



El tiempo es oro, productos y servicios cómodos Innovar con una oferta que haga ganar tiempo a los clientes

El tiempo es el recurso más escaso que tenemos, y **en sociedades como la nuestra**, en las que las empresas cada vez demandan más compromiso y dedicación, en las que muchas de las gestiones que realizamos (con bancos, con suministradores de electricidad/teléfono, etc.) consumen más tiempo del lógicamente esperado, en las que realizar cualquier desplazamiento exige más tiempo del deseado, etc., **el tiempo toma protagonismo**. Cada vez es más valorado por las personas, las cuales buscan fórmulas de ganar tiempo para sus actividades “preferidas” (estar con la familia y amigos, deporte, escuchar música, lectura, etc.)

Y como el *tiempo dedicado al trabajo* (horas laborables más horas de traslado) es difícilmente reducible, la oportunidad está en la reducción del tiempo dedicado a actividades *domésticas* (la compra, la limpieza del hogar, gestiones varias –banco, gestorías..., etc.).

Como resultado de todo ello, está surgiendo una nueva necesidad: **productos y servicios cómodos**, que permitan cumplir con las obligaciones *domésticas* sin necesidad de invertir grandes cantidades de tiempo. Productos y servicios cómodos que los diferentes sectores de actividad deberán satisfacer:

El **sector de la alimentación** potenciando su oferta de:
 Productos frescos (carnes, pescados, verduras, etc.) ya cortados, envasados (en raciones adaptadas a las diferente tipologías de hogares), listos para ser elaborados o congelados.
 Productos cocinados que sólo tengan que ser calentados, o precocinados que requieran de una pequeña elaboración.
 Productos en máquinas dispensadoras (vending) que faciliten la compra en centros comerciales, oficinas, u otros lugares, etc.

Sector de la distribución de productos: potenciando servicios de compra por internet, entregas a domicilio, sistemas ágiles de pago que eviten colas innecesarias (p.e. incorporando tecnología RFI de etiquetado de productos que minimizará el tiempo de pago en el paso por caja), etc.

El **sector servicios** (bancario, asegurador, gestorías, suministradores de gas/electricidad/telefonía, etc.) con servicios realmente pensados para dar servicio a los clientes (servicios remotos internet, telefónico, etc., con procedimientos ágiles y eficientes)

O quizá **otro sector de servicios (profesionales)**: de limpieza a domicilio, de lavandería a domicilio, de cocina a domicilio, etc.

En la actualidad muchas empresas ya incorporan a su oferta soluciones que ayudan a ganar tiempo a los clientes, pero

constantemente surgen nuevas oportunidades de mejorar e innovar en este aspecto, que correctamente aplicadas e integradas en la empresa, pueden ser una fuente de innovación y de diferencias competitivas.

PROPUESTA PARA LA INNOVACIÓN



Creación de una oferta de productos/servicios cómodos para los clientes

Proponemos realizar una reflexión (periódica) sobre este concepto, para detectar posibles oportunidades en nuestros productos y servicios. Sugerimos cuestiones como:

- ¿Es el tiempo un factor importante para nuestros clientes?
- ¿A la hora de adquirir nuestros productos, los clientes han de invertir más tiempo del que sería necesario?
- ¿Podemos desarrollar mecanismos que haga la adquisición de nuestros productos/servicios más ágil, rápida y cómoda?
- ¿Están nuestros productos/servicios pensados y adaptados a las nuevas necesidades de tiempo de los clientes?
- ¿Qué cambios deberíamos realizar en nuestros productos y servicios para que fueran, si cabe, más rápidos y cómodos de utilizar?
- ¿Podemos desarrollar algún producto/servicio que complemente a los actuales y ofrezca al cliente una oportunidad para ahorrar tiempo?
- ¿Las nuevas tecnologías nos permiten ofrecer nuevos servicios que mejoren la actual oferta?
- ...