

cuartopiso



TAMARA BARREIRO: EL AUJE DEL MARKETING DIGITAL EN LAS NUEVAS EMPRESAS

Sonia Regueiro Lemos

El marketing digital se define como un conjunto de estrategias destinadas a la comunicación y comercialización de productos y servicios vía electrónica, o lo que es lo mismo, se configura como una de las principales formas que tienen las empresas para comunicarse con el público de manera directa, personalizada y en cualquier momento. A estas alturas, el marketing digital se ha convertido en una estrategia imprescindible para un negocio o para el conocimiento de una marca, tanto es así que si echamos un vistazo en Internet raro es que una marca no tenga su página web,

o en su caso, que tenga una importante presencia en las redes sociales o cuente con una estrategia de publicidad digital.

Tamara, como emprendedora, con su formación y su experiencia previa, decidió crear su empresa de marketing: «Agencia Cuarto Piso». Vio una oportunidad perfecta y decidió arriesgarse y empezar con esta nueva aventura; de momento sólo lleva un año en el sector, pero vistos sus resultados no nos cabe ninguna duda de que ha entrado para quedarse.

LA ENTREVISTA

Buenas tardes, gracias por permitirnos realizar esta entrevista. En primer lugar, cuéntame un poco qué fue lo que te inspiró para crear esta empresa.

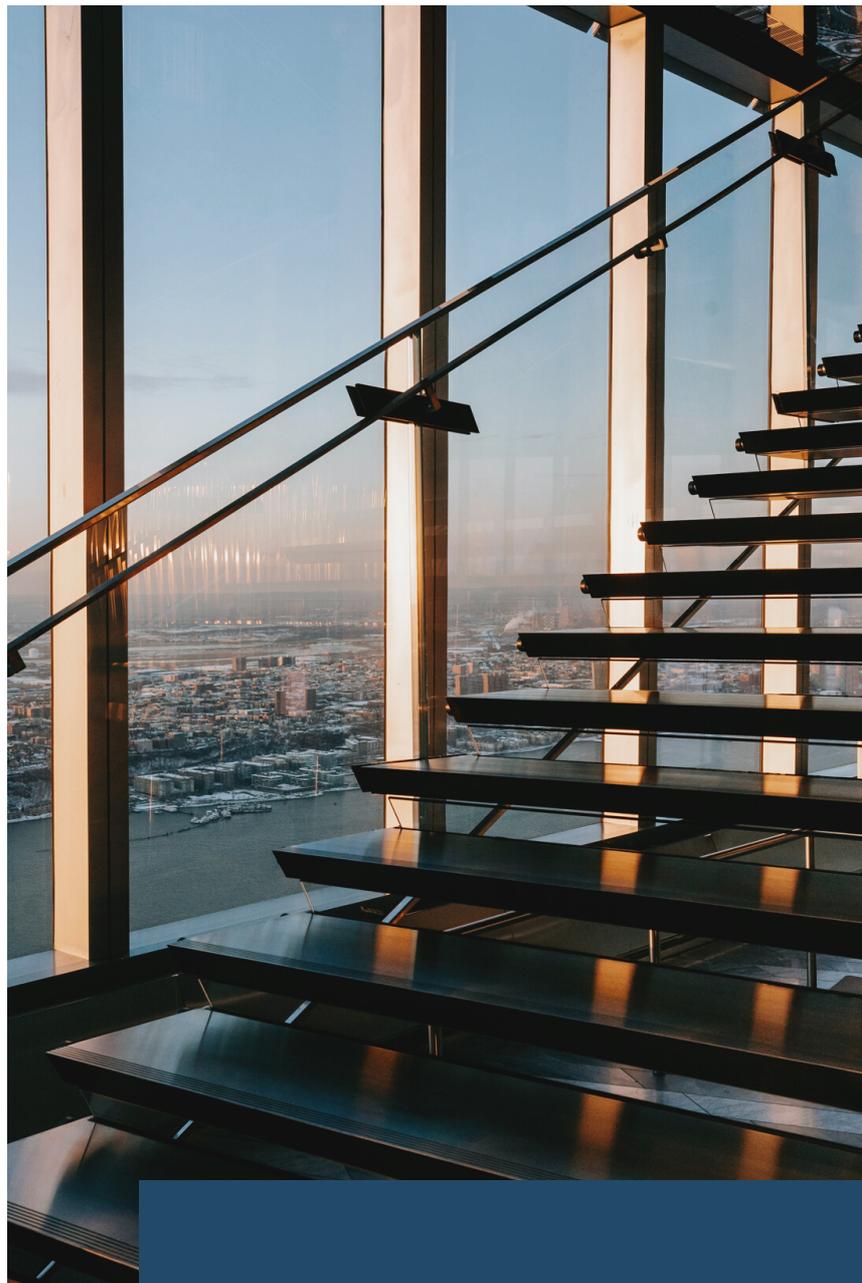
Gracias a vosotros por contar conmigo para hacer esta entrevista. A decir verdad, tanto yo como mi socio siempre tuvimos en la cabeza la idea de crear un negocio propio, y qué mejor que empezar con algo para lo que nos hemos formado y en el que además tenemos experiencia previa.

