

Si quieres un negocio, que sea original.

¿Por qué ser uno más cuando puedes ser diferente? Si quieres montar un negocio no tienes por qué seguir la norma. Los sectores cambian y las actividades, también. Para escapar de lo establecido y diferenciarse en el mercado al frente de una actividad propia no siempre se necesita encontrar un negocio brillante y único, a veces basta con saber sacar partido a las oportunidades ya existentes en el mercado, diversificarlas, renovarlas, darles un enfoque distinto o, especializarse en un producto o servicio concreto. Aquí tienes algunas ideas innovadoras que aplicadas al ámbito empresarial pueden hacer resurgir una actividad puramente tradicional, convirtiéndola en un negocio innovador.

1. Modificar el enfoque de un negocio.

Hacer de un negocio tradicional con un producto necesario pero poco atractivo una oferta mucho más próxima al consumidor, más vendible.

2. Buscar un nuevo "look".

Darle un cambio de "look" adecuado. Esta es una de las formas más sencillas de ser originales.

3. Sectores emergentes.

La originalidad también está en aprovechar el tirón de un nuevo sector o en lanzar un negocio bajo el auspicio de nuevos yacimientos de empleo.

4. Nuevo marketing para atraer clientela.

Variar el formato, se amplía la línea de negocio y se incorpora un nuevo segmento de mercado.

5. Nuevas tendencias.

Buscar un producto que no se venda en el mercado español y que en el exterior ya esté probado, tenga aceptación.

6. Nuevos formatos.

Aquí se incluyen los negocios de siempre con una imagen renovada por dentro y por fuera. Es decir, más atrayente para la vista del consumidor.

7. Nueva forma de comercializar.

En lugar de especializarse en un producto determinado, también se puede enfocar un negocio a un público especializado. Convertir tiendas en puntos específicos de venta para un público concreto y definido.

8. Redefinir el canal de venta.

Hay productos muy específicos que se comercializan de una forma muy directa con el cliente.

9. Nichos de mercado por explotar.

Apartarse de un mercado maduro para centrarse en un nicho más especializado. Esta es una opción muy provechosa para destacar en un negocio y dentro de una actividad en auge.

Fte.: Franquicias y Negocios, nº 22. Noviembre-Diciembre 2003.