

El empleado como base del éxito de una estrategia de marketing

Cuando comenzamos a definir una campaña de marketing para la empresa, y hablo de marketing global ya que no tiene sentido el separar el online del offline, en muchas ocasiones no limitamos a realizar acciones para llegar a nuestro cliente, pero nos olvidamos de un punto fundamental, y es la **implicación de los propios empleados de la empresa** tanto en el proceso de creación como de difusión de la misma.

Siempre me gusta destacar que **la visión que tienen los clientes de una empresa y sus acciones de marketing es la proyección de lo que sucede internamente**, y condiciona directamente los resultados.

Uno de los grandes ejemplos de este proceso es la empresa Zappos, una compañía americana cuyo foco de negocio está totalmente centrado en la satisfacción de sus clientes y de sus empleados, creando políticas internas que hacen que el empleado sea una parte más del marketing de la empresa, involucrándole en distintas fases que repercuten en la motivación del mismo y por lo tanto en los resultados, y que dejan muy bien reflejado en su web corporativa.

part of the
Zappos
family

[Shop Zappos.com](#) [The Zappos Family Story](#) [Our Unique Culture](#) [Meet Our Monkeys](#) [Meet The Zappos Family](#) [Press Center](#) [Jobs](#)

Our Unique Culture

Zappos Family Core Values

- Blogs
- Events
- Video Experience
- Community Involvement

Zappos.com Gear

Zappos.com Furry Customers

Zappos.com Customers-In-Training

Zappos Family Core Value #3:
Create Fun And A Little Weirdness

1. Deliver WOW Through Service
2. Embrace and Drive Change
3. **Create Fun and A Little Weirdness**
4. Be Adventurous, Creative, and Open-Minded
5. Pursue Growth and Learning
6. Build Open and Honest Relationships With Communication
7. Build a Positive Team and Family Spirit
8. Do More With Less
9. Be Passionate and Determined
10. Be Humble

At Zappos, We're Always Creating Fun And A Little Weirdness!

One of the things that makes Zappos different from a lot of other companies is that we value being fun and being a little weird. We don't want to become one of those big companies that feels corporate and boring. We want to be able to laugh at ourselves. We look for both fun and humor in our daily work.

This means that many things we do might be a little unconventional -- or else it wouldn't be a little weird. We're not looking for crazy or extreme weirdness though. We want just a touch of weirdness to make life more interesting and fun for everyone. We want the company to have a unique and memorable personality.

Our company culture is what makes us successful, and in our culture, we celebrate and embrace our diversity and each person's individuality. We want people to express their personality in their work. To outsiders, that might come across as inconsistent or weird. But the consistency is in our belief that we function best when we can be ourselves. We want the weirdness in each of us to be expressed in our interactions with each other and in our work.

Zappos
BLOGS

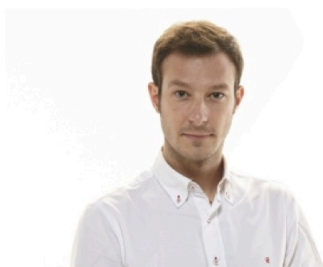
En este punto podemos hablar de **endomarketing**, y definirlo como el conjunto de estrategias y acciones de marketing enfocadas a mejorar la relación y el bienestar interno de los trabajadores y colaboradores de la empresa (crowdsourcing), con el fin de implicarlos en el negocio para generar una mayor motivación, mejora de productividad y con ello clientes satisfechos.

Zappos pone de manifiesto estas estrategias que han sido capaces de integrar perfectamente con ayuda de las redes sociales, donde van dejando huellas digitales de lo que son y de lo que hacen, lo que ayuda a trabajar un branding positivo de la marca, que repercute directamente en las cifras de negocio y la fidelidad de sus clientes. El ambiente laboral queda perfectamente explicado en este video:



https://www.youtube.com/watch?v=4gHIEBU_NSg

¿Sigues teniendo dudas del funcionamiento y rentabilidad del foco en el empleado como primera estrategia de marketing? Los resultados de negocio hablan por si solos, donde los ingresos de Zappos en 2008 era de unos 1.000 millones de USD con una plantilla de 1.600 personas, lo que nos da unos ingresos medios por trabajador de 625.000 USD anuales.



Juan Merodio

Cargo: Fundador, socio-fundador y director de Marketing

Empresa: [Grupo Elas](#), [Marketing Surfers](#), [InvierteME](#), [Emprende Finance](#) y [SocialVane](#)

Blog: www.JuanMerodio.com