



La apuesta por el cliente de Amazon

El vicepresidente y director general de la compañía en España y Portugal, François Nuyts, participa en el Think Tank de innovación empresarial de CESUR

Un enfoque centrado en el cliente. Bajo esa premisa se define Amazon y bajo esa premisa lo describía el vicepresidente y director general de la compañía en España y Portugal, François Nuyts, que participó en el Think Tank de innovación empresarial del Círculo de Empresarios del Sur de España, CESUR, en la Fundación Cajasol.

“No nos vemos como una compañía online, sino como una empresa enfocada al cliente” reconocía Nuyts, explicando que “empezamos con el cliente y trabajamos hacia atrás. ¿Cómo hacemos que el producto funcione? Primero le tiene que gustar al consumidor” y apuntando que lo “importante es la selección de productos, tener el precio más bajo, la comodidad y la velocidad de entrega”.

Ante los empresarios que asistieron, ofreció tres consejos. Primero, apuntó que las empresas deben centrarse en los consumidores,

no en los competidores, resaltando que “lo mejor es ganar y mantener su confianza”. Como segundo punto, recomendó no sacrificar valores a largo plazo por resultados a corto plazo y, finalmente, aconsejó controlar las decisiones que toman los clientes, “focalizándome en los inputs”.

Además, el vicepresidente y director general de la compañía en España y Portugal explicó que el número de pymes andaluzas que venden a través de su plataforma creció un 266% en 2015 y el 90% de éstas salieron al extranjero gracias al gigante de la venta online.

Tras su intervención hubo un coloquio moderado por el director de la EOI en Andalucía, Francisco Velasco, con la participación del director general corporativo de Heineken, Jorge Paradela; el socio director de KPMG en Andalucía, Nicolás Sierra; y el director general de Supermercados Mas, Jerónimo Martín. ●

MODELO ENERGÉTICO

El pasado 30 de mayo se presentó en CESUR el informe ‘Un modelo energético sostenible para España en 2050. Recomendaciones de política energética para la transición’, que contó con la intervención del socio responsable de Consultoría Estratégica de Energía y Recursos Naturales de Deloitte, Alberto Amores González; del socio director de Deloitte en Andalucía, Extremadura y Canarias, Leopoldo Parias Mora-Figueroa; y del presidente de CESUR, Fernando Seco.

FERNANDO ALBERCA RECONOCE SER “UN EXPERTO EN ERRORES”

El escritor y educador cordobés Fernando Alberca, autor del best seller ‘Todos los niños pueden ser Einstein’, ha reconocido ser “un experto en errores”, apuntando que “el problema no es el fracaso, una cosa chulísima; lo malo es la desesperación y no aprender todo lo que hay detrás”.

Alberca, que participó en una nueva actividad del Círculo de Pensamiento Innovador que es el Think Tank de innovación de CESUR en la Fundación Cruzcampo, ha recordado que “todo el mundo que ha contribuido a que el mundo progrese ha partido de un error, de un fracaso”, apuntando que el error “nos da la oportunidad de ver quién nos quiere de verdad”.

En este sentido, señaló que “el buen profesor se muestra cuando el alumno falla. Éste te lleva al límite, te provoca y si aguantas, eres su amigo toda la vida”, apuntando que “hay que comprometerse con cada alumno como si fuera Albert Einstein” y puso como ejemplo a genios de la historia que fracasaron en contadas ocasiones para llegar finalmente al éxito.

