

Seguridad Total

Entrevista a Mathías Schusterman, CEO

Nacida hace catorce años como empresa de venta por internet al público, hoy Seguridad Total está enfocada en ofrecerle servicio y asesoramiento al profesional del sector. Para ello cuenta con una amplia gama de productos, distintos canales de comunicación y disponibilidad de stock.



SEGURIDAD TOTAL

0810 555 2020

info@seguridadtotal.com.ar

www.seguridadtotal.com.ar

Seguridad Total

@seguridadtot

Nacida en Ramos Mejía como vendedora de productos y sistemas de seguridad al usuario final, Seguridad Total comenzó hace unos años a posicionarse entre los profesionales del sector, ofreciéndoles una amplia gama de productos y servicios para ayudarlos a potenciar su propio negocio.

“La casa central y original está en Ramos Mejía, donde fue fundada la empresa y contamos con una sucursal en Villa Urquiza. Nos iniciamos como una empresa de venta al público final y si bien no queremos perder ese nicho, nos interesa profesionalizar nuestra atención al integrador e instalador de sistemas, que nos conozcan y sepan que pueden encontrar en nuestra empresa un aliado”, cuenta Mathías Schusterman, CEO de la empresa, acerca de los orígenes de la misma.

Empresa familiar, Seguridad Total ve hoy una transformación en su modelo de negocios y enfoca su futuro en la profesionalización de sus integrantes y la atención distintiva al profesional del sector. “Cuando se fundó la empresa las necesidades del mercado eran otras y la visión comercial de la empresa también era diferente. Hoy estamos abocados a una nueva estrategia, ofreciendo distintas alternativas e incluyendo entre nuestros clientes tanto al



usuario como al instalador”, explicó Schusterman.

- ¿Cuándo se inició Seguridad Total?
- Comenzamos hace catorce años y hace dos años me hice cargo de la compañía. Desde entonces transitamos un camino de renovación, dándole una visión diferente y modernizando un poco la manera de llevar adelante el negocio, adecuándolo a la época. Como empresa somos distribuidores de primeras marcas, tanto nacionales como internacionales, entre las que se encuentran Alonso Hnos, Security Factory, DSC, distintas marcas de control de accesos, seguridad exterior con Optex, estamos incorporando representaciones de incendios y sistemas de iluminación. La idea es tener para cada segmento de la industria distintas opciones, para que el cliente pueda elegir aquellos productos que den respuesta a su necesidad específica.

Trabajamos muy bien con el sector de automatización de portones, para

el cual ofrecemos los productos de PPA, SEG International, Alse y Peccinin.

- ¿Cuál es el tiempo de respuesta ante un pedido?

- La idea es llegar a todo el país con un pedido dentro de las 48 horas de realizado y también somos muy ágiles en la respuesta ante la consulta técnica o la respuesta ante un pedido. Como tenemos distintas maneras de comercialización, eso nos posibilita ofrecerle al cliente un abanico amplio de opciones de pago y recepción de la mercadería.

- ¿Son instaladores o solo proveedores?

- No de manera directa sino que tercerizamos el servicio de instalación. Cuando un cliente se acerca a nuestra empresa, de acuerdo al sistema o producto que haya adquirido, le recomendamos aquellos profesionales que consideramos más aptos para el trabajo. A través de ellos se hace el relevamiento del lugar, se ven cuáles son realmente

las necesidades y en base a eso se realiza una propuesta de negocios. Es importante destacar que no contamos con instaladores propios sino que nuestro objetivo es la provisión de equipos y productos para seguridad electrónica.

- ¿Sus clientes son hoy solo instaladores?

- Actualmente ellos son nuestro principal foco de negocios, aunque no perdemos de vista la venta a clientes finales, que fue el inicio de la empresa. Manejamos listas de precios diferenciadas, por lo que no competimos en ese aspecto con nuestro propio cliente que, como dije, hoy es el instalador. Somos con ellos socios de negocios.

- Siendo un distribuidor multimarca, ¿cómo manejan la oferta de productos?

