



Relanza 360, una firma que ayuda a incrementar la competitividad del comercio tradicional

Relanza360 es una empresa cuya vocación es servir de apoyo a un sector que necesita ayuda : el pequeño comercio tradicional. Trabaja, a pie de calle, junto a los comerciantes. Analiza todas las carencias, debilidades y fortalezas de los establecimientos que visita para ofrecer un Plan de Dinamización que les permita mejorar y destacar en el vasto universo de ofertas que copan el mercado. Es decir, realiza un estudio desde una perspectiva global, integral. Entre los objetivos que persigue esta firma, se encuentran los siguientes: atraer el mayor porcentaje de consumo al comercio tradicional, ayudar a reducir los costes del negocio, tener presencia en nuevos mercados digitales, destruir mitos que vinculan a los pequeños establecimientos con precios altos y evitar el alejamiento progresivo del consumidor de nuestros días. Su equipo de profesionales está compuesto por veteranos comerciantes que se han convertido en asesores, pero mantienen vivo el sentimiento de pertenencia al gremio y aspiran a situarse como “compañeros de viaje del establecimiento tradicional; aportando seguridad y confianza, formando parte de los cambios y del crecimiento de empresarios y autónomos”.

“Estamos ante un sector que está experimentando crecientes dificultades. El pequeño comercio se enfrenta al desarrollo progresivo y la implantación de nuevas formas de venta (Internet, outlet), así como el empeoramiento de las condiciones de competencia (desaparición de proveedores tradicionales

y falta de competitividad en precios) en el que se ve inmerso ante las grandes multinacionales que se han integrado en los procesos de producción y venta. El futuro de este tipo de comercio es complicado, incluso para los propios comerciantes las previsiones son muy pesimistas. De todas formas, existen posibilidades

de supervivencia, reforzando este comercio con nuevas estructuras. Esta renovación y modernización debe servir, a su vez, para el mantenimiento de la vida en las calles y plazas del municipio”. Esta reflexión corresponde a Ramiro Salgado, el directivo responsable de la empresa Relanza360. Una firma que cuenta con un equipo de profesionales que ofrece soluciones innovadoras para mejorar procesos comerciales, estructura organizativa, tecnológica y de comunicación de los comercios. Relanza360 pone a disposición del pequeño comercio de proximidad y las micropymes de diversos sectores un Plan de Dinamización que incluye una serie de acciones para reactivar los negocios en función de las debilidades que tengan cada uno de ellos. Dichas líneas de actuación comprenden el Servicio y Atención al Cliente, Instalaciones y Equipos, Tecnología y Formación, Asesoría Financiera, Imagen, Redes y Comunicación, Marketing y Ventas. De este modo,



Foto by Twenty 20.



Ana Castañeda, gerente de ASEARCO y Ramiro Salgado, responsable de Relanza360, tras la firma del convenio entre ambas entidades.

Relanza360 trabaja, en primer lugar, visitando de forma gratuita a todos aquellos comercios que soliciten información sobre su programa de actuación. Tras analizar diversos aspectos de la gestión del negocio y a partir de los datos recogidos, Relanza pone a disposición del responsable del establecimiento un informe con una propuesta que indicaría las áreas que podrían mejorarse. Todo ello de forma gratuita y

sin compromiso por parte del establecimiento visitado. Si el empresario toma la decisión de poner en marcha las mejoras aconsejadas y llega a un acuerdo con Relanza360, puede contratar sus servicios. Los asociados de ASEARCO cuentan, en este sentido, con un 50% de descuento con respecto a sus precios de mercado. “Antes de que una empresa comience su declive es necesario ‘relanzarla’: a veces hay que

adaptarse a las nuevas tecnologías, en otras ocasiones, es necesario renovar la imagen corporativa, adaptando la empresa a los tiempos, a veces solamente hay que hacer pequeños ajustes y, en otros casos, se necesitan grandes cambios. Nuestro trabajo consiste en localizar áreas de mejora, definir soluciones a corto y medio plazo, para renovar las empresas en el menor tiempo posible buscando siempre aumentar



el nivel de profesionalización y competitividad, procurando alargar la vida de los negocios”, indica Salgado.

Objetivo: alargar la vida de los negocios

El Plan de Dinamización que ofrece Relanza360 se marca diversos objetivos. Entre los

más destacados, atraer el mayor porcentaje de consumo al comercio tradicional, potenciar la implantación de tecnología para lograr un negocio más competitivo, modificar la imagen o la creencia de que el pequeño comercio ofrece precios altos y evitar el alejamiento progresivo del consumidor moderno. También pretende ayudar a reducir los costes de los negocios

como vía para aumentar la competitividad y lograr destacar en el mercado encontrando el elemento diferencial, la forma de distanciarse de la competencia para alcanzar a una demanda cada vez más exigente y segmentada.

Los ‘obstáculos’ del comercio de proximidad

Relanza360 nació en 2009, a partir de la iniciativa de Ramiro Salgado, para colaborar como Director Comercial Externo con pymes que empezaban a sufrir los embistes de la crisis, con importantes bajadas en la facturación. El equipo de profesionales que trabaja en la empresa está compuesto por antiguos comerciantes (hoy, siguen considerándose del gremio), lo que en palabras de Salgado “nos da un conocimiento profundo de los problemas que afronta el comercio y de las necesidades de sus empresarios”, Avala su trabajo una trayectoria de 40 años en ventas, a las que suman su experiencia en el uso de las nuevas tecnologías informáticas y de los medios de comunicación.





