

¿Qué está pasando?

POR CELESTINO RIVERA
Especial para Suplementos

Si algún área de la actividad humana ha cambiado radicalmente, esa es la venta. Es muy importante que el vendedor se prepare y conozca las tendencias actuales y hacia el futuro, para sacarles el mejor provecho.

TENDENCIAS DEL MERCADO

- Experiencias de limitaciones económicas, producto de recesión y crisis económica, lo que lleva a que el precio sea factor fundamental.
- La experiencia de la Internet, que lleva a que los clientes se informen y compren a través de la Web.
- Cliente bien informado con acceso rápido a la información de las empresas y los productos.
- La proliferación de teléfonos móviles genera nuevos hábitos de compra.
- Las nuevas aplicaciones de Google Maps ofrece información directa exacta del usuario y de los productos relacionados con sus necesidades de ese momento.
- Facebook, Twitter, LinkedIn y demás canales sociales serán un vehículo

Estar al tanto de cuáles son las tendencias le ayudará a establecer estrategias a tono con la realidad del mercado.

fantástico para promover productos o servicios y medir las conversiones de los mismos.

- Promoción de ofertas y descuentos. Está claro que, en tiempos de crisis, el factor más importante a la hora de decidir una compra es el precio.
- Promoción de productos a la carta. La tecnología ha acostumbrado al cliente a recibir diversas alternativas para configurar el producto de acuerdo a sus necesidades.
- Creatividad en la tecnología, con productos diversos para fortalecer la inteligencia de negocios y las estrategias de venta.

TENDENCIAS DE LAS VENTAS

- El vendedor debe aprovechar el potencial que estos canales

comunicativos ofrecen. El 2013 será un año decisivo para impulsar el "marketing" móvil.

- La generación de vendedores de hoy (la tercera) está basada en la atención al cliente, la próxima generación (la cuarta) estará centrada en el negocio integral. Esto implica los puntos que siguen a continuación.
- Centrarse en las necesidades del cliente, conocer lo que venden, ser agradables interlocutores, pero se enfocan en la gestión del negocio.
- Gestionan la rentabilidad, los objetivos, la participación de mercado, los inventarios y otros.
- Las competencias, los conocimientos y las habilidades de los vendedores deberán incrementarse. Serán necesarias técnicas de negociación,

finanzas, comunicación y logística, entre otras.

- Será necesario el acceso a más tecnología y control de información en sistemas globales de CRM con los clientes. Superación del Excel.
- Una clara política de promoción en redes sociales por parte del anunciante y una estrategia coordinada con el Publisher de Social Media, más una tecnología acorde con las expectativas de ambos ayudará a generar una masa crítica de compradores potenciales y reales que además podrán interactuar en ambos casos.
- La experiencia del consumidor debe ser el punto de partida para empezar, seguido de la tecnología y la innovación que nos permita incrementar las ventas.

El autor es conferenciante de SeminariosImagen.com. Para información, llama al 787-724-2548, visita www.SeminariosImagen.com o escribe a Info@seminariosimagen.com.