- Eso depende siempre de la necesidad del cliente. No es el mismo producto para aquel que solo quiere, por ejemplo, que le suene una alarma ante una intrusión que para el que además de la alarma quiere ver lo que pasó, a través de una cámara, en un dispositivo móvil. Al manejar una oferta tan amplia de productos, podemos ofrecerle al usuario lo realmente pueda cumplir con su necesidad. Eso lo logramos mediante una charla, en la que escuchamos qué es lo que quieren lograr de su sistema de seguridad para luego, sí, recomendarle el producto adecuado.

- ¿Existe hoy el cliente "cautivo" de una marca?

- Sí, claro, aunque siempre intentamos, a través de la charla previa, saber si ese producto o marca que vienen a buscar cumple realmente con lo que ellos esperan. Más allá de los productos clásicos de cada marca, que son los que en general nos piden, éstas tienen una variedad de soluciones que nos permiten ofrecer lo que realmente va a serles útil. De todas maneras, cuando el cliente pide algo en especial es porque tiene conocimiento de ese producto y sabe que no va a fallarle.

- ¿Cómo manejan la capacitación a sus clientes?

- Como en general nuestros clientes son profesionales de seguridad, siempre están capacitándose en las nuevas tecnologías y sistemas a través de los mismos fabricantes. Y si bien no brindamos, por el momento, capacitación, sí nuestro personal de ventas y asesores técnicos participan de las que ofrecen las marcas. Estamos ahora en una etapa de profesionalización de la empresa, por lo que es importante que nuestro personal

esté siempre en conocimiento de las novedades, cuáles son los distintivos de cada marca o producto. Esto nos permite ofrecerlos de manera correcta a nuestros clientes.

- En estos años, ¿se vieron algunos cambios en el mercado?

- Desde el punto de vista de la comunicación, principalmente. Por eso manejamos dos canales bien diferenciados: por un lado está el cliente final, que en general busca instalar sus propios productos. Se trata de público que busca sistemas sencillos y al cual se llega de una manera más informal pero que requiere de un soporte técnico más aceitado. Ese es el público que compra en general a través de internet y al cual le ofrecemos un asesoramiento más específico, según sus propias capacidades y limitaciones a la hora de instalar un sistema. Por otro lado, está el cliente que pertenece al sector de la seguridad y que ya tiene mucha experiencia en el rubro, por lo cual la comunicación hacia ellos es más específica, por canales más tradicionales, podemos trabajar con ellos de manera más segmentada y apuntado directamente a su necesidad específica.

- ¿Cambió el conocimiento del cliente acerca de los productos?

- Hay mucha información disponible acerca de la tecnología existente, por lo cual pueden pedirnos productos muy específicos y que en general requieren de una logística diferente para su entrega. Cuando se trata de este tipo de clientes se comunica directamente con nuestro departamento de ingeniería, que lo ayudará en el diseño y la elección del producto adecuado. Cuando se trata de requerimientos puntuales pero más tradicionales, lo requerimos directamente a las marcas y se lo enviamos al cliente.

ACTUALIZACIÓN

"Tanto el cliente como el proveedor exigen cada vez más profesionalismo en el distribuidor. Por eso es que tenemos como política de la empresa actualizamos permanentemente en el uso y posibilidades de las nuevas tecnologías", explicó Mathías Schusterman acerca de los conocimientos que se requieren hoy para lograr la fidelización de un cliente. "Hoy no alcanza con saber que hay distintos modelos de sistemas de alarmas, es necesario saber qué hace cada una, dónde y cómo puede aplicarse, qué posibilidades ofrece el usuario, si va a poder interactuar con el sistema, de qué manera... Es

un conjunto de cosas que como distribuidores debemos conocer para trasladarlas al cliente. Hoy el consumidor final no pide una cámara 4K, pero es nuestra obligación ofrecerla si el proyecto podría resolverse con ese tipo de tecnología. Quizá por una cuestión de costos el cliente se decida por otro tipo de solución, pero nosotros debemos ofