



## JUSTO A TIEMPO

POR SERGIO GARCÍA

# Filosofía para un buen vendedor

(2° de 3 partes)

**Cultive las relaciones de pinza.** Invierta tiempo en desarrollar relaciones desde los niveles bajos de la organización de su cliente. El conocimiento de la realidad que se palpa en el nivel operativo, le proporcionará los argumentos de venta cuando se abra el camino y llegue al nivel de decisiones.

**Involúcrese en la empresa de su cliente.** Se ha comprobado que las mujeres son con frecuencia mejores vendedoras que los hombres; precisamente porque no toman tan en cuenta las jerarquías y están dispuestas a invertir más tiempo en desarrollar relaciones de "bajo nivel", para encontrar el camino hacia la venta con el "jefazo".

**Apóyese en su propia organización.** Las probabilidades de "ganar la venta" aumentan e forma dramática si un vendedor se apoya en todo el talento de la compañía en la que trabaja. Con ello, está vendiendo la experiencia de trabajar con toda su compañía. Se aconseja identificar a las personas menos visibles de la organización, pero que juegan un papel relevante a la hora de apoyar el esfuerzo de ventas. Una red de contactos entre los "despreciados" de la organización se transforma, a la larga, en una gran cantidad de dividendos.

**Prometa sólo lo que es capaz de cumplir.** Aunque los errores ocurren —lo que implica que en algún punto del proceso de venta usted tendrá que prometer de más— la idea es no engañar, incluso si esto significa perder ventas. Tampoco se trata de ser demasiado conservador y nunca prometer nada; sin embargo, los vendedores ganadores siempre están más adelante de aquello que prometen. El prometer una vez de más puede costarle su trabajo; el siempre prometer de más, puede costarle su carrera.

**Convierta su venta en la solución de un problema para el cliente.** Sus argumentos de venta pueden enfocarse a la resolución de problemas específicos de su cliente creando oportunidades rentables de negocio. Utilice frases como "Nuestro producto puede resolverle estos problemas..." El uso de nuestro producto o servicio puede generarle estas increíbles oportunidades...". Déjeme explicarle exactamente como...".

**Agregue valor a su venta.** Los buenos vendedores se preguntan: ¿Estoy vendiendo un producto o una "sorprendente y original solución" tan memorable que será recordada al paso del tiempo? No se limite a vender productos, venda "experiencias de compra." Use el lema: *Los limitados venden relojes Rolex; los genios venden el estilo de vida Rolex.*

**Utilice el poder de marca de su compañía.** Si en alguna ocasión ha dejado en el camino sembradas pésimas experiencias con ciertos clientes y se le presenta la oportunidad de un buen negocio, con alguno de ellos, trátese su orgullo; llame a ese cliente; utilice todas sus estrategias y experiencia y asegúrese de que le ayude a vender. Una venta inspirada significa utilizar todos los recursos a su alcance, incluso aquellos que antes no podía soportar.

**Utilice el poder de marca de su compañía.** Venda la "historia", la "visión" y la "marca" de su empresa. Muchos productos en el mercado mantienen el gusto del consumidor gracias a la trayectoria y reconocimiento de la organización. Una buena imagen creada a través de los años, debe ser explotada por un vendedor con talento.

**Asuma frente al cliente, como propios, los problemas generados dentro de su organización.** Cuando a su cliente le llegue tardíamente un pedido, nunca diga "es culpa del departamento de transporte" o algo similar. Usted es el vendedor, usted es el representante de la compañía; si algo salió mal, es su culpa. Esto, desde luego, no significa que usted no tenga el derecho de sentirse enojado con el departamento de transportes; significa, eso sí, que no puede transmitirle ese sentimiento a sus clientes, pues en el momento en que lo haga, toda la confianza que el cliente tenía depositada en usted se irá a la basura.

**Extienda la venta hasta el final del proceso.** Sea responsable de todo el proceso. Los grandes vendedores consiguen buenas comisiones por orquestar buenas experiencias de venta, y no tanto por lograr grandes cañonazos de ventas una sola vez. Recuerde que el trono ha cambiado de "maximizar utilidades" a "permanecer en el mercado".

sgarciamac@hotmail.com

## Piden participación de la IP

# En proceso modificación a Ley de Puertos

MIGUEL ANGEL CASTILLO/ENVIADO

TAMPICO, Tamps.- Los operadores de terminales portuarias en México propusieron la inclusión de la figura de Comités de Planeación en las modificaciones a la Ley de Puertos actual, para que las empresas puedan participar en los procesos de desarrollo de infraestructura de los puertos, toda vez que es la iniciativa privada ha aportado en los últimos cinco años 77% de los recursos totales de inversión.

