

Service with a smile: not sure how to market your service business?

*Kim T. Gordon

Focus on these 5 tips for bringing in new customers, and you'll be glad you did.



Ilustración: Miriam Torres

With so much attention being paid to marketing new products, entrepreneurs building businesses may feel overlooked. The truth is, marketing a product or a service can be tricky. For some companies, success depends on creating a bundled offering that includes the features customers or clients want most. For others, it's all about differentiating based on customer satisfaction, with heavy emphasis on testimonials and ongoing customer input.

El servicio con una sonrisa: ¿no está seguro de cómo comercializar su negocio de servicio?

Enfóquese en estos 5 consejos para atraer nuevos clientes y estará contento de haberlo hecho.

*Kim T. Gordon

If you're searching for the best ways to win customers and build sales for your service business, here are five important tips you can't afford to overlook:

1. Find a way to differentiate.

If you were to take an analytical look at your competitors' ads and brochures, you'd find one glaringly obvious similarity--most are satisfied with "me too" marketing themes. Consequently, few ever stand out from the pack. Careful differentiation is essential to successfully growing a business. What sets your company apart from all the rest? Perhaps it's the group of services you offer or the way you excel at customer satisfaction. For best results, identify the unique benefits you provide, and make them the central focus of your marketing message.

2. Add value by bundling services.

While product marketers often compete solely based on price, for many service businesses price is a sign of quality. So if you price your product or service below your competitors', you may communicate to customers that it's of lesser worth. Instead of lowering your price, why not add value? Focus on what your customers want most,

Con tanta atención prestada al mercadeo de nuevos productos, los empresarios que están formando negocios se pueden sentir pasados por alto. La verdad es que comercializar un producto o servicio puede ser engañoso. Para algunas compañías el éxito depende de crear un paquete de ofertas que incluyan las características que los clientes más desean. Para otros, todo se debe a la diferenciación basada en la satisfacción del cliente, con un fuerte énfasis en los testimoniales y otra retroalimentación de los clientes.

Si usted está buscando la mejor manera de ganar clientes y realizar ventas para su negocio de servicio, he aquí cinco importantes consejos que no se puede dar el lujo de pasar por alto:

1. Encuentre una forma de diferenciarse.

Si tuviera que hacer una observación analítica de los anuncios y trípticos de su competencia, encontraría una deslumbrante y obvia similitud—la mayoría están satisfechos con los temas de mercadeo de "yo también", consecuentemente, pocos se salen del montón. La diferenciación cuidadosa es esencial para hacer crecer un negocio exitosamente. ¿Qué hace a su compañía diferente de las demás?. Probablemente es el grupo de servicios que usted ofrece o la manera en que usted sobresale en la

Shrimps taste great

Mexican whites have been traditionally the gold standar of shrimp



DIAZTECA

www.diazteca.com

Usa Offices

993 East Frontage Road Rio Rico, Arizona USA 85648
Tel/Fax: 520+281 4281 (702) 943 88 99
seafood@diazteca.com

Headquarters Offices

Belisario Dominguez 2 Altos Centro Mazatlán, Sinaloa México 82000
Tel: 52 (669) 981-2696 Fax: 52 (669) 981-3191
seafood@diazteca.com

and find a way to bundle those features (or even some select products) into your mix. This will increase the perceived value of what you offer and give your company a leg up. You may even be able to raise your prices on higher-value offerings.

3. Market to existing customers.

For service and product marketers, the sale doesn't end with a purchase: It's the beginning of a relationship that continues with delivery and support. As a result, satisfied customers or clients have the potential to become repeat buyers. Do you have a program in place to market to your customer base? The good news is that upselling current customers costs less and yields significantly higher revenue than marketing to new prospects. To build sales, use direct marketing, including e-mail and direct mail, to offer special promotions to your customer base throughout the year.

4. Win more referrals.

Do you rely on referral audiences to send business your way? It's not enough to simply call on your referral prospects. You must also create a group of marketing tools for your referral sources to use with your prospective clients. Suppose you owned a home health-care company. By supplying brochures and other materials to hospital workers to give to patients requiring at-home care following a hospital stay, you'd ensure that your complete information got through to your most qualified prospects.

