



Economía relational

L popularización de la web social ha llevado a que vivamos en lo que se denomina una "economía relacional". Y ello implica que el mejor paralelismo para entenderla es, como su nombre indica, el de las relaciones personales.

Imagínese su relación con un amigo. ¿Qué pensaría si éste, cada vez que hablan, se dedicase únicamente a describir lo brillante, inteligente, simpático y occurrente que cree ser? ¿Y si, además, pretendiese monopolizar la conversación? Seguramente, le provocaría rechazo. Pues piense que así es como la inmensa mayoría de las empresas pretenden relacionarse con nosotros: contándonos lo buenas que son, y sin escucharnos.

¿Y si su amigo pretendiese ocultarle todo sobre él, sus planes, lo que piensa y lo que hace? No me refiero a cuestiones íntimas, sino información perfectamente normal. ¿Y si, mientras le oculta todo sobre él, intentase constante y machaconamente obtener información sobre usted? Seguramente, algo así le generaría bastante desconfianza. Pues plantéese que así es como muchas empresas tratan a sus clientes: sin transparencia alguna, pero pretendiendo saberlo todo sobre ellos.

En un entorno relacional, las empresas deben aprender a tratar a sus clientes de otra manera. A mantener conversaciones bidireccionales, a escuchar, a no aburrir con mensajes repetitivos, a no gritar. ¿Le parece normal que las empresas solo se comuniquen con nosotros subiendo el volumen en los intermedios de la televisión y gritándonos mensajes grandilocuentes que se repiten una y otra vez?

Si alguien nos hablase como nos hablan las empresas, seguramente terminaría por llevarse un puñetazo. Economía relacional implica un cambio de mentalidad para aprender a relacionarse con las personas, como personas. ¿Puede su empresa desarrollar una habilidad así?