

¿Cómo convertir fortalezas en dimejoras?

Cuando una empresa, un producto o un servicio tienen una trayectoria en el mercado, sus clientes se han formado unas ideas respecto a ellos.

Saben qué hacen diferente y mejor que los demás (conocen sus **dimejoras**). Qué hacen diferente y peor que los demás (conocen sus **dipeoras**). En cuáles aspectos son iguales.

El mayor o menor éxito de estas empresas, productos o servicios en la generación de abundantes ingresos depende de lo que sus clientes piensen de ellos.

Como lo expongo en otros fascículos, cuando se toma la decisión de aumentar los ingresos por un camino diferente a la reducción de precios, la primera pregunta que debemos formularnos es esta:

¿Cómo podemos alejar a los clientes de lo que ellos asocian con dolor o acercarlos a lo que asocian con placer de una manera **diferente y mejor (dimejor)** que la competencia?

Cuando se obtienen las respuestas a esta pregunta, todavía no se cuenta con **dimejoras**. Sólo hemos identificado nuestras fortalezas.

Para que estas fortalezas se conviertan en **dimejoras**, tenemos que grabarlas en la mente de los clientes. De otra manera no se convertirá nunca en una fuente generadora de abundantes ingresos. ¿Cómo lograrlo? ¿Cómo convertir fortalezas en **dimejoras**?

Existen varias maneras de hacerlo:

1. **Mediante la publicidad a través de los medios tradicionales de comunicación.**

Esta manera de convertir fortalezas en **dimejoras** exige disponer de suficientes recursos para hacerse escuchar en medio de tanta algarabía.

Un equipo de vendedores, satisfaciendo clientes todos los días constituye una herramienta muy eficaz para convertir fortalezas en dimejoras

Si no se dispone de estos recursos, es un camino equivocado.

2. **Por Internet**

Cada vez más empresas utilizan esta herramienta prodigiosa, que está al alcance de todo el mundo. ¿Qué tan costosa y eficaz es la Internet? Depende sólo de su imaginación.

3. **Mediante la comunicación boca a boca de los clientes satisfechos.**

Es el camino más utilizado por la mayoría de las empresas pequeñas y medianas y por los profesionales independientes. La capacidad que tiene un médico, un odontólogo, un abogado o un asesor para generar abundantes ingresos depende de las recomendaciones que les den a otros los clientes satisfechos.

4. **Mediante la fuerza de ventas (que yo llamo fuerza generadora de ingresos).**

Es el camino utilizado por las empresas de todos los tamaños y de todos los sectores en el mundo entero. Un equipo de generadores de ingresos satisfaciendo clientes todos los días constituye una herramienta muy eficaz para convertir fortalezas en **dimejoras**, sin contar con que este equipo, debidamente seleccionado y entrenado, puede convertirse por sí mismo en una maravillosa **dimejora**. Aunque, debo decirlo, muchas veces se constituye también en una formidable **dipeora**.

5. **Una combinación de las anteriores.**

Los medios mencionados no se excluyen, al contrario, se complementan y potencializan. Puede utilizarse una combinación de todos ellos o de algunos.

Coletilla

No desperdicie sus fortalezas. Conviértalas en **dimejoras**, haciendo que pasen de su cabeza a la cabeza de sus clientes para que se pongan al servicio de la generación de ingresos.