Desde su perspectiva y en general, “los comerciantes se quejan de falta de información, de asesoramiento y de exceso de pagos, además, se encuentran solos y necesitan ayuda”. Por otro lado, considera que muchos comercios se han quedado estancados y no evolucionan de la forma adecuada. Un ejemplo de ello, en su opinión, es la escasa presencia online que tienen y que se debe a que “es percibido como

Relanza360 pone a disposición del pequeño comercio una serie de acciones que pretenden reactivar los negocios intentando subsanar las deficiencias que tengan. Entre ellas, intenta ayudar en el ámbito del Servicio y Atención al Cliente, de la Tecnología y Formación, del Asesoramiento Financiero, de Marketing y Ventas así como en materia de Instalación y Equipos.

algo complejo, que exige tiempo y esfuerzo y les resulta poco eficiente en términos de llevar clientes a la tienda”. Sin embargo, Salgado considera que aunque esta opinión, frecuente entre los comerciantes, es cierta a corto plazo, “la presencia activa en redes sociales consigue la identificación del cliente con el comercio y su fidelización. A fuerza de insistir y “hacerse querer”, el comercio que opera en Internet construye una comunidad de clientes y de público interesado que, a largo plazo, supone un incremento en las ventas. Primero se construye la reputación, después, los ingresos”. Salgado piensa que, por otro lado, hay que romper mitos de los clientes, puesto que sigue existiendo una “percepción pública de que los locales venden a precios altos y no realizan ofertas. Como decimos, es una percepción y, por tanto, es fácil de cambiar lanzando campañas institucionales y desmontando tópicos. También es imprescindible que los comercios aprendan a usar las mismas armas que los “grandes”, es decir, deben utilizar ofertas frecuentes, precios especiales de un producto determinado que atraiga las compras de otros a precios normales, sorteos y juegos promocionales,

Datos de contacto

RELANZA360

Vía Complutense, 27

Alcalá de Henares

Teléfono: 696 47 01 88

Correos: info@relanza360.com

rsalgado@relanza360.com

www.relanza360.com

tarjetas de fidelización, etc”.

Las fortalezas del pequeño establecimiento

El responsable de Relanza360, sin embargo, cree que los pequeños comercios, los establecimientos de toda la vida, cuentan con su espacio en el mercado. Entre sus fortalezas, cuenta con la “cercanía con el cliente, de tal modo, que se puede hacer del “problema”, entre comillas, de ser pequeños, una gran virtud”. Además, explica, “la diferenciación es un arma muy poderosa. Cada empresa ha de contar su valor competitivo y explotarlo”, explica. En su opinión, las claves para que el comercio tradicional emerja del maremágnum de ofertas que existe en la actualidad son tantas como comercios existen, pero se puede decir que las soluciones habituales se encuentran en: la atención al cliente, ofrecer una imagen actualizada, el uso de las nuevas tecnologías y, fundamentalmente, la capacidad de aprendizaje y actualización del empresario.

Áreas de trabajo del Plan de Dinamización

En el ámbito de la imagen corporativa, los especialistas



de Relanza360 trabajan para ayudar a que el comerciante encuentre una imagen corporativa diferenciadora, impactante e innovadora. Esto incluye, por ejemplo, crear o mejorar logotipos, colores, diseños en papelería e imagen exterior / interior del establecimiento. Por su parte, en el ámbito de la situación financiera, la ayuda que puede ofrecer Relanza360 es asesoramiento para ayudar a los comercios a realizar una planificación financiera que les permita estar cubiertos siempre y en los diferentes horizontes temporales. En este sentido, hay que analizar cuáles son sus puntos débiles y cuáles son los aspectos en los que ya está trabajando. Uno de los puntos principales que trabaja Relanza360 junto a los comercios es el ámbito comercial. En este sentido, por ejemplo, junto a los comerciantes intercambian ideas, analizan su situación y preparan un plan de empresa y/o un plan de marketing. El objetivo es utilizar correctamente la comunicación con los clientes, dominar la atención al público así como los secretos o las claves para realizar una buena venta. En este sentido, Relanza360 también cuenta con una línea de actividad que consiste en el Entrenamiento

y la Formación a Vendedores. Por otro lado, la empresa propone a los pequeños comercios la implantación de un sistema de gestión empresarial (ERP – Planificación de Recursos Empresariales) de última generación que sirve para agilizar la gestión del negocio, permite conocer los resultados históricos por producto y cliente de modo que se pueda planificar un futuro más rentable.

Del barrio al mundo entero

“No es suficiente con tener un buen producto, buena imagen y precios competitivos, hay que

decírselo al mundo. No solo al entorno del barrio, al mundo. En nuestros días, los dispositivos móviles y las redes sociales son canales estupendos para relanzar un negocio. Una web es un elemento imprescindible para cualquier negocio moderno, que permitirá una mejor relación con un público más amplio”, explica Ramiro Salgado. Información de la empresa en redes como Facebook, Twitter o Instagram permitirán una relación directamente con los clientes más jóvenes y ofrecer una imagen más moderna y cercana de la compañía. Relanza360 cuenta con todo tipo de clientes, especialmente, pymes de todos los sectores, pero dispone de una línea especializada en comercios y micropymes. De hecho, la razón de la existencia de Relanza360 consiste en “servir de ayuda para un sector muy necesitado de profesionalización y formación. Y el horizonte empresarial hacia el que pone rumbo Relanza 360 está claramente definido: “queremos transformarnos en un compañero de viaje que aporte seguridad y confianza y que forme parte de los cambios y el crecimiento de emprendedores y comerciantes”.

