ganancias, es decir con un impacto social positivo, las personas lo aceptan con mayor agrado. Esto tiene mucho sentido cuando vemos los últimos reportes que indican que los actuales consumidores buscan productos que ayuden a algún tipo de causa.

Michelle Tunno Buelow, fundadora de los productos para niños Bella Tunno nos dice:



**Michelle Tunno Buelow*

“Si tu propósito es realmente profundo, tu éxito será significativo. Si este es superficial, el éxito será frágil. Los clientes se sienten felices de poder ayudarte en tu propósito”.

Asegúrate de tener cimientos sólidos

Es normal que al iniciar un negocio, no se piense tan a futuro con un escenario donde la empresa tenga un crecimiento agresivo e incluso que algún monstruo mundial pudiera interesarse por comprar nuestra marca, sin embargo, de acuerdo a Jaime Schmidt, fundadora de Schmidt's Natural, compañía que fue comprada por Unilever en 2017 aconseja que desde el principio se

cuente con registros financieros auditados ya que a mayor información, mayor claridad y seguridad para los interesados en el futuro.

Además, es preciso protegernos contra los crímenes cibernéticos, especialmente robo de información. Steeve Neeleman, fundador de los servicios HealthEquity recomienda

Cuenta con una Junta de Consejo

Tener de tu lado la opinión de otros expertos en negocios y contar con puntos de vista que puedan aportar a las decisiones de tu empresa siempre será una gran ventaja.

Asegúrate de contar con personas que puedan sumar ideas acerca de las áreas de oportunidad, riesgos, escenarios, etc. Estas pueden ser amigos que te conozcan bien y sepan cuáles son tus puntos débiles para poder apoyarte más en esas áreas, incluso tus maestros o mentores que has tenido a lo largo de tu vida.



Aprende sobre el negocio

Según Alex Rodríguez, la súper estrella de los Yankees de Nueva York y fundador de TruFusion, es importante enfocarte en pocas área del negocio al que entres para que puedas aprender bien de ellas y lograr especializarte: "Empieza de a poco y entra en el juego".



**Kendra Scott*

Desarrolla una cultura organizacional que vaya con tu marca

A menudo escuchamos quejas acerca de lo difícil que es encontrar empleados que se esfuercen y “se pongan la camiseta” por la empresa, pero no nos preguntamos si nuestra ideología es compatible con sus deseos y motivaciones. Entre más coherente sea la cultura organizacional que queramos implementar con nuestra marca, conseguiremos de

