



**IF YOU WANT  
APPLES  
— YOU HAVE TO —  
SHAKE  
THE TREES**



# EL MARKETING QUE NECESITAN LAS PYMES DE HOY

Verónica Ferrer Moregó | Strategist Pitaya Business

## ¿Qué marketing necesita vuestra Pyme?

Cada Pyme es única. Son distintas sus necesidades de comunicación y marketing, los objetivos económicos, los servicios y/o productos ofrecidos, la tipología de clientes y las ambiciones empresariales.

Una consultora tecnológica que vende su servicio a otras empresas (Business to Business) necesitará con su marketing fomentar la confianza y la credibilidad de clientes potenciales, enseñar casos de éxito y demostrar que dispone de un equipo de personas comprometido.

Una Pyme dedicada a la venta online de cosmética orgánica (Business to Consumer) necesitará ser recomendada por influencers, tener una cadena de afiliados e invertir en acciones de marketing digital. O, una empresa que disponga de una cadena de establecimientos físicos, es probable que necesite potenciar el marketing de manera local, involucrarse en las actividades de su entorno geográfico y crear campañas de fidelización.

No obstante, si hay algunos criterios de Marketing que necesitan las Pymes de hoy. Los resumo a continuación en seis puntos.

## MARKETING & DIRECCIÓN

Las Pymes necesitan considerar el marketing como una herramienta clave para obtener los resultados deseados.

El equipo directivo de las Pymes debe considerar el marketing como una área estratégica. Además, debe exigir que las acciones estén alineadas con la identidad corporativa de la Pyme:

¿Quiénes somos? ¿Qué ofrecemos? ¿Por qué deben comprarnos a nosotros? ¿Dónde queremos llegar? ¿Quiénes son nuestros cliente objetivo? ¿Dónde queremos estar en los próximos años? Y, también: ¿Está realmente el cliente en las redes sociales en las que tenemos presencia? ¿Qué persona dentro de la organización toma la decisión de contratarnos? ¿A quién sigue nuestro consumidor final?

**LAS PYMES DE HOY NECESITAN QUE SU EQUIPO DIRECTIVO CONSIDERE EL MARKETING COMO UNA FUNCIÓN NECESARIA PARA CONSEGUIR LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES Y, EN DEFINITIVA, QUE PRIORICEN LA INVERSIÓN**

Las Pymes de hoy necesitan que su equipo directivo considere el marketing como una función necesaria para conseguir los objetivos empresariales y, en definitiva, que prioricen la inversión.

## EL MARKETING Y SUS 4 PES

Las Pymes necesitan concebir el marketing en su totalidad. A veces se limita la concepción del marketing a una sola de sus 4 famosas "Ps": Promoción (Promotion). Las Pymes de hoy necesitan tener en cuenta que marketing se encarga también de definir las características del Producto (Product), los canales de Venta y Distribución (Place) y el posicionamiento de Precio (Price).

**EN LA ACTUALIDAD HAY MUCHAS "PES" MÁS**

De hecho, en la actualidad hay muchas "Pes" más. Entre ellas, Rentabilidad (Profit), Planificación (Planning), Personas (People) y Procesos de trabajo (Processes).

Las Pymes necesitan beneficiarse de todas las áreas que trabaja la disciplina.

## EL MARKETING DE HACERLO BIEN (TAMBIÉN)

El marketing debe ser honesto con la realidad empresarial. "Hacerlo bien y hacerlo saber" - dijo Federico Revilla en su libro de 1970: "Hacerlo bien y hacerlo saber. Las Relaciones Públicas de la Empresa y su formación de imagen". Las Pymes deben ocuparse de resolver las necesidades de sus clientes: ofrecer un servicio o producto testado, de calidad, útil y enfocado. Sin lo primero, las acciones y mensajes de marketing serán poco efectivos. Los clientes no quedarán satisfechos y puede generar el efecto contrario. **El marketing de las Pymes necesita ser verdadero.**

## EL MARKETING CONSTANTE

En el norte de España, si los meses de julio y agosto son muy lluviosos, se bromea: "- Joaquín, ¿qué tal el verano? - El verano? Muy bien. Cayó en miércoles". Explico esta anécdota para remarcar que, el marketing que necesitan las Pymes, no puede "caer en miércoles".

El trabajo e inversión en marketing debe ser constante y permanente. El marketing suele tener beneficios a medio y largo plazo y, es por ello, que requiere acción continua. Para obtener mejores resultados, las Pymes necesitan ocuparse del marketing de manera perseverante.

## MARKETING O COMERCIAL

**¿Invertir en un responsable de marketing o en un perfil comercial? El marketing de las Pymes necesita entender que ambos departamentos se complementan.**

¿Cómo se complementan? Suelo poner este ejemplo a nuestros clientes. El comercial, es la figura que llama a la puerta del cliente, escucha sus necesidades, le hace una propuesta y cierra la venta.

El responsable de marketing es el encargado de que, cuando el cliente abra la puerta y el comercial se presente, le diga: "Claro que sí! Adelante. De hecho, ya os conozco. He visto un artículo de vuestro CEO en la revista que leo habitualmente, os vi en la feria anual del sector, recibo cada semana vuestras publicaciones y sé que habéis trabajado con empresas importantes. Cuéntame, te escucho".



Comercial entra, Marketing abre camino. **Las Pymes necesitan coordinar sus equipos de marketing y comerciales para conseguir resultados óptimos.**

## EL MARKETING COMO ESTRATEGIA

Finalmente, remarcar que las Pymes necesitan Planes de Marketing. Algunas Pymes pueden tener la percepción de que no es necesario porque no son suficientemente grandes o porque no quieren invertir muchos recursos. Pero es precisamente por eso que necesitan un Plan: para optimizar sus inversiones y crecer de manera sostenida. El Plan de Marketing se establece en función de unos objetivos, un periodo temporal de aplicación y contempla una evaluación constante.

**El Marketing de las Pymes de hoy necesita Planificación.**

Hasta aquí los seis principios. A ellos, añadiría una consideración global: las Pymes tienen que abogar por la sostenibilidad empresarial. No sólo aplicada al área de marketing, sino a todas las demás.

**LAS PYMES TIENEN QUE ABOGAR POR LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL. NO SÓLO APLICADA AL ÁREA DE MARKETING, SINO A TODAS LAS DEMÁS**

Así que, ¿qué marketing necesita vuestra Pyme hoy? Pues un marketing que respete los seis principios anteriores y que, además, se adapte a las circunstancias específicas de la empresa. Paralelamente, las Pymes deben fomentar un ecosistema empresarial sostenible y, así, generar un impacto positivo en su entorno. Por supuesto, no solo han de hacerlo bien, si no también, hacerlo saber.

[pitayabusiness.com](http://pitayabusiness.com)  
@pitayabusiness