El hecho de haber trabajado en otras agencias de marketing nos ayudó a dar el paso para crear un negocio, en el que pudiésemos organizar el trabajo, llevarlo a nuestro gusto y en base a nuestros principios. Trabajar para otras empresas considero que nos ayudó a darnos cuenta de qué es lo que buscamos a la hora de ofrecer un servicio; conoces a muchas personas que, a pesar de su profesionalidad en el sector puede que trabajen de un modo que no se acopla a lo que tú quieres o a lo que te gustaría ofrecerle al cliente.

Además, por mi parte, durante 16 años llevo en el sector comercial de distintas empresas en las cuales me forme en varias ramas, esto me dio permitiéndome formar a nuevas incorporaciones para el departamento de ventas y ser la encargada de varios equipos. No obstante, nunca estuve del todo a gusto ya que la forma de trabajar no casaba con la mía, o cual me generaba frustración. Conocía el sueño de mi socio y después de mi último trabajo, decidimos sentarnos y estudiar la posibilidad de crear nuestro proyecto, teníamos todas las herramientas necesarias y cada uno podía hacer lo que más le gustaba, llevaría el departamento que le correspondiese y siempre se tomarían las decisiones conjuntamente.

Como dijimos al inicio de la entrevista, hoy en día es muy difícil encontrar una empresa que no esté digitalizada o cuente con una importante presencia en las redes sociales, además el mundo digital está en continua actualización por lo que, ¿Cómo hacéis para estar al corriente de las novedades digitales y de las nuevas tendencias?

Creo que toda necesidad hay que suplirla de alguna



manera y que para posicionarse como una empresa pionera en este sector siempre tienes que estar en un continuo aprendizaje, por ello siempre que tengo la oportunidad acudo, junto a mi socio, a cursos o a talleres que nos ayuden a estar al día. Asimismo, el propio trabajo ya te obliga a estar estudiando e investigando sobre las nuevas tendencias; el hecho de que estés continuamente trabajando en Internet o en las redes sociales hace que, aunque no quieras acabes conociendo un poco más cómo funciona el mundo de la tecnología.

LA ENTREVISTA

¿Cuáles son las cualidades que debe tener una persona para crear su negocio? ¿Y para dedicarse al marketing?

Lo primero de todo creo que es imprescindible trabajar de lo que te gusta, muchas veces nos olvidamos de que hay que intentar buscar una profesión con la que verdaderamente disfrutes ejerciéndola. Si nos centramos en el marketing digital tiene que gustarte este sector, como dijimos, el mundo de cada vez se está volviendo más tecnológico por lo que tienes que ser rápido y estar al corriente de lo último. Sin embargo, si hablamos del marketing en general tanto si es digital o no, el hecho de estar en el ámbito de las comunicaciones es esencial primero que te guste el contacto con las personas y, además, una de las cualidades que considero que es imprescindible, y que desde la empresa intentamos transmitir a los clientes, es la empatía.

Saber ponerte en el lugar de la otra persona, entender cuáles son sus necesidades de negocio o tomar el proyecto que te han encargado como propio, para nosotros es esencial, siempre decimos lo mismo, pero a pesar de ser empresarios también seguimos siendo clientes, nunca dejamos de serlo por lo que nos gusta atender a una persona de la misma manera en la que nos gustaría que nos ofreciesen a nosotros ese mismo servicio.

