

5 claves para hacer crecer un negocio en 2023

Superar las expectativas de los clientes, centrarse en los empleados, invertir en tecnología y concentrarse en el desarrollo de la empresa, puntos principales del éxito empresarial en 2023, según Herbalife Nutrition

Se acerca el final de 2022 y con la perspectiva del nuevo año, las empresas se plantean estrategias para crecer y lograr nuevas metas. Y es precisamente en épocas de incertidumbre económica como la que se está viviendo, cuando existen mayores oportunidades para evolucionar y reforzar su posición en el mercado. Ibi Montesino, Executive Vice President Distributor and Customer Experience and Chief of Staff de Herbalife Nutrition, ofrece 5 claves básicas para aprovechar estas oportunidades que brinda el 2023 como un año clave para mejorar la atención al cliente y construir un entorno adecuado para atraer y retener a los mejores talentos.

"Ahora es el momento para que las empresas construyan relaciones con los clientes, mejoren el servicio y crezcan de manera eficiente", comenta Ibi Montesino. "Además, reforzar la empresa con empleados dedicados, es más importante que nunca en un mercado laboral competitivo".

Optimizar la tecnología

Hoy en día, la tecnología es la base de todo y se ha convertido en una herramienta indispensable para trabajar desde todos los ámbitos. Las soluciones tecnológicas eficientes mejoran la experiencia de los clientes y ayudan a la empresa a tomar decisiones vitales para desarrollarse y crecer. Por ello, la recopilación de datos es fundamental para el éxito empresarial: desde la comprensión y el análisis de los competidores hasta el seguimiento de los envíos o la evaluación de precios.

"En Herbalife Nutrition, la tecnología es fundamental para el desarrollo del trabajo, ya que brinda la información crítica que se necesita para comprender todo", señala Montesino. "Se ha diseñado tecnología personalizada para conectar a la empresa con sus distribuidores y a los distribuidores con sus clientes para lograr agilidad en la realización del pedido y la entrega del producto", concluye.

Crecer sin incrementar gastos

Administrar y comprender el crecimiento de una empresa es un desafío, y lo que comenzó como una operación pequeña en solitario, puede convertirse repentinamente en un negocio que necesita recursos adicionales.

Una vez que esto sucede es importante reconocer las áreas que pueden segmentarse y ser dirigidas por otras personas, para posteriormente invertir en recursos humanos, clave fundamental para el crecimiento de un negocio.

Pero, ¿crecer significa incrementar los gastos? No necesariamente. La empresa debe de encontrar un equilibrio entre el número de profesionales necesarios y el uso de la tecnología que permite automatizar funciones, lo que ahorra tiempo y dinero, al mismo tiempo que incrementa los beneficios.

Experiencia de cliente personalizada

No hay nada peor para los consumidores que un mal servicio al cliente. Permanecer en espera al teléfono durante horas o enviar correos electrónicos a los servicios de atención al cliente que nunca responden, puede transformar al fanático más leal en un detractor acérrimo. Las empresas deben personalizar la experiencia de cliente, ayudando a que todos se sientan escuchados, valorados y esenciales para la empresa.

Las empresas deben concentrarse en eliminar el punto crítico para el cliente y para ello, la tecnología proporciona una serie de datos que permite conocer su comportamiento más en detalle: cómo compran, cómo piensan, por qué dejan de comprar, qué les gusta y qué no les gusta. Cuanta más información tenga una empresa de su público objetivo, podrá llegar a ellos de una manera más efectiva y ofrecerles productos a medida.

El empleado, el centro de la empresa

La pandemia enseñó a las empresas muchas lecciones importantes, pero quizás la más importante ha sido que trabajar en una oficina no siempre es vital para el éxito. Un estudio reciente reveló que el 87% de los encuestados estarían dispuestos a trabajar de manera flexible si se les ofreciese la posibilidad. El modelo de trabajo flexible permite la conciliación personal y familiar sin cortar los lazos físicos con la empresa.

Para ello, la empresa debe proporcionar a sus equipos las herramientas tecnológicas para ser productivos, y los directivos o responsables de cada departamento tendrán que comunicarse regularmente con sus equipos para que, aún en remoto, se sientan parte de una comunidad conectada que los valora.

Otra lección aprendida de la pandemia es la necesidad de priorizar la salud de los empleados para que puedan desarrollar sus tareas de manera óptima. La puesta en práctica de programas de entrenamiento físico o servicios de salud mental, permitirán asegurar el bienestar físico y mental de los profesionales.

Prácticas comerciales siempre sostenibles

Desde profesionales independientes hasta grandes multinacionales, la sostenibilidad es buena para el mundo en general y los clientes en particular. Reducir el envío de comunicaciones en papel, cambiar a materiales de embalaje sostenibles y obtener productos de proveedores afines, son vitales para la salud del planeta.

Medidas simples como reciclar en la oficina, determinar cómo y cuándo viajar, realizar más reuniones digitalmente y pensar en el impacto ambiental de su negocio, pueden contribuir en gran medida a desarrollar prácticas comerciales más sostenibles.

"Un nuevo año permite a los dueños de empresas de todos los tamaños evaluar cómo atienden a sus clientes, mejorar las comunicaciones digitales y crear un ambiente de trabajo para ayudarlo a tener éxito" resume la experta de Herbalife Nutrition. Al centrarse en superar las expectativas de los clientes,

en los empleados, en invertir en tecnología y concentrarse en escalar su negocio, 2023 puede ser su año más exitoso".

Datos de contacto:

Laura Hermida Ballesteros

917818090

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nutrición](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>