

Hoy toca hablar de crecer...

Mucho hemos hablado, en editoriales anteriores, de nuevas tecnologías, de internacionalización, de previsiones económicas y, en fin, de toda una serie de cuestiones que afectan al devenir de la empresa y que hemos querido resaltar.

Pensando en la Editorial de este número, y pensando en tocar algún tema que sea importante para nuestros clientes, se me ha ocurrido mirar hacia adentro, en el sentido de lo que es importante para nuestros despachos profesionales y que merezca la pena explicitar. Así, se me ha venido a la mente lo importante que es crecer. Como me aconseja siempre un amigo mío, **«si un día pierdes las posibilidades de crecer es que algo estás haciendo mal. Puede que haya llegado el momento de vender o incluso de cerrar con dignidad (si puedes), antes de que sea demasiado tarde...»**.

Como Presidente de ADADE/E-CONSULTING, esta es mi penúltima Editorial, por lo que vamos a dejar el análisis de lo conseguido y no conseguido durante mi presidencia para la última, en la que además presentaré al nuevo Presidente. Sin embargo, si quiero dejar claro aquí, que hemos crecido: en volumen de facturación, en empleados, en nuevos despachos, etc.

Otra cuestión es que yo considere que no haya más que hacer en esta materia. Muy al contrario, pienso que en este apartado debemos hacer un esfuerzo importante en áreas como el Marketing y Comunicación, en potenciar la comunicación interna, en reestructurar la oferta de servicios (y por ende de precios), en formación consultiva de nuestros profesionales, etc., etc.

Para crecer no sólo hay que diseñar estrategias para captar nuevos clientes y crecer con los que ya tenemos, que también. Hay que evaluar, además, posibilidades de compra de carteras de clientes, integración con otros competidores, externalizar servicios para centrarnos en nuestro core business (y también ofrecer marca blanca a otros competidores en aquellos temas de nuestro core business), integrarse en redes con marca reconocida, para aprovechar sinergias y know-how, etc.

Con ello conseguiremos un doble objetivo: por un lado salir de nuestra zona de confort, emprendiendo

una serie de acciones que nos darán éxitos y fracasos, es decir nuevas experiencias y, por otro lado, aprovechar esta experiencia en carnes propias, en beneficio del asesoramiento a nuestros clientes.

Ya sé que ADADE/E-CONSULTING es una marca de reconocido prestigio. Ya sé que estamos en el Ranking de las mejores asesorías en Servicios Avanzados a Empresas (SAE), que nuestros clientes confían en nuestra profesionalidad y honestidad, y que hemos avanzado considerablemente en recursos técnicos y humanos. Pero no estoy hablando de esto. Estoy refiriéndome a CRECER...

Aun habiendo crecido también en volumen de facturación, lo hemos hecho por el sistema tradicional, sin explorar estas nuevas posibilidades, a las que me refería antes, y sin salir de nuestra zona de confort.

Pudiera parecer que en esta Editorial estoy haciendo autocrítica, la típica de un Presidente que va a dejar de serlo y se ha pasado al «reverso tenebroso»... Nada más lejos de la realidad. Ya hemos empezado a caminar por esta senda, que considero absolutamente necesaria, y que continuará más allá de los que actualmente llevamos el timón.

En realidad, y ahora ya dirigiéndome a nuestros más de 15.000 clientes, lo que quiero transmitirles es que están en buenas manos, que mal asesor es aquel que no se plantea estas cuestiones en su propio negocio, que nuestra experiencia (como siempre ha sido) va a redundar en su beneficio, y que les animamos a meditar sobre este tema y a consultarnos sobre ello. Les asesoraremos, no sólo con los que dicen los libros y aprendemos en los Masters, sino también con lo aprendido con nuestra propia experiencia y la de todos nuestros compañeros de la Red ADADE/E-CONSULTING.



RAMÓN Mª CALDUCH FARNÓS
Presidente Grupo ADADE