



Cómo nos relacionamos con nuestros clientes

Innovar en la forma de acceder a los clientes

Este componente del modelo de negocio se refiere a la **forma en la que la empresa accede al mercado. Cómo llegar a los clientes, qué canales utilizan y qué apoyo se le da a los clientes antes y después de la compra.**



Una fuente de innovación puede ser:

Utilización de **canales de acceso** a clientes **distintos** a los utilizados hasta la fecha (ya sean los *tradicionales*, pero jamás utilizados por nosotros, o *nuevos* a través de las nuevas tecnologías), y/o

Desarrollando **mecanismos que faciliten la relación con nosotros** (sistemas que hagan que sea fácil adquirir nuestros productos o utilizar nuestros servicios, información complementaria, etc.)

Por ejemplo, la tecnología pone a disposición de las empresas una nueva forma de acceder y ofrecer servicios a los clientes. Hoteles, casas rurales, compañías aéreas, etc., acceden y ofrecen servicios directamente a los clientes a través de internet. Internet les permite (sin la necesidad de pasar por intermediarios), llegar a un número de clientes a los cuales de otra forma no accederían.

Más radical es el cambio en los sectores donde el producto puede viajar por la red (software, información, música). En la actualidad para adquirir música, ya no es necesario comprar un CD y pagar por un número determinado de canciones (las que gustan y las que no). Ahora, existen empresas que distribuyen la música a través de internet, (gratuitamente o pagando), mediante programas intermediarios que permiten descargar y grabar en CD, en lectores de mp3 u otros.

PROPUESTA PARA LA INNOVACIÓN

1) Reflexión sobre acceso y soporte a clientes

El objetivo de esta reflexión es analizar la forma que en la que su empresa se relaciona con sus clientes, los canales que utiliza, intermediarios, etc., identificando si es la mejor manera de hacerlo o si hay otras maneras de llegar al clientes (antes de serlo, cuando ya lo es y nos realiza una compra y una vez realizada la compra) que nos permitan sacar más frutos de la relación, tanto desde el punto de vista nuestro, como desde el punto de vista del cliente.

Organice internamente un debate, incluya, incluso, alguno de sus clientes, e identifique áreas que no funcionan y áreas de innovación.

Recoja todas las propuesta y convierta las oportunidades en proyectos y planifique su ejecución.

¿Cómo realizar esta reflexión?

Ver contenido invintia: Organizar y dinamizar sesiones de generación de innovación.

Para profundizar, ver curso: *Reinventando la empresa, como innovar con éxito el modelo de negocio* → <http://www.invintia.com/elearning>