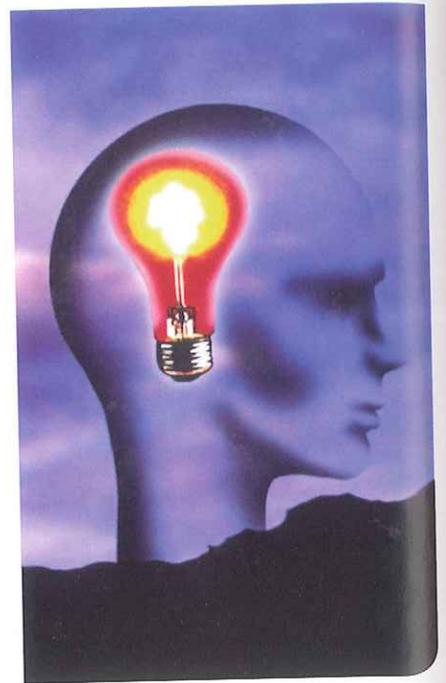


En tiempos difíciles...

Esfuerzo y creatividad

LUIS SIMOES
MANAGING DIRECTOR DE KANTAR WORLDPANEL IBERIA



Finalizó la incertidumbre. Seguimos en un entorno de crisis pero algunas de sus consecuencias están ya muy claras y con toda probabilidad serán duraderas: la población permanecerá estancada durante los próximos años, el envejecimiento generacional es patente, el paro tardará mucho en resolverse, se asienta una gran sensibilidad -si no educación- a la relación precio/valor y salimos menos a consumir fuera de casa. Como consecuencia, podemos proyectar unos años de bajo crecimiento estructural en volumen, mientras continúa la expansión de las marcas del distribuidor y, probablemente, de los canales *discount*.

Tiempos de planificación y creatividad

En realidad, entramos en tiempos de gran exigencia en los que los éxitos serán fruto de una planificación más precisa y de mayor creatividad. Tendremos que volver -o empezar- a focalizarnos en lo esencial y tendremos que tomar decisiones inteligentes y fundamentadas en hechos, coraje e imaginación. Ganar clientes y entrar en nuevos momentos de consumo son las dos dimensiones esenciales para hacer crecer una marca, independientemente

de su posición y su mercado y, como tales, deben ser centrales en toda estrategia expansiva. A largo plazo, ganar penetración implica, en la mayor parte de los casos, innovar y construir imagen diferenciadora: lanzar productos realmente novedosos, con un público objetivo específico o generar nuevos usos o nuevos momentos de consumo.

En este estadio se necesitan nuevos enfoques analíticos. Cuantificar y descubrir los motivos, hábitos y características de quienes no nos compran, ser más creativos usando dimensiones digitales, nutricionales o de conveniencia, construir un plan de medios que permita encontrar esos consumidores y centrar la inversión, tomar decisiones de ajuste rápidas una vez lanzado el nuevo producto, medir de forma precisa la contribución de cada elemento del mix para maximizar las decisiones de inversión... En definitiva, este entorno ciertamente más complejo exige estrategias claras e inteligentes acompañadas de tácticas ágiles. Una clara prima al capital humano en sus vertientes de creatividad y de esfuerzo.

© Luis Simoes

Es hora de las decisiones inteligentes y fundamentadas en hechos, coraje e imaginación.