5. Raise your visibility.

To reach potential customers across multiple channels, consider expanding your advertising everywhere, in specialized written media, in search-corridor media--where customers turn first when they're ready to buy. Yellow Pages advertisers, for example, may benefit from expanding into online paid search, with emphasis on local search through engines such as Google and Overture. Link your ads to a terrific website, complete with in-depth information about your company and its services, and you'll give customers confidence in your ability to meet their needs. And don't overlook PR as a means to increasing your reputation in the community. You can sponsor events, write articles for publication, offer yourself as a speaker and participate in a range of networking opportunities that allow you to build positive word-of-mouth.

*Kim T. Gordon
Entrepreneur May, 2005

satisfacción del cliente. Para mejores resultados, identifique los beneficios únicos que usted otorga y hágalos el foco central de su mensaje de mercado.

2. Agregue valor haciendo paquetes de servicio.

Mientras que los vendedores de productos frecuentemente compiten únicamente basados en el precio, para muchos, el precio en el negocio de servicios es un signo de calidad. Entonces, si usted fija el precio de su producto o servicio por debajo del de su competencia, usted podría comunicar a los clientes que es de menos valía, en lugar de bajar su precio, ¿por qué no añadirle valor?. Enfóquese en lo que más desean sus clientes y encuentre una forma de hacer un paquete con esas características (o incluso algunos productos selectos). Esto incrementará el valor percibido de lo que usted ofrece y le dará un empujón a su compañía. Puede que además usted pueda incrementar sus precios con ofertas de mayor valor.

3. Promocionese con clientes existentes.

Para los vendedores de productos y servicios, la venta no termina con la compra: es el principio de una relación que continúa con la entrega y el soporte. Como resultado, los clientes satisfechos tienen el potencial de convertirse en compradores repetitivos. ¿Tiene un programa para promocionarse con su base de clientes?. Las buenas noticias son que venderle a clientes actuales tiene menor costo y da un rendimiento significativamente mayor que el de venderle a nuevos prospectos. Para construir las ventas utilice el mercadeo directo, incluyendo el correo electrónico y el correo directo, para ofrecer a su base de clientes, promociones especiales durante todo el año.

4. Gane mas referidos.

¿Confía en su público referido para llevar su negocio a su manera?. No es solamente llamar a sus prospectos referidos, también debe crear un grupo de herramientas de mercado para sus fuentes de referidos y utilizarlas con sus prospectos de clientes. Suponga que posee una compañía de cuidado de salud en casa, el dar trípticos y otros materiales a trabajadores hospitalarios que se los den a pacientes que requieran cuidados en casa después de haber estado en el hospital, le asegurará que toda su información irá a dar a sus prospectos más calificados.

5. Aumente su visibilidad.

Para alcanzar a clientes potenciales a través de canales múltiples, considere expandir su publicidad por todas partes, en medios escritos especializados, en cartelones, a donde los clientes voltean primero cuando están listos para comprar. En la sección amarilla por ejemplo, se puede beneficiar de la expansión de la búsqueda en línea (pagada), con énfasis en búsquedas locales a través de buscadores como Google y Overture. Conecte sus anuncios con un increíble sitio web, complételo con información profunda de su compañía y sus servicios, eso le dará a sus clientes confianza en su habilidad para satisfacer sus necesidades. Y no pase por alto las relaciones públicas (RP) como un medio de incrementar su reputación en la comunidad. Usted puede patrocinar eventos, escribir artículos para publicarlos, ofrecerse como orador y participar en un rango de oportunidades interconectadas que le permita construir una cadena positiva de boca en boca.

*Kim T. Gordon
Entrepreneur, Mayo del 2005



Deliveries in restaurants,
hotels and industrial dining rooms

I choose Mexican shrimp



They're juicy and firm with lots of flavor



INGENIERIA ALIMENTARIA MATATIPAC
M É X I C O

www.matatipac.net

Av. Industriales Nayaritas No. 27 Ciudad Industrial Nayarita
Tepic, Nayarit, México C.P. 63173 Tels. +52(311) 219-71-88 al 90