

El marketing relacional Nuevas formas de captar y mantener a los clientes



Los tres participantes del coloquio: desde izda. Niklas Gustavsson, Conzumo.com, Marta Lozano, Volvo Car España, y Manuel Tchalian de SAS

Captar un cliente nuevo cuesta cinco veces más que conservar uno ya existente. Esto fue uno de los principales mensajes transmitidos en el seminario/coloquio sobre el marketing relacional, realizado por nuestra Cámara el pasado 15 de febrero en el auditorio de Ericsson España. Elena Mozo, directora de comunicación de la empresa y miembro de la junta directiva de la Cámara, nos dio la bienvenida.

Enrique Benayas, director general de la consultora ICEMD (Instituto de Marketing Directo y Comercio Electrónico), en su exposición, nos contó cómo la informática y el Internet están rompiendo todos los moldes cuando se trata de las relaciones con el cliente. Con ejemplos muy llamativos de empresas que han sabido adaptarse y triunfar en el mercado volátil y dinámico de hoy día nos presentó los conceptos básicos del marketing relacional.

Según Benayas existe un exceso de ruido de mercado. El nuevo consumidor es muy exigente; las famosas cuatro P ahora son un mero "commodity", hay que ofrecer mucho más.



Enrique Benayas cuenta con una gran experiencia en marketing, publicidad y nuevas tecnologías en grandes multinacionales

Internet significa la "hiperconexión". Para tener éxito no es suficiente pensar en el cliente, hay que pensar "como" el cliente y tratar de fidelizarlo desde el principio, incluso antes de la compra. Servicios de valor añadido representan una vía posible. Otros factores/armas pueden ser el marketing de valores, la integración de medios y el marketing colaborativo. Todos estos conceptos fueron muy bien explicados en la presentación de Enrique Benayas, la cual con todas sus ilustraciones puede ser descargada desde: www.icemd.com/documentos. Clave: CAMARAS.

En un posterior coloquio, Marta Lozano, de Volvo Car España, Niklas Gustavsson, de Conzumo.com y Manuel Tchalian de SAS expusieron las experiencias de sus respectivas empresas y por fin contestaron, junto con Enrique Benayas, a las preguntas del auditorio, completamente colmado en esta ocasión. ■

Texto: M.H.B.

Foto: Ingela Brandberg

Hasta pronto, Ole Johansson



El 18 de febrero se celebró la despedida de Ole Johansson, querido miembro de las juntas de las Cámaras Nórdicas, durante un cóctel bufé. Después de más de cinco años en Madrid va a seguir su trayecto profesional ocupando el cargo de director general de SAS en Japón, en la sede central de Tokio. Ole acepta este reto con mucho entusiasmo tras más de cuarenta años en SAS. Empezó su carrera internacional en Argentina en 1982 y la prosiguió en Suecia, Polonia, Alemania y España, para acabar ahora en el otro lado del globo, en el país antípoda de Argentina.

Como regalo de despedida recibió un diccionario español-japonés y un GPS para que siempre encuentre el camino de vuelta a Madrid. ■

Francisco Sañont (centro) y Fernando Borrachero de nuestra Cámara, se despidieron de su amigo Ole Johansson (izda.)