Al final todo consiste en crear relaciones, revalorizar el factor humano; si no tenemos esa relación o esa confianza como base todo lo demás es imposible que llegue. Sabemos que somos una empresa de marketing un poco fuera de lo común, antes de hacer cualquier servicio o de iniciar una estrategia nos ponemos en la piel del cliente, lo conocemos y a partir de ahí surge la magia, empezamos el trabajo y lo damos a conocer de la misma forma en la que nos gustaría que dieran a conocer nuestra marca.

¿En qué creéis que os diferencia de otras empresas?

Intentamos evitar ser el prototipo de empresa que sólo quiere facturar. Evidentemente todas las empresas quieren y necesitan obtener beneficios, pero siempre

hay maneras más inteligentes y humanas para conseguirlos, si te interesas única y exclusivamente en la producción sin atender a las necesidades del cliente o haciendo un previo estudio del mercado por pequeño que sea el proyecto, la obtención de beneficios o de unos buenos resultados muchas veces se vuelve una tarea complicada.

Cuando me preguntan siempre me gusta poner el mismo ejemplo: «no somos una carnicería». Muchos clientes llegan a decir que es tirar piedras contra nosotros mismos, pero cuando llegan a la agencia y nos cuentan que es lo que buscan, si consideramos que el proyecto que nos presentan no está bien orientado, va acelerado (es decir, aun requiere de unas fases previas) o que la idea que tienen de cómo alcanzar sus objetivos no va a funcionar siempre se lo vamos a decir, seremos honestos, aunque eso nos reduzca o anule nuestras ganancias. No solo lo hacemos por ética personal y profesional, sino porque resultaría tremendamente contraproducente, es tu trabajo el que habla por ti y, si de antemano sabes que algo no va a funcionar e igualmente sigues con el proyecto, ¿qué dice de ti y de la agencia del trabajo realizado? Siendo honestos nos aseguramos en crear una relación de confianza con los clientes, lo que a largo plazo se traduce en beneficios.

Todo el mundo puede vender cualquier producto, hoy en día es muy difícil encontrar algo que no esté en el mercado por lo que hay que buscar la manera de venderlo de una forma que nos diferencie del resto. Puede parecer un poco frase de carpeta, pero en la realidad muchos de nuestros clientes han llegado a decirnos que gracias a la transparencia y honestidad que intentamos transmitir desde la empresa, han incluido a Agencia Cuarto Piso en su equipo de trabajo, llevando toda el área de marketing y de contabilidad. Ser honestos y transparentes, tanto si nos viene bien como no, para las empresas debe ser un valor esencial y que sin embargo nos hemos damos cuenta de que no prevalece ni en este sector ni en el mercado en general.

Después de estar trabajando en el sector del marketing durante este año, ¿cuál es la mayor dificultad a la que tenéis que enfrentaros por el hecho de trabajar con la informática y en el mundo digital?

LA ENTREVISTA

Nos movemos en un sector que no es tangible. A los clientes tenemos que darle unos resultados que no están materializados y que, por ello, muchos todavía se sienten desconfiados e incluso inseguros a la hora de tomar la decisión de si apostar o no por la tecnología o las redes sociales. Para mí es un reto explicarle al cliente lo que ha conseguido, cuáles han sido sus resultados o lo que se prevé conseguir con el proyecto en el que estamos trabajando, al final toda esta información se basa en datos intangibles que no están materializados, y que en muchas ocasiones los resultados no se visualizan hasta que no transcurren unos meses desde el inicio de la campaña.

De todos modos, creo que toda esta desconfianza e inseguridad radica en el desconocimiento y en la desinformación del mundo digital, la tecnología ha entrado en nuestras vidas y en la sociedad como un tsunami, arrasando todo y no nos ha dado mucho tiempo para acoplarnos a ella.

A lo mejor es un poco pronto para hacer esta pregunta, pero ¿cómo os veis de aquí a cinco años? ¿tenéis pensado algún proyecto que sea especial o que sea vuestro objetivo máximo?

Respondiendo a la pregunta de cómo nos vemos de aquí a cinco años, lo primero que se me pasa por la cabeza y que para nosotros es fundamental es seguir manteniendo nuestra esencia y seguir ofreciendo ese trato personalizado a nuestros clientes. También nos gustaría ampliar la agencia, no tanto con el objeto de llegar a ser una multinacional, pero si tener a otras personas que trabajen con nosotros y que lleguemos a formar un gran equipo. Ahora mismo tenemos a una chica becada, Inés, y a la larga nos gustaría seguir formando y trabajando junto a nuevos profesionales que sientan la misma pasión que nosotros sentimos por el mundo de la comunicación.

