

RSE y la preferencia

Por Fernando Solari*



La RSE [Responsabilidad Social Empresaria] tiene que ver con la posibilidad de poner en contacto a toda la empresa con su comunidad de forma tal que el mayor conocimiento entre ambas, la oportunidad de interacción integral, les permita ser elegidos por preferencia mutua.

Todas las relaciones son el resultado de una elección que tiene que transitar por diferentes etapas; necesitamos que nos conozcan para tener chances de ser elegidos.

El conocimiento es la etapa inevitable de la que depende que podamos superar las siguientes; si no se conoce nuestra existencia nuestras chances serán nulas.

Es necesario que se sepa que existimos, en donde estamos, qué hacemos y cuáles son nuestras características para que podamos ser tenidos en cuenta; incluso para que puedan ignorarnos, porque finalmente descartar una alternativa es una elección para la cual también hace falta el conocimiento.

Estar enterados de nuestra existencia, estar informados sobre quiénes somos y que hacemos es la primera condición que nos permitirá ser tenidos en cuenta o dejados de lado. Primer filtro que tenemos que superar.

La comunicación es vital para superar esta instancia. No podemos mantenernos encerrados en una empresa sin identificación, ninguna categoría de negocio puede ser llevada a cabo desde la clandestinidad por lo que la difusión tiene que ser la máxima que seamos capaces de alcanzar con tanta claridad como nuestras posibilidades y destreza comunicativa nos permita obtener.

Si nos conocen podemos aspirar a la chance de que nos prueben, que nos permitan demostrar lo que hacemos, lo que somos capaces de generar en el otro; es la etapa en la que necesitamos tener una promesa tentadora y superar las expectativas que generamos con los resultados que ofrecen nuestros productos o servicios.

Tenemos que ser capaces de seducir, de persuadir, de convocar y de hacernos ineludibles, si tenemos éxito tendremos oportunidad de conseguir clientes y de intercambiar el dinero necesario para contar con el margen que nos permita beneficios superiores a los requerimientos de inversión para mantener nuestra promesa como tentadora y la capacidad de satisfacción sobresaliente.

La comunidad es el terreno



Cuanto más exitosos seamos en este recorrido más rápido nos quedaremos sin diferencias sostenibles porque todo lo que triunfa es imitado y, en el mundo moderno, las imitaciones incluyen el robo descarado de las innovaciones tanto como la copia con capacidad de superación y mejora.

Para superar esta etapa tenemos que salir del mercado y trabajar en un terreno superior generando un vínculo de valor con la comunidad para encontrar razones superadoras, condiciones inimitables, cualidades que no pueda ser robadas que nos brinden razones para seguir siendo elegidos frente a nuestra competencia, para seguir creciendo.

La comunidad evoluciona y nuestra empresa debe generar un vínculo de valor para estar a su altura.

En esta instancia superior es donde se pone en juego la fidelidad y la aceptación superadora de nuestro producto o servicio incluyendo la potencia que tenemos como empresa; este es el espacio en donde tenemos la chance de conseguir que nos elijan porque nos prefieren, vínculo que solo se puede construir como resultado de una participación activa en la que ambas partes empatizan a través de acciones comprometidas con la comunidad compartida.

*fernando@solariScope.com