

## ***Vencer a la competencia es una prioridad***

Durante los próximos años, el mercado de la limpieza crecerá en algunos segmentos de nuevos mercados y en otros hasta ahora no cubiertos o poco cubiertos. En los mercados convencionales no habrá lugar para todos, solo sobrevivirán los mejores.

Hay quien se ha dirigido a **ITEL** preguntando, en nuestro departamento de marketing, como crecer en “mercados que no crecen” y luchar contra la competencia cada día más fuerte y más numerosa. No es este el camino, el camino es diferenciarse de los demás, la utilización a tope de las nuevas tecnologías y cubrir segmentos de mercado nuevos, que los hay.

Hay que derrotar a la competencia con imaginación, la reducción de precios es el camino que nos lleva al fracaso y es el que han adoptado algunas empresas. Hay que utilizar políticas de ventas rentables. Hay que evitar la infidelidad de los clientes a través de estrategias de fidelización. En un mercado con tanta movilidad de clientes como el de la limpieza, son escasas las empresas que disponen de estrategias de fidelización inteligentes.

En definitiva, hay que cambiar los esquemas mentales, tanto de los departamentos de producción como de los de comercialización, no con el objetivo de defenderse de los ataques de la competencia sino el de vencer a la competencia con soluciones inteligentes, sencillas y aplicables, y si es posible a partir de hoy.

El futuro está en manos de las empresas que afrontan las realidades y actúan con rapidez.



Valentí Casas  
Director Limpieza Inform