

opinió

Coneixedor de l'empresa andorrana, cosa inherent al càrrec que ocupa, el director de Banca Empreses d'Andbanc, Blai Morera, afirma que "el Taller d'Emprenedors, que organitzen en partenariat el banc i el Govern d'Andorra, és una iniciativa necessària per renovar el teixit empresarial i crear noves fonts de riquesa i ocupació". Així mateix, hi afegeix que, "com qualsevol altra iniciativa que pugui aportar més diversificació a l'activitat econòmica, ha de ser forçosament bona". La contribució del departament que dirigeix a la consolidació dels projectes nascuts al seminari passa per l'estudi de cada proposta en concret. "Evidentment, Andbanc és una entitat financera i no pot assumir tot el finançament d'un nou projecte però disposem d'una gamma de productes i serveis molt competitiu, quant a condicions, preu i disseny, que es poden adaptar a tots els segments d'empresa i client". També recorda que hi ha diferents alternatives a l'hora de sol·licitar el finançament. "Una possibilitat és que l'emprenedor porti un capital mínim però també pot presentar altres garanties per obtenir-lo i estudiem cada cas de manera personalitzada". Tot i que l'entitat

exigeix una mínima aportació o garantia personal al finançament d'un nou negoci, també sap valorar l'oportunitat del producte que es vol oferir d'acord amb les necessitats del mercat i la solidesa financera i operativa del projecte. De fet, els joves inscrits al Taller d'Emprenedors es preparen per donar resposta a aquests requisits, que poden quedar reflectits en un pla de màrqueting ben estructurat i adequat a les expectatives de desenvolupament de l'empresa.

El departament de Banca Empreses d'Andbanc agrupa "tot el ventall de productes i serveis que l'entitat dissenya expressament per a la petita, mitjana i gran empresa". Tota la graella de productes que ofereix en aquest àmbit s'inscriuen en la filosofia innovadora de l'entitat, que es distingeix per la capacitat d'adaptació, així com per la flexibilitat i la competitivitat dels serveis: "Els nostres productes estan pensats per afrontar les necessitats que ens plantegen els nostres clients, així com la de qualsevol negoci o projecte seriós".

►► **Blai Morera**



**El taller
ajuda a crear
noves fonts
de riquesa**

'e-màrqueting

Amb la generalització de banca per internet, banca telefònica i el comerç electrònic, Andbanc avança cap a un model bancari cada cop més digital i evoluciona des dels conceptes del màrqueting tradicionals cap als d'e-màrqueting.

Fer e-màrqueting va més enllà de penjar bytes a berespai. Implica analitzar cada un dels processos del màrqueting tradicional i del màrqueting relacional i digitalitzar-los per aprofitar els quatre grans avantatges que presenta internet: interactivitat, personalització, globalitat i transaccionabilitat. És important reconèixer que internet és un mitjà diferent. És interactiu i, per això, no podem limitar-nos a penjar productes i serveis a la xarxa, més, des del punt de vista del màrqueting, internet permet treballar en certs processos de manera eficient que amb qualsevol altre mitjà. Permet superar la resposta del públic de manera immediata mentre que amb els mitjans tradicionals no podem saber quants lectors giren la pàgina sense necessitat de l'anunci, ni podem donar un feedback immediat a les necessitats d'un lector que veu un anunci que visualitza una tancat al carrer.

L'e-màrqueting té les seves regles, ja que en lloc de parlar de producte, preu, promoció i canal, planteja conceptes com ara el flux de la informació, la funcionalitat, el feedback o la fidelització. El flux de la informació és un dels aspectes importants per aconseguir visites a la pàgina i l'impacte publicitari, clics, resultats i vendes. Per això, l'estructura lògica de la informació ha de permetre a l'usuari trobar respostes de manera immediata.

La funcionalitat té com a objectiu que la informació estigui orientada a oferir solucions efectives a les necessitats específiques dels usuaris, de manera que els aportin valor, resolguin dubtes i sigui útil. El feedback és clau. Eines com ara el call center, l'e-mail o una trucada directa del client per aconseguir informació sobre uns continguts permeten aportar un valor afegit diferencial del servei i oferir respostes i solucions a les necessitats.

La fidelització és un dels objectius més importants del màrqueting del segle XXI. Cal fomentar la fidelització, la lleialtat de l'usuari o del client als nostres serveis. Aconseguir-ho a internet és tot un repte, ja que els usuaris són més exigents, més inconstants i ràpids. S'aconsegueix amb informació proactiva i amb l'actualització permanent de continguts que aportin valor afegit per al client. En aquesta línia, Andbanc és l'única entitat del Principat que ofereix un newsletter capaç d'aportar mensualment novetats sobre productes, notícies d'actualitat a Andorra, les anàlisis de mercats a través dels millors especialistes i, tot, de manera personalitzada i gratuïta.

Per treure el màxim profit a tots aquests reptes, cal enriquir permanentment el coneixement del client en tot allò que es faci i aplicar-ho posteriorment. Combinar serveis amb productes i crear ofertes afegides hi participació relacional per aconseguir l'experiència de cada client superi la percepció de marca. Formar noves associacions entre tecnologies de la informació i el màrqueting impulsin el futur. ♦

andbanc.com