

¿Vender humo o vender leña?

En la comarca de la Subbética cordobesa, en el término municipal de Lucena hay un cortijo que se conoce por Siete Chimeneas. De paredes blancas, rodeado de olivos y estaba deshabitado la última vez que lo vi.

No una, ni dos. Siete. Siete chimeneas. Sin emitir humo. Y en consecuencia sin leña ardiendo.

La amistad pone a trabajar a la sinceridad a mayor ritmo. Un amigo al conocer mi profesión, consultor de marketing, me dijo con aplomo y casi sin permitirme refutarlo que “los consultores de marketing sólo venden humo”. Puede que muchos estén convencidos de que el humo lo venden los consultores.

Entramos en una divertida conversación, aquí recojo parte de ella:

- Amigo no te diré que estoy de acuerdo en todo lo que dices, pero sí que lo estoy en parte. El trabajo del consultor trae como consecuencia que salga humo de las chimeneas, el fin no es vender humo y sí que haya leña suficiente en el sardinel de la chimenea, que esté seca, la llama sea viva y como consecuencia aparezca humo en el exterior.
- José María, yo soy arquitecto y llevo de los planos a la realidad un proyecto de vivienda. La casa se toca, la construimos.
- Pedro, pues fácil me lo pones. Si construyes un restaurante el humo de los fogones saldrá si hay clientes. Para eso trabajo yo. El mejor restaurante, el mejor construido, el de diseño más innovador, el de chimenea estéticamente más atractiva necesita que las comandas estén llenas de pedidos.

Trabajamos en favor del cliente, para el empresario.

Si seguimos el símil de la chimenea y el humo, los consultores de nuestra empresa desarrollamos técnicas activas para que sea necesaria, por el flujo de clientes, más leña para cocinar, que los clientes estén cada vez más satisfechos y menos que “echen humo” cuando salgan de los locales.

Así que yo trabajo para que haya fuego en los fogones y tu amigo arquitecto trabajas para que el humo salga al exterior y no se quede dentro, tu construyes la chimenea. Tú trabajas para que quien habita la casa o está en el restaurante no termine ahumado. Yo trabajo para que no haya clientes malhumorados por el servicio recibido y los productos consumidos.

Y tanto es así que lo lugareños del Campo de Lucena usan la siguiente frase “La chimenea que no echa humo temprano, malo”. Y dicen eso no porque sea mala la chimenea, y si más bien porque el propietario no se levanta temprano, no ha puesto leña o encendido llama. Ahí actúa el marketing, en dinamizar el establecimiento (la chimenea), en optimizarlo, en rentabilizarlo.

José María Lara Arias
Director

shoppers
MARKETING | CONSULTING