



Canon y la importancia de sus clientes



Ciudad de México.- Con una experiencia de casi 12 años, Jorge Huerta, Director de Marketing y Nuevos negocios de Canon Mexicana, fue uno de los conferencistas que asistió al Encuentro de Líderes AMCO, donde tuvo la oportunidad de exponer el tema “Calidad e innovación, factores estratégicos de la Reputación Corporativa”.

Para Jorge, el trabajar en Canon representa un desafío, pues al ser una empresa japonesa es difícil empatar con la cultura e ideologías. Sin embargo, a lo largo de su trayectoria ha logrado conocer pero sobre todo comprender el valor que otorga dicha empresa a la reputación. Ejemplo de ello, es que para Canon, *el minimizar el riesgo es parte importante para tener una reputación aceptable.*

A fin de que los asistentes interpretaran y discernieran mejor la manera en que Canon maneja la reputación, el expositor citó una de las últimas publicaciones realizadas por Reputation Institute; quienes establecen que existen tres variables para determinar qué marca tiene una buena reputación: economía, el ambiente y el gobierno. Sin embargo, para Huerta lo más importante es la creación de los productos, el servicio post-venta y la compra final.

En este sentido, para dicha empresa es importante que los clientes conozcan y se sientan a gusto al tener por primera vez una cámara fotográfica entre sus manos, debe de existir una conexión entre el producto y el consumidor; y para lograrlo es necesario que el empleador se sienta identificado y sobre todo se ponga la camiseta de la empresa.

Aunado a ello, para Canon las personas son tan importantes que a palabras del expositor: *el 10% de las ventas de Canon, se van al departamento de investigación y desarrollo.*

Canon es una empresa que se ha destacado por buscar siempre lo mejor para sus clientes, y con ello procurar construir de una manera eficaz una reputación. Invierten en la innovación de desarrollo, tratan de estar lo más actualizados en tecnología con el objetivo de brindar no sólo el producto, sino la experiencia.

La conferencia de Jorge Huerta, sirvió como antesala para presentar a las dos últimas ponencias de las empresas más importantes y representativas actualmente: Coca Cola y Facebook.

