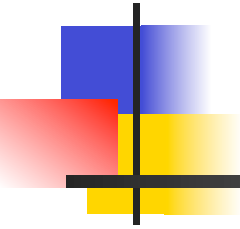


PRINCIPIOS PARA GENERAR UN MODELO DE APERTURA DE NUEVAS CUENTAS A TRAVEZ DEL ANALISIS DE MERCADO





El modelo se desarrolla creativamente

- Gane todo sin combatir
- Evite la fortaleza del competidor, ataque su debilidad.
- Conocimiento del entorno
- Velocidad
- Influencia en el mercado
- El liderazgo
- Genere un liderazgo de servicio



CREATIVIDAD PORQUÉ ES IMPORTANTE?

1. La competencia creativa conducirá a una mayor prosperidad para todos.
2. La creatividad no implica quitarle mercado a otro, implica crear un mercado mas amplio.
3. De esta forma evitamos dañar los mercados.



1. Gane todo sin combatir.

Como capturar un mercado sin destruirlo?

Si la meta de una empresa es sobrevivir y prosperar, entonces cuál es el objetivo de su estrategia?

Este debe ser tomar intacto el mercado.

Esto significa no destruir el mercado cuando estamos posicionándonos en él.

Qué no hacer:

guerras de precios.

El objetivo no es solo tomar el mercado intacto, es hacerlo sin combatir.

Los ataques sutiles, indirectos, menos notorios, tienen menos probabilidad de una respuesta de la competencia.



2. Evitar la fortaleza del competidor, atacando su debilidad.

Pegarle donde menos lo esperan. Descubra sus puntos débiles.

Esto significa tener un conocimiento profundo de la estrategia, capacidades, ideas y deseos de los ejecutivos rivales.

Entender la industria y conocernos profundamente nos posibilita tener éxito en los negocios.

Recuerde que los leones no persiguen a la mas veloz de las gacelas sino a la mas lenta.

1. Descubra el punto débil y ataque ahí con su mejor arma.
2. Ataque al competidor mas débil del mercado y no al mas fuerte.
3. Analice la cadena del valor de su competidor y péguale donde es menos fuerte y más débil.

Si su fortaleza es producción y su debilidad distribución. Haga mejor la distribución y pelee donde él no es fuerte.

3. Engaño y conocimiento previo.



- Ampliar el poder de la información del mercado.
- Conozca a su competencia, todo acerca de ella, sus ejecutivos, sus fortalezas y debilidades, e inclusive sus estrategias.
- Conozca el mercado donde quiere incursionar. necesidades
- Conózcase a sí mismo.

Y dónde está el engaño?

ASEGURESE QUE SU COMPETENCIA NO LO CONOZCA A USTED.

Para engañar se requiere disciplina, para confundir se necesita control. Una compañía mal dirigida no puede engañar a nadie.

Conocer el Entorno y el Mercado?



- Competidores
 - Productos/precios/distribucion/promocion
 - Canales de distribucion
 - Compania
 - Consumidores
-
- Esto es estudio de mercado?
 - Para la apertura de nuevas cuentas que tan importante es?



4. velocidad---preparación.

- La velocidad es esencial, la propia naturaleza de la competencia comercial es el cambio.
- La velocidad es un **SUBSTITUTO DE RECURSOS**: si mi vendedor visita mas clientes, no necesito tantos como la competencia. Si recibo mas rápido que otros tengo el producto antes que todos.
- La velocidad **APROVECHA LAS OPORTUNIDADES EFIMERAS**
- La velocidad **SORPRENDE Y SACUDE A LA COMPETENCIA.**
- La velocidad proporciona IMPETU, sostiene y explota el ímpetu del mercado una vez que logramos penetrarlo.
 - Si lanzamos dos productos al mercado, uno es exitoso y al otro le cuesta, a cuál le asignamos recursos?



La respuesta es:

- LE ASIGNAMOS RECURSOS AL QUE SE ENCUENTRA BIEN.
- ES IMPRESINDIBLE CONSOLIDAR EL ÉXITO Y ABANDONAR EL FRACASO.
- Cuando descubra un punto débil en la cadena de producción de su competidor, ataque con un producto propio, invierta muchos recursos en él.
- Conserve el ímpetu y convierta la retirada de su competidor en una derrota aplastante.



Cómo aumentar la velocidad de mi compañía?

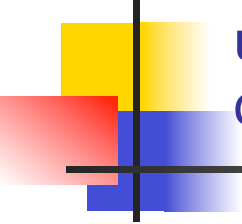
- Información/Decisión/Acción
- Desarrollo
- Producción
- Distribución
- Respuesta al Cliente

- MEDIOS PARA HACERLO?
 - Acelerar el procesamiento de la información
 - Imponer disciplina en la toma de decisiones
 - Comunicar las medidas estratégicas a los propietarios
 - Diseñar para permitir flexibilidad
 - Fomentar el aprendizaje en la organización



5. Influya en el Mercado.

- Para influir en la competencia , también es necesario adquirir y sostener posiciones estratégicas en el mercado, mediante el uso de tecnología, compradores claves y canales de distribución, para negar a sus competidores el acceso a los mercados



Utilice una combinación de ataques directos y indirectos.
Si su competidor piensa que usted está lanzando un producto en una categoría específica, pero realmente quiere atacar un mercado diferente, déjelo pensar esto.

