

Innovacions en la venda de nous productes i serveis

"Pretenem fer la innovació d'una manera rentable"

Avui dia la venda de nous productes i serveis és cada vegada més complicada. És per això que ja és hora d'innovar en els canals de distribució i treure profit del mitjà de comunicació més gran que existeix, Internet. Fenòmens com les webs socials i eines com els blogs, les xarxes socials o els vídeo blogs s'han posicionats com a referents convertint els seus creadors en líders d'opinió.

Internet, entre altres avantatges, ha creat una comunicació molt més dinàmica allunyant-se del model unidireccional tradicional; és a dir, a la xarxa tots els usuaris son productors d'informació, receptors i consumidors a la vegada. A aquest nou tipus d'usuari se'ls anomena Prosumer (productor + consumidor).

"La idea és que la gent pugui cobrar per les seves idees". Així de contundent es va mostrar Daniel Sanfèlix, coordinador de la Subcomissió de Gestió de la Innovació dels EIC, al plantejar Internet com a nou canal de comunicació, distribució i venda de productes i serveis.

Sanfèlix i la directora de Projectes de LT Comunicació Corporativa, Lené Tourn han reflexionat sobre les possibilitats d'Internet i la introducció de noves tècniques: xarxes socials, microblogging, Word of Mouth Marketing, etc., que ajuden amb èxit a l'explotació d'aquestes innovacions.

Tothom connectat amb les xarxes socials

Lené Tourn va definir Internet com "el sisè continent" per tot el que avarca, a nivell d'informació però, sobretot, a nivell d'usuaris. Des de la creació d'Internet les maneres de comunicar-se han canviat adaptant-se al nou mitjà. La creació de comunitats que comparteixen aficions, gustos i característiques han donat pas a les xarxes socials. "Si Facebook fos un país seria el tercer més gran del món amb més de 400 milions de persones" va afirmar la directora de Projectes de LT, destacant aquest canal com una manera eficaç de donar a conèixer un producte. Facebook és un World of Mouth, un boca-orella amb un poder de difusió d'enormes capacitats. És més, Tourn va senyalar que les webs que disposen de vinculació amb qualsevol xarxa social tenen més possibilitats de tenir millor posició als buscadors com, per exemple, Google.

Va precisar també que no totes les xarxes socials són iguals; unes són generalistes com Facebook, Hi5 o Twenty i d'altres estan especialitzades per empreses com LinkedIn, o de notícies com Gennio.

Els nous líders d'opinió: els bloggers i videoblogs

“Els blogs estan creats per un univers de voluntaris, tolerants i despreocupats que comparteixen les seves troballes amb la resta d'usuaris” va indicar Lené Tourn explicant que el 36% de bloggers valoren molt a les empreses que tenen un blog ja que dona la imatge de tenir la voluntat d'obrir-se a un diàleg obert i amigable. Els blogs també són una manera de donar a conèixer un producte o servei, tant si és propi com si un blogger parla del producte.

Tourn va precisar també, que una de les condicions de tirar endavant un blog en condicions és que sigui de domini propi, per tant es requereix comprar un domini, que s'escrigui només quan hi ha alguna cosa a dir i sobretot, respondre i agrair les crítiques, ja que d'elles se'n pot aprendre molt.

Els videoblogs representen la versió audiovisual dels blogs, per tant el text perd rellevància en front les imatges i el so. En aquest sentit, el referent és Youtube que ha aconseguit ser el segon buscador més visitat, just per sota de Google.

La reputació on-line

La reputació online és un reflex de l'empresa o persona a Internet i a diferència de l'offline, és a dir, fora d'Internet, l'empresa o persona no en té el control absolut tot depèn dels usuaris. “La reputació on line es crea mitjançant la participació en converses amb els usuaris, oferint informació d'interès alhora que valorar i premiar amb incentius a aquells usuaris fidels”, va afirmar per cloure la seva intervenció Lené Tourn.

Van assistir:

Lené Tourn, directora de Proyectos de LT Comunicación Corporativa.

Daniel Sanfèlix, coordinador de la Subcomissió de Gestió de la Innovació dels EIC.

Barcelona, 10 de març de 2010

Edifici Enginyers Industrials de Catalunya