



Fecha publicación: 28/08/2008

NOTAS SOBRE GERENCIAMIENTO

¿POR QUÉ MIS EMPLEADOS NO TRABAJAN COMO YO?

¿Se hace con frecuencia esa pregunta?, ¿se dice –cuando yo tenía su edad- nadie tenía que decirme nada, yo sabía que es lo que se debía hacer?

Empecemos diciendo que si usted está donde está es porque usted era distinto a los demás, por eso usted llegó y los otros están en el mismo puesto y lugar, y otros sin trabajo. Nada es producto de la casualidad, usted siendo empleado trabajaba como si fuese empresario y seguramente se fijó una meta y trabajaba duro, durísimo hasta alcanzarla.

Sus ex compañeros, los que no avanzaron no tenían “madera de empresarios”, eran empleados que aspiraban a tener un empleo –no un trabajo- pero estoy seguro que un buen porcentaje de ellos podría estar en otra posición, como empleados o como empresarios.

Para que ese porcentaje hoy fuese exitoso, deberían haberse capacitado, pero no una vez, sino permanentemente. ¿Tan necesario es capacitarse?. Sí, y si no piense en sus comienzos, el negocio donde usted trabajaba no tenía competidores cercanos, el cliente no era tan exigente, los precios eran parecidos, recuérdelo hasta se daban el lujo de cerrar en invierno.

Hoy todo es distinto, los precios, las calidades, las presentaciones, el servicio, pero fundamentalmente los clientes, porque ellos tienen el poder de hacer que un negocio sea exitoso o un rotundo fracaso. ¿Pero esto será para siempre?, la respuesta la dio Peter Drucker en una de sus últimas conferencias... “en el futuro no faltarán productos, ni servicios, sólo faltarán clientes”...

Si esto usted lo sabe y lo ve diariamente póngase en el lugar de su cliente y hágase la siguiente pregunta...“¿por qué razón yo como cliente, debería ir a ese negocio?”, juegue con las respuestas, dele un orden de prioridad a la lista, luego analícelas, marque las más importantes, y vea si son lo suficientemente fuerte para sea ese negocio el preferido y no otro, luego trate de diseñar estrategias atrapantes, únicas, diferentes, sobresalientes; y en cuanto al personal usted debe saber “hacer que hagan”, motivarlos, capacitarlos, a transferirles orgullo de pertenencia, evaluarlos, adiestrarlos a trabajar en equipo y darles motivo para la acción.

Ellos necesitan que usted los capacite; en realidad sus clientes lo necesitan y se lo merecen para que no vayan a otro negocio, ¡Capacítelos!

Prof. Juan Carlos Molinari

MOLINARI & Asociados

Capacitación Empresarial

Consultores de Negocios

Es consultor de negocios, asesor y capacitador en el área de marketing y ventas. Asesora a empresas de manufactura, comerciales y de servicios. Es docente de las asignaturas: Política de Precios, Práctica Profesional y de Administración de Personal en las Carreras de Marketing, Comercio Exterior, Turismo y Hotelería en la Fundación de Altos Estudios E. Adrogué. Trabajó en relación de dependencia en empresas de diferentes rubros desempeñándose en niveles jerárquicos en: Ventas,



MUNDOHELADO CONSULTING

Consultoría Integral para la Industria del Helado

Administración, Capacitación y Comercialización, en las siguientes empresas:
Ángelo Paolo SA, Schering Ploug SA, Cía. Dr. Scholl SACI, Hiram Walker SA J&E
Atkinsons Ltda. División de Unilever Argentina, Kolynos SACI, Nestlé Argentina SA,
Singer Sewing Machine Co.