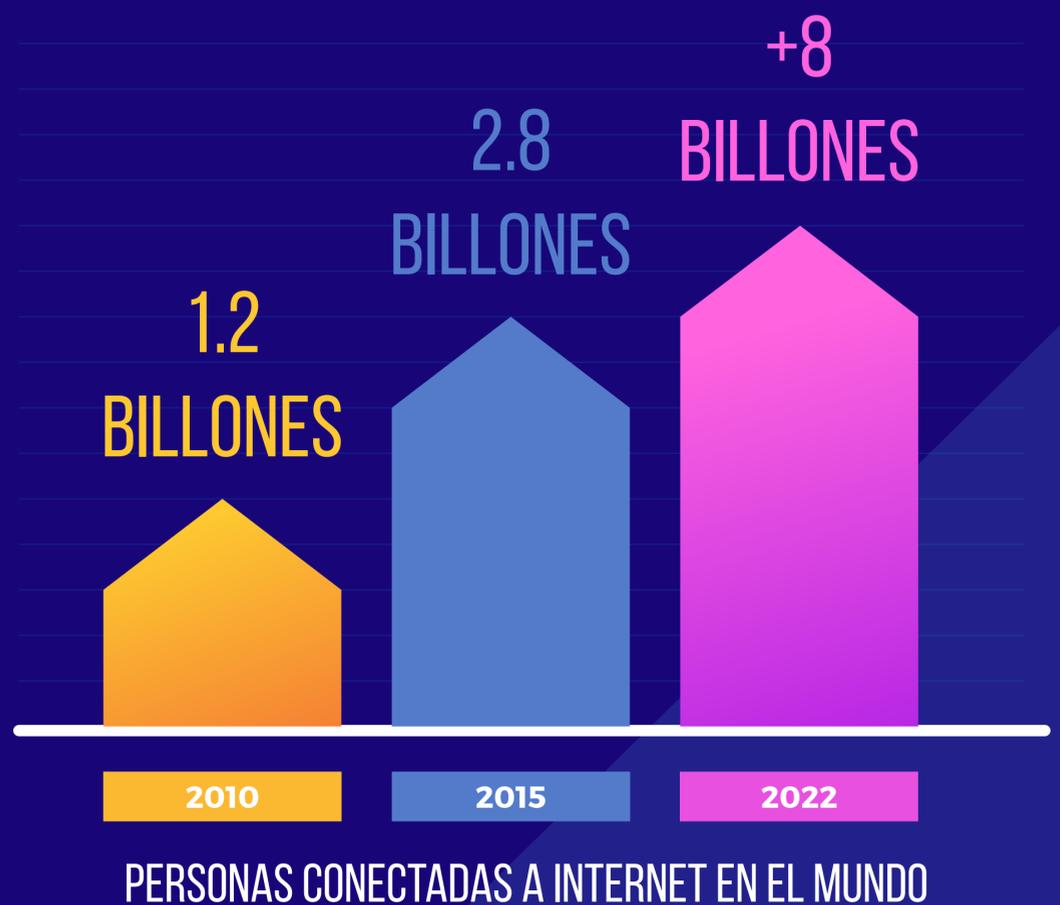
forma más fácil a las personas que se sientan atraídas por esta filosofía y que el crecimiento de la empresa sea su propia motivación.

Para Kendra Scott, era fundamental lograr una utopía laboral para madres trabajadoras y lo consiguió, ya que de las 2,000 personas que ella tiene a su cargo, el 95% son justamente madres que trabajan.

Visualiza el futuro

Siempre es necesario mirar hacia el futuro y los escenarios que se nos presentarán, ya sean positivos o negativos. Tan sólo podemos analizar las cifras de personas en internet e lo largo de los últimos años. En 2010 existían 1.2 billones de personas, lo que para 2015 ya habían 2.8 billones, sin embargo, se

estima que para 2022 el número supere los 8 billones de cibernautas, a lo que la pregunta sería: ¿tu negocio está preparado para esto?



La experiencia de usuario debe ser tu prioridad

En los últimos años los compradores han expresado dar mayor importancia a la experiencia de compra que incluso al mismo producto y es si nos detenemos a analizar un momentos, la competencia se ha cerrado demasiado, las diferencias entre productos a veces no son tan significativas, por lo que brecha se abre en el servicio y es ahí donde el consumidor busca su mejor opción.



Tus esfuerzos necesitan estar enfocados al servicio que le brindes al usuario desde el primer momento, y esto significa usar el factor multicanal ya que el comprador actual ha comenzado a evolucionar en la forma que consume, siendo que puede investigar sobre el producto sobre un canal, informarse de opiniones en algún otro y hacer la compra en un tercer canal.

Debes ser capaz de brindarle atención en cualquier de los puntos en que tu mercado esté dispuesto a buscarte.

Toma riesgos, disfruta el éxito y acepta los errores

“La forma es como hagas una cosa definirá la forma en como hagas todo”, nos dice la actriz Jennifer Garner.



**Jennifer Garner*

El ser dueño de una empresa implica tomar decisiones vitales para el negocio, y esto llegar a ser agotador y estresante, algunas de ellas serán acertada u otras no, pero lo importante es aceptar que no siempre acertarás pero que podrás rectificar cuando el momento llegue y entonces seguir con una mejor decisión. Así termina la actriz y mujer de negocios: “Date la oportunidad de ser imperfecto”.

Fuente: entrepreneur.com
Fuente: elpublicista.com



Bld. Campestre 210 Int. 6, Col. Jardines del Moral. León, Gto. C.P. 37160