Además, también nos gustaría tener nuestra pequeña oficina. Somos una empresa que nació en un cuarto piso de un edificio del centro de Vigo, pero conforme pasan los meses, vamos adquiriendo más clientes y la casa se hace pequeña. Nos gustaría tener un espacio más amplio, en el que podamos trabajar más cómodos y en

el que podamos recibir a nuestros clientes, pero, sobre todo, con el que podamos separar el espacio laboral del personal que en muchas ocasiones se hace complicado.

Respecto a si tenemos un proyecto especial, en realidad ni lo hemos pensado, todo lo que suponga un reto mental ya supone un proyecto importante, por pequeño que le pueda parecer a otros. Como ya dijimos, todos estamos aquí para conseguir beneficios y enriquecernos, pero en realidad todos los proyectos que se nos han ido presentando me han parecido interesantes y siempre han tenido un pequeño toque que los hacía especiales, hemos tenido clientes muy variados que nos han pedido desde una página web o gestionar sus redes sociales o blog, hasta crear toda una identidad de marca, desde su logotipo o *packaging* hasta otorgar personalidad propia a la marca. Lo bueno de este sector es que siempre haces cosas diferentes por lo que la estimulación mental es constante.

Los emprendedores como vosotros sois uno de los pilares fundamentales en nuestra economía, ¿creéis que se facilita el emprendimiento mediante ayudas, subvenciones o asesoramiento suficiente? ¿En vuestro caso os habéis podido facilitar de alguna ayuda o subvención?

Si nos ceñimos a la teoría deberíamos responderte que sí, ¿quién no conoce de alguna ayuda, ya sea a nivel autonómico, nacional o europeo? Sin embargo, en la práctica ya es otra cosa muy distinta, como hemos hablado antes, llevamos un año en activo y todavía seguimos esperando por una ayuda que solicitamos nada más empezar con el proyecto, y que, en realidad, mucho tememos de que no va a llegar en ningún momento.

¿En vuestra opinión cambiaríais los procesos que existen para crear una empresa, o de lo contrario creéis que son eficientes?

El proceso en sí es simple, lo que nos parece abusiva es la cuota que una persona debe pagar por tener un negocio. Entendemos que todos tenemos que aportar, pero no consideramos que sea equitativo ni justo para algunas personas. En nuestro caso, los gastos mensuales que la Agencia tiene que soportar son mínimos en comparación

LA ENTREVISTA

con cualquier otro negocio, al final necesitamos un ordenador, conocimientos, ideas y tiempo. No obstante, hay empresas que tienen que hacer verdaderas maravillas, muchos números y superar situaciones que generan mucha frustración como empresario, que al final lo único que consigue es que lo que empezó siendo un sueño y un proyecto, se acabe convirtiendo en una verdadera pesadilla.

¿Qué le diríais a una persona que está planteándose la posibilidad de hacerse autónomo y crear su propia empresa?

Lo primero de todo, y siendo completamente honestos, no es un camino fácil, al final desde el primer minuto que decides crear un negocio y ser tu propio empresario todas las responsabilidades se incrementan por el doble o el triple, además siempre hay que estudiar la posibilidad de que las cosas en algún momento se tuerzan y no vayan bien. Nosotros tenemos mucha suerte de poder decir que en este año hemos conseguido recuperar toda nuestra inversión, lo hemos trabajado para conseguirlo, pero el riesgo de que eso no pasara siempre ha estado ahí y siempre lo hemos debido tener en cuenta.

Al final es como en la vida en general, si tienes un sueño hay que arriesgarse y no hay que tener miedo al fracaso. En el momento en el que tienes una idea en mente es mejor que pruebes y que no te quedes con la duda de qué habría pasado si lo hubieras intentado, en realidad nada te asegura que vaya a salir bien pero tampoco nada te dice que vayas a fracasar, por lo tanto, nosotros animamos a todos aquellos que tengan un sueño que luchen por conseguirlo.

No te conformes, trabaja, esfuérzate, persiste, cree, sueña y levántate. Lo que marca la diferencia entre unos y otros es la motivación.