- Mantener las posiciones estratégicas es fundamental, mantener las posiciones más rentables permite acumular recursos.
- El objetivo es mantener nuestra ventaja competitiva.
 - Atraer a las personas claves que toman decisiones de compra.
 - Tener la tecnología clave.
 - Consolidar la distribución.
 - Ser primeros en productos.
 - Consolidar el servicio al cliente. Intimando con él.
- Finalmente trabaje en generar grandes alianzas:
 - Con sus clientes, compradores,
 - Con sus distribuidores, todo el canal.
 - Con sus proveedores de materia prima, productos y/o servicios.



6. Liderazgo

ejercer un liderazgo en épocas turbulentas.

- El líder antepone el interés de los demás al propio. Poseen un carácter fuerte y templado. Para lograrlo es preciso estar dispuesto a:
 - Templar el carácter, no sólo construirse una imagen.
 - Guiar mediante el ejemplo, no sólo con palabras.
 - Compartir las tribulaciones de los empleados, no solo los triunfos.
 - Motivar emocionalmente, no sólo de manera material.
 - Encomendar a todos misiones definidas con claridad, evitando que estas se traslapen y confundan.
 - Lograr que su estrategia impulse a la organización y no a la inversa.



Finalmente: Rasgos de liderazgo deseados.

1. Integridad
2. Madurez
3. Fuerza de voluntad
4. Disciplina personal
5. Flexibilidad
6. Confianza
7. Tolerancia
8. Firmeza
9. Serenidad bajo presión
10. Iniciativa



Formas de generar rentabilidad en los negocios

- Segmentación por tipo de cliente.
- Precio.
- Tecnología.
- Renovación de capital, conocimiento del negocio y curva de experiencia.
- Promoción y publicidad.
- Por especialización.
- Por posición en la cadena del valor.
- **EXCELENCIA CONSTANTE EN EL SERVICIO y SOLUCIONES AL CLIENTE. QUIENES LO DAN?**

PORQUE SE PIERDEN LOS CLIENTES.....

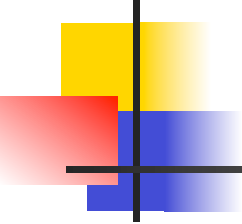
- EL 1% porque se mueren.
- El 3% porque se mudan a otra parte.
- El 5% porque se hacen amigos de otros.
- El 9% por los precios mas bajos de la competencia.
- El 14% por la calidad de los productos.
- **EL 68% DEBIDO A LA INDIFERENCIA Y MALA ATENCION DEL PERSONAL DE VENTAS Y SERVICIO (VENDEDORES, SUPERVISORES, GERENTES, TELEFONISTAS, SECRETARIAS, DESPACHADORES, REPARTIDORES, ETC.**



Características del servicio de calidad.



- **Seguridad:** El conocimiento y la cortesía de los empleados, y su habilidad para transmitir confianza.
- **Empatía:** El grado de importancia y atención individual que se le da al cliente
- **Confiabilidad:** La habilidad de cumplir lo que se prometió fiable y cabalmente.
- **Aspectos Visibles:** Las instalaciones físicas, el equipo, y la apariencia personal.
- **Respuestas:** La disposición para ayudar a los clientes y dar un servicio eficiente.



**Usted entrena animales.
Usted educa a personas.
Eduque a todos.**

Pasos para la calidad del servicio al cliente:

- **Sentirse bien consigo mismo (motivación).**
 - **Practicar hábitos de cortesía.**
 - **Hablar (comunicación verbal)**
 - **Escuchar (interesarse)**
 - **Desempeñar (hacer trabajo de calidad)**
- **Aprender (conocer al cliente, la cia., prod.)**

MERCADEO ES EL ARTE DE CREAR VALOR.



LOGICA DE MERCADEAR y VENDER

1. CREAR VALOR.....

En qué negocio estamos y qué valor creamos?

2. CAPTURAR EL VALOR.....

En qué posición estamos y cómo estamos preparados para capturar parte de este.

Posicionamiento, identificar mercado meta y bases para diferenciar lo que ofrecemos. 4Ps

3. PROTEGER DERECHOS.....

Mantener clientes, nuevos productos.....



Matriz para crear valor

■ **ELIMINAR**

Que puedo eliminar

Que se da por sentado

INCREMENTAR

qué puedo crecer

por encima de la

industria

■ **REDUCIR**

Por debajo de la

Norma.

CREAR

que la industria

Nunca ha ofrecido



Que herramientas son fundamentales para garantizar la apertura y retencion de cuentas.

- Tiene que existir un conocimiento de mercado.
- Debemos de desarrollar una segmentacion del mismo.
- Debemos de conocer al cliente o consumidor en detalle.
- Debemos de convertirnos en asesores en el proceso y disenar todo en base a la estrategia que tengamos.
- Debemos dar un servicio de calidad con OLD



Objetivos Generales

- Reducir costos
- Incrementar ingresos proyectados a travez de la negociacion
- Transmitir soluciones alternas para la consecucion del proceso eficientemente.