En el marco del evento organizado por la Comisión de Transporte de la Cámara de Diputados, Arturo López Riestra, presidente de

la Asociación de Terminales y Operadores Portuarios (ATOP), propuso que los Planes Maestros de Desarrollo se elaboren con 15 años de vigencia, con revisiones cada cinco años.

"Es necesario adecuar a los puertos a la transformación del transporte marítimo y el comercio exterior, como es el tema de las grandes embarcaciones que ahora tiene las navieras", dijo.

Por su parte, Jorge Magno Lecona, director general de Hutchinson Ports, comentó que buscarán evitar los cambios de giro para prestaciones de servicios en las terminales, a menos que sea en una actividad que no exista en el puerto.



Adeuar puertos al comercio exterior.

## Ahorros por un millón de dólares

# Reducirán maquiladoras costo logístico

HUGO IVÁN DOMÍNGUEZ

Reducir el costo logístico será una de las prioridades del nuevo presidente del Consejo Nacional de la Industria Maquiladora y Manufacturera de Exportación (CNIMME), César Castro, quien buscará consolidar el proyecto del Sistema Electrónico de Control de Inventarios para Importaciones Temporales (SECITT).

Este programa permite importar sus insumos directamente hasta la planta, sin detenerse en la aduana, con ahorros en promedio de

un millón de dólares al año por empresa.

También, el organismo buscará acercamientos con la Administración General de Aduanas (AGA) y la Secretaría de Economía para reducir la tramitación en las operaciones de comercio exterior.

Las seis mil 500 empresas maquiladoras y manufactureras de exportación (IMMEX), reportan más de 170 mil millones de dólares al año, casi un 70% de las ventas de México al exterior.

En México, el costo logístico representa hasta un 15% del valor de un producto, mientras que la media a nivel mundial es de apenas siete por ciento.

## Cross Dock

### Modelo arrienda a O'Donnell

El desarrollador inmobiliario O'Donnell Group México, informó que Grupo Modelo, arrendó uno de sus espacios industriales ubicado en el Parque Industrial Bernardo Quintana en Querétaro, para establecer un centro de distribución regional. La empresa cervecera inició operaciones en su nuevo espacio, con 20 mil 306 metros cuadrados, según un comunicado de O'Donnell. La empresa se reservó los detalles financieros del contrato de arrendamiento.

### Wal-Mart reduce cross dock

Wal-Mart de México planea en el corto plazo agilizar sus tiempos de cross dock en sus centros de distribución, con la creación de un área que se encargará del recibimiento y desembarque de mercancía. Edgar Barrera Peña, subdirector de operaciones del centro de distribución de San Martín Obispo, propiedad de Wal-Mart, explicó que ya lograron reducir el nivel de inventario dentro del ciclo logístico hasta 25 por ciento. Actualmente, los 14 centros de distribución de Wal-Mart mueven 2.8 millones de cajas al día para abastecer a sus 980 unidades de negocio.

### Se conecta Guaymas

El puerto de Guaymas, Sonora, tiene proyectados movimientos superiores a las 80 mil toneladas, entre los que destacan productos de exportación a Europa y Asia y de importación desde Estados Unidos. De acuerdo con información de la Administración Portuaria Integral (API), se espera exportar 27 mil toneladas de trigo de la cosecha de los Valles de Sonora, que zarparán hacia el mercado europeo; así como 44 mil toneladas de coque de importación procedentes de Houston, Texas, con destino a Hemerosillo Sonora. También están contempladas nueve mil toneladas de cemento a granel para ser embarcados a La Paz, Baja California Sur en tráfico de cabotaje.

### Lázaro anda...en auto

El puerto de Lázaro Cárdenas, Michoacán, contará este año con la primera terminal especializada para la recepción y logística de vehículos automotores en México, cuya construcción requerirá una inversión aproximada de 380 millones de pesos. En marzo próximo saldrá la licitación y el ganador se dará a conocer a mediados de año y entrando en operaciones para finales de 2008. La terminal contará con dos posiciones de atraque y una extensión de 40 hectáreas para ofrecer una capacidad de hasta 700 mil vehículos, ubicándose en la Isla de Cayacal, entre la nueva Terminal Especializada en Contenedores y el puente Albatros.

### Licitará flota Pemex

Petróleos Mexicanos (Pemex) inició la renovación de su flota de buques para el transporte de hidrocarburos al publicar en el DOF la licitación pública internacional para el arrendamiento financiero, con opción a compra, de hasta cinco buques tanque. Los licitantes que resulten ganadores brindarán a Pemex Refinación la posesión de cada embarcación, mediante arrendamiento financiero por un periodo de 10 años, con opción a compra al término del mismo (a un precio simbólico), teniendo como requisito que los buques tanque hayan sido construidos entre 2005 y 2008, y que cuenten con una capacidad mínima de 40 mil toneladas de peso muerto.