



Elia García Saura

Marketing y Comunicación, visión gerencial

Comprensión
gerencial del negocio
que facilita la
alineación rápida con
los objetivos
generales de la
empresa



Visión global de negocio

Coordinación eficaz y eficiente hacia la consecución de objetivos, teniendo en cuenta la idiosincrasia de cada equipo y sacando lo mejor de él



Gestión continuada de equipos multidisciplinares

Potenciación de las ventajas frente a la competencia de manera sostenida en el tiempo



Estrategia y planificación

Rápida introducción
en el Core business a
través del equipo de
profesionales. Se
aceleran los
resultados



Más de diez años dirigiendo personas y equipos

Enriquecimiento con
cada planteamiento
exitoso en cada tipo
de negocio



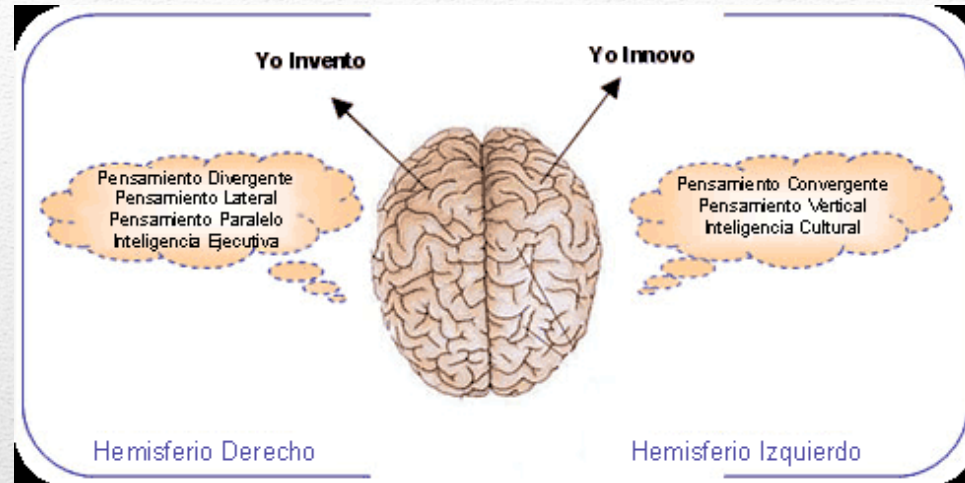
Experiencia multisectorial

Control del negocio y anticipación que aseguran la continuidad



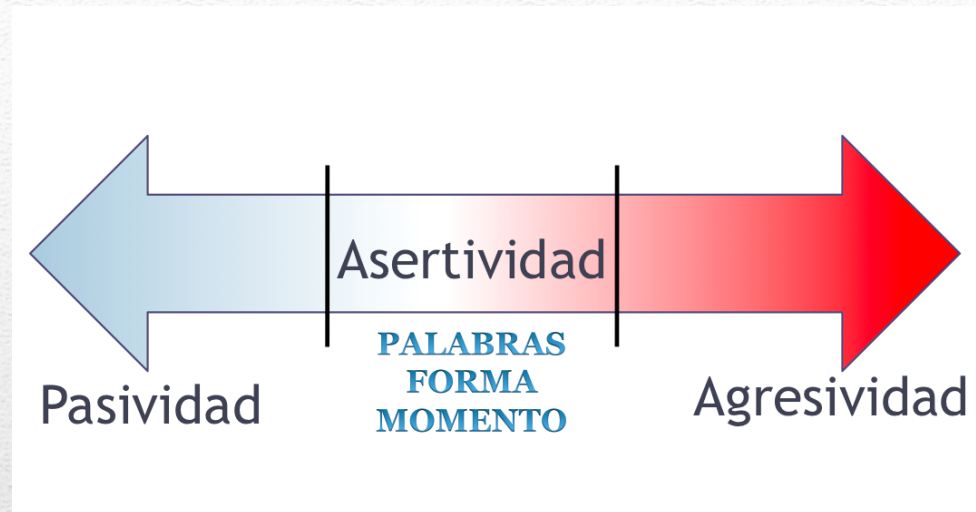
Atención empresarial a *Las cinco fuerzas de Porter*

Aplicación de enfoques creativos en el momento idóneo; generación de resultados diferentes y diferenciadores que multiplican el efecto ganador



Pensamiento racional junto al pensamiento lateral

Trato adecuado en cada circunstancia, tanto interna como externamente.
Generación de partners colaborativos que mejoran la situación competitiva



Asertividad y empatía con naturalidad

Eficiencia en la
utilización de los
recursos, orientados
a garantizar el mejor
posicionamiento de
mercado



Innovación + Gestión controlada del riesgo

“Hoy, un director ha de ser más intuitivo y decidir con rapidez”

Rapidez en la toma de decisiones, tan vital hoy en día frente a clientes cada vez menos fieles

Intuición en el terreno profesional

“Hoy, un director ha de ser más intuitivo y decidir más rápidamente”

Carcia Saura-Aseoria en Estrategias de Marketing y Ventas diseña pero también ejecuta las estrategias propuestas a las empresas que necesitan orientarse o reorientarse al cliente en un entorno cambiante como el actual. Hablamos con su “creadora” Elia García Saura.

¿Cuándo y cómo surge García Saura Asesoría en Estrategias de Marketing y Ventas? ¿Qué balance haría?

● Hace cuatro años, aunque yo como fundadora provengo del mundo del Marketing y Ventas, habiendo ocupado puestos de dirección en multinacionales y pymes internacionales. Hasta que decidí crear esta asesoría dirigida a las pymes españolas, volcando en ellas toda mi disponibilidad, flexibilidad y conocimientos. Toda la andadura de esta firma ha coincidido con la época de crisis, así que en aquellas

pymes donde el gerente lo dirige todo, ahora, dadas las circunstancias actuales, siente que necesita apoyo externo para poder vender bien hoy y mañana, y así obtener beneficios; ahí entro yo.

En estos últimos años, las empresas tal vez mejor posicionadas son las de tecnología punta, creadas por gente joven; no obstante este perfil de directivos, ellos son muy especialistas en su materia, pero cuando ven perspectivas de futuro en su negocio se preocupan de que su crecimiento sea sostenible y de diferenciarse en el mercado. Aquí entonces solicitan ayuda y también entramos nosotros como asesores: empezando por ayudar a crear identidad, valores diferenciales, estrategia de posicionamiento, de ventas, comunicación, una atractiva cartera de productos/servicios, planes operativos de crecimiento empresarial... y todo bajo el marco de la rentabilidad. Así estas empresas no tienen crisis, si lo hacen bien.

“MARKETER”, SERVICIO ÚNICO Y PIONERO

Marketer es un nuevo servicio de García Saura Asesoría en Estrategias de Marketing y Ventas que está funcionando muy bien (de momento con la Universidad de Castellón aunque se prevé su ampliación). Consiste en introducir un becario en una empresa (elegido por ésta) que carezca de Dpto. Comercial o de Marketing; remitido por la Universidad es dirigido por esta asesoría. Así, se da la oportunidad de que dicho “marketer” pase a formar parte de la plantilla mientras practica activamente; y por otro lado, resulta un servicio muy rentable y bien dirigido para la empresa (bajo el control y supervisión de García Saura) en su orientación al mercado.

Hablando de hacerlo bien ¿cómo ayuda a las empresas?

● Dada mi experiencia en diferentes sectores donde he trabajado (industrial, farmacéutico, cosmético, alimentación...) me nutro de metodología flexible que me permite crear bases sólidas para llegar a buen puerto; por ejemplo, en un entorno como el actual, un director ha de ser más intuitivo y decidir más rápidamente ante la adversidad.

Por otro lado, habiendo pasado por diferentes cargos en mi trayectoria profesional, reconozco todos los lenguajes que se dan en una empresa y en todos los puestos de trabajo; incluso puedo llegar a asesorar indistintamente y de forma integral a las áreas de Marketing, Comunicación y Ventas. Soy facilitadora de equipos de trabajo y mi metodología contempla: obtener Conocimientos del Sector de mi cliente / Analizar sus Recursos (a nivel interno y versus la competencia) y Plantear Estrategias de Orientación (Planes de Negocio, Nuevos Lanzamientos, Coaching Comercial...).

Todo ello de cara a empresas de TIC's (aporte estrategia de compañía), Emprendedores (asesoramiento para puesta en marcha, subvenciones...) y Empresas en momentos de cambio (consejos en cómo reorientarse al cliente, que éste compre valorando altamente el producto/servicio a la vez que se satisfacen sus necesidades).



¿Cuáles son sus objetivos?

● Potenciar el Servicio de Marketer y el de Interim Management; éste dirigido a pymes que no pueden contratar a un Director de Marketing y Ventas; aquí seleccionamos a personas de la compañía, mejoramos el rendimiento del departamento comercial y actuamos en proyectos puntuales o como sustitutos de una persona.

Estrategias de marketing & ventas

GARCIA SAURA

MÁS INFORMACIÓN

Móvil: 620 734835
e-mail: info@garciasaura.com
Blog: elia.garciasaura.wordpress.com
Enlace Skype: elia.garcia.saura

La Vanguardia, 14 abril 2011

marketing & comunicación
GARCIA SAURA

