

16/AGOSTO/2007

## Aumentan sus ventas con BNI

SHAYRA ALBAÑIL

Color Impress fue la primera empresa en México en inscribirse como integrante de la organización BNI México.

Lily D. Romero, propietaria de esta empresa, señaló que el giro de su negocio es el diseño y la publicidad impresa.

La empresaria señaló que cuando conoció la filosofía de BNI basada en el “Ganar-Dando” se convenció de que podría ser una alternativa para promocionar su negocio a través de “la mercadotecnia de boca en boca”.

Este sistema, dijo Romero, le ha permitido incrementar su número de clientes.

Y es que según el presidente de BNI México, Carlos Medina Plascencia cuando alguien recomienda o da la referencia de un negocio o servicio a otra persona, existe alrededor del 90% de probabilidad de que la persona acuda y realice una compra a ese negocio.

De allí la efectividad de esta forma de mercadotecnia, explicó Medina Plascencia, que además resulta menos costosa que cualquier otra campaña de publicidad tradicional.

La “mercadotecnia de boca en boca”, dijo el presidente de BNI México es parte de las ventas directas que desde hace algunos años está tomando auge en el país.

La efectividad, agregó, es similar a las ventas por catálogo, que también es una venta directa.

Empresas como Color Impress han desarrollado este concepto y les ha generado resultados positivos.

Lily D. Romero explicó que su negocio está por cumplir 10 años, y decidió participar en esta red de negocios debido a que hace dos años cambió de domicilio su negocio, lo que puso en riesgo que perdiera clientes.

Sin embargo señaló que al participar en una red de negocios bajo el esquema de BNI le permitió aumentar su cartera de clientes.

Actualmente Color Impress es uno de los negocios que más referencias genera y también de los que más recibe dentro de su grupo en BNI.

