

# Cómo generar cambios en los procesos de ventas

Cuatro consejos sobre comercialización de productos y servicios

*Garnet Technology inicia el 2019 sumando oportunidades para aquellos instaladores independientes y empresas dispuestas a comprender los nuevos hábitos de consumo de los clientes y aprovechar al máximo los beneficios que ofrece el universo de productos de la compañía*



**GARNET TECHNOLOGY**

Un nuevo ciclo que se inicia, en un año de muchas promesas y cambios para todos, significa más desafíos. Durante las primeras semanas del año, en general, las empresas comienzan a plantear y debatir los objetivos que la llevará a posicionarse estratégicamente.

En Garnet Technology imaginamos la cabeza de muchos revolucionada y desbordada de consejos sobre cómo dar vuelta la página y avanzar en un año complejo. Desde la compañía armamos una lista que contiene algunos consejos de cómo llevar adelante ideas comerciales aplicadas a los productos Garnet y si la decisión es aplicarlas a sus planes, podrá comenzar a generar impacto en su audiencia en el momento correcto.

## UN PLAN DE ACCIÓN PARA CADA PÚBLICO

Este tema es de suma relevancia. Algunas preguntas básicas que podremos plantearnos para desarrollar este punto serán: ¿todos mis clientes son iguales o tienen las mismas características?, ¿poseen las mismas necesidades?

Generalmente, tendemos a movernos con una única estrategia para diferentes públicos y aquí es donde cometemos errores. Una buena acción podría ser movernos desde el marketing genérico que no tenga en cuenta distintos segmentos hacia un marketing que sí los tenga.

Actualmente hay empresas que hablan de la micro segmentación o la personalización a escala, lo que implicará más trabajo de análisis con mayor efectividad. La única manera de llevar adelante esta acción es con la gestión de datos.



Las herramientas digitales existentes nos permiten realizar estas operaciones para luego diseñar mensajes a medida y poder, así, personalizar cada anuncio en función de las necesidades y el contexto que atraviesa cada audiencia.

Si miramos el portafolio de productos Garnet, obtendremos varios públicos, incluso el mismo producto podría estar comunicado para diferentes categorías de clientes.

Aquí proponemos utilizar la imaginación para encontrar parámetros de segmentación que nos permitan dividir nuestro universo de clientes en varios segmentos y así diseñar estrategias que funcionen de manera más efectiva.

## ESTRATEGIA DE MARKETING TRADICIONAL VS. DIGITAL

Creemos que este uno de los grandes dilemas para muchas empresas en estos últimos cinco años. En ese periodo, los medios digitales comenzaron tomando relevancia con la conectividad masiva, lo que llevó masificación de las redes sociales y las tiendas de ventas on-line. Tenemos, entonces, una forma diferente de enfocar nuestras acciones de marketing.

Nos encontramos en un periodo de aprendizaje constante, porque este cam-

bio evoluciona de manera vertiginosa. Muchas veces nos encontramos con clientes que plantean las dudas sobre cómo seguir adelante con su estrategia de marketing basada en lo digital y es muy importante, en esta etapa, aceptar la ayuda profesional de empresas que nos acompañen en el proceso de consultoría y aprender cómo llegar a los clientes en este nuevo mundo.

Actualmente, se hace presente la producción de contenidos de calidad como elemento central como un componente del negocio.

¿Marketing tradicional o digital?: ni uno ni otro. La combinación de ambos es importante pero siempre apoyado por expertos en el tema. La coexistencia entre ambos mundos es importante pero siempre con una estrategia que permita complementarios.

## CAPACITACIÓN POR SOBRE TODAS LAS COSAS

Para vender hay que saber lo que realmente ofrecemos. Las alarmas ofrecen un sinfín de combinaciones que, mediante la programación y la conexión de distintos periféricos, brindan soluciones a cada necesidad.

Cuanto más conozcamos el producto,



más y mejores chances tendremos de responder en el momento preciso frente a una necesidad que nos plantean.

En ese sentido, Garnet ofrece una nueva forma de aprender mediante la capacitación en línea: Garnet Academy, un centro de producción digital montado sobre video que genera material de capacitación de manera constante. Asimismo, el equipo de técnicos e ingenieros, sumado a toda la información en línea que se produce constantemente, es una fuente inagotable de aprendizaje.

No debemos dudar en invertir en capacitación. En el mundo en el que vivimos la tecnología tiene recambios muy vertiginosos que nos obliga a destinar parte del tiempo laboral en aprender y superarnos cada día. ¡Los mejores puestos son para los más capacitados!

### SER CREATIVO O MORIR EN EL INTENTO

Para cerrar, destacamos una de las virtudes más importante que tiene el ser humano: la creatividad, esa magia que en cuestiones de segundos se convierte en situaciones que nos pueden llegar a sorprender a nosotros mismos.

Somos creativos en todos los aspectos de la vida, solo que cuando se trata de negocios la creatividad toma cierta responsabilidad y las ideas adquieren un nivel de seriedad mucho mayor.

Los consumidores están cambiando más rápido que los procesos de nuestras empresas, por lo tanto, la creatividad debe ser parte de la cultura y debemos impartirla a todos de nuestros pares.

Escuchar, adaptar ideas, debatir en equipo, no temer al ridículo y estar

atento a situaciones son algunos de los consejos que podemos tomar para desarrollar ideas que nos diferencien de la competencia.

### CONCLUSIONES

En Garnet Technology creemos que es importante tomar estas líneas como algo más dentro de un mundo lleno de posibilidades y entender que nosotros somos los responsables de mover las piezas para construir lo que queremos lograr. Esa premisa debe ser parte del trabajo diario.

Animarse a buscar asesoramiento es una excelente idea para desarrollar el mercado de manera más profunda a través de las ventajas competitivas que presentan los productos que las empresas comercializan. ■