

“Trabajamos con nuestros clientes, no solo para ellos”

Grupo Allegrus: la consultoría a medida en los tiempos difíciles



Mar Marcos, directora general del Grupo Allegrus

Arrancar un proyecto en tiempos de crisis y hacerlo con una marca, “Allegrus”, escindida quizás del término con el que los italianos se refieren a la alegría, concede doble bizarría al intento. Si además responde a una consultora especializada en el desarrollo de negocio y en el marketing con foco, principalmente, en el siempre complicado mercado TIC, la cruzada parece tornarse titánica. Nada más lejos de la realidad cuando el principal valor se nutre de más de 15 años de experiencia en este sector. “Somos capaces de ofrecer, tanto a multinacionales como a empresas españolas grandes y medianas, proyectos a medida de lo que necesitan”, explica Mar Marcos, directora general del Grupo Allegrus.

Marilés de Pedro

Desarrollo de negocio

El área de desarrollo de negocio alcanza tanto la posible mejora de las capacidades internas de una empresa (recursos humanos, operaciones, ventas, marketing, etc.) como la posibilidad de expansión, lo que se vincula, por ejemplo, con aquellas acciones dirigidas a la apertura de nuevas líneas de negocio. “Ayudamos a que una empresa abra su capacidad de negocio, lo que incluye un estudio de mercado, la definición de una estrategia concreta y labores de consultoría”, relata. No se olvida, por supuesto, el componente de marketing.

Marcos recuerda que lo más importante es ponerse en el lugar del cliente. “Si no se entiende su estrategia, partiendo lógicamente del objetivo que se persigue, no es posible desarrollar el negocio”. La labor implica asesorarle acerca de las decisiones que debe adoptar. “Incluso podemos seleccionar nuevo personal si el objetivo o el foco buscado así lo requiere”, señala. Su cobertura alcanza el entorno de las multinacionales, empresas que siguen las directrices que marcan sus cuarteles centrales. Mar Marcos no se achanta. “Hablamos su mismo idioma: sabemos

El outsourcing en los tiempos de crisis

Uno de los servicios que aparece en la oferta del Grupo Allegrus es el *outsourcing*. Una opción que cobra una mayor dimensión en tiempos de crisis ya que permite “ofrecer variabilidad en los costes, subcontratando servicios externos”. Es posible,

para una empresa que quiere lanzar una línea de negocio en España y tiene dudas de su posible rentabilidad, “realizar una prueba, con recursos externos, antes de lanzarse a una inversión mayor”. El servicio también alcanza a empresas

que ya operan en España o a aquellas multinacionales que quieren probar suerte en nuestro país sin incurrir en los gastos que implica la apertura de una oficina, así mismo permite contratar y ampliar fuerzas de ventas externas.

cómo funcionan sus áreas de marketing y sus divisiones de negocio, porque las hemos conocido desde dentro y desde fuera”. Y no sólo empresas foráneas: su radio de acción alcanza tanto a empresas españolas como aquellas compañías extranjeras que quieren comercializar sus productos en España.

En el lado del marketing el grupo cumple con los parámetros tradicionales relacionados con el precio, los productos, la publicidad y promociones, y el modelo de comercialización. En temas de precio, por ejemplo, y aunque en el caso de las multinacionales éstos aparecen estrictamente definidos, siempre cabe un análisis más pormenorizado.

“Es posible analizar las ventas y determinar las razones de por qué un producto está bien o mal posicionado”. El estudio de la competencia se torna también obligatorio. “En el mercado de *retail*, donde se manejan productos de alta rotación, esto es algo crítico”.

En lo que se refiere al producto, es posible asesorar a las empresas para que definan su oferta, adaptándola a las características de cada zona o área. “Las estrategias deben incluir siempre un componente local”, apunta.

Dentro del campo de la publicidad y las promociones, Grupo Allegrus asesora sobre la organización de eventos a medida de las empresas. “Nuestros servicios alcanzan desde la provisión de material de *merchandising* para exposiciones concretas en ferias hasta la organización de eventos, generación de *leads* y recogida de contactos en el punto de venta, *reporting* de los mismos e incluso el telemarketing posterior”. Como recuerda Marcos, en muchas ocasiones se recogen contactos en un evento pero no se realiza un seguimiento ni ninguna acción comercial posterior. “Nosotros podemos hacerlo de manera profesional y efectiva”. El análisis del canal adecuado para hacer llegar el producto al mercado es una tarea esencial. “Hay que tener en cuenta cuál es el cliente y ayudar a definirlo”. Una definición que incluye una segmentación del mercado, con el desarrollo de acciones concretas para cada nicho. “No tienen nada que ver las preocupaciones de una pequeña empresa con las de una gran corporación”. Incluso es

bueno adoptar una estrategia multicanal donde “conviven figuras tradicionales con otras más especializadas, creando ofertas diferentes en canales de comunicación distintos”.

Único punto de contacto

Sus capacidades alcanzan también el análisis de temas financieros, costes y, por supuesto, la organización de un buen número de actividades relacionadas con el negocio.

La comunicación y la presencia en las redes sociales también forman parte de su oferta. “Lo más importante

es que el cliente cuenta en el grupo Allegrus con un único interlocutor que

se encarga de dirigir el proyecto completo”. Para cubrir las diferentes áreas trabajan con un grupo de colaboradores

especializados en distintas disciplinas como la comunicación, la tecnología, etc. “Proporcionamos a las empresas un proyecto llave en mano”, resalta. “Aunque es posible referirse a conceptos estándar, lo que no existe en este entorno

son soluciones estándar”. La experiencia ha permitido observar a la responsable del Grupo que

hay aspectos que se pueden replicar “pero en la mayoría de los casos tienes que entender muy bien cómo es la organización de cada empresa, sus productos, su servicio y a qué cliente se está dirigiendo o se debe dirigir”. Se trata, por tanto, de un proyecto personalizado. “Hay que empaparse del cliente”, remata.

Objetivos

Mar Marcos cree que los momentos de crisis son también momentos de oportunidad. “El espíritu, la energía y el optimismo son fundamentales en tiempos complicados”, señala. “Resulta fundamental, además de definir la estrategia, ejecutarla”.

En este primer año, lo más importante es darse a conocer. “En esta nueva etapa queremos acercarnos a los clientes para que sepan todo lo que podemos ofrecerles”, señala. “Y que cada cliente nuevo que contrate nuestros servicios, repita”.

Grupo Allegrus
www.grupoallegrus.com



Compra online
B2B MÁS RÁPIDO
MÁS DIRECTO
MÁS FÁCIL
sap.activa2mil.es

Especialistas en retail y consumo activa2mil

Si eres cliente de ACTIVA 2mil tienes ventaja

Compra online
B2B MÁS RÁPIDO
MÁS DIRECTO
MÁS FÁCIL
sap.activa2mil.es

Especialistas en retail y consumo activa2mil

Si eres cliente de ACTIVA 2mil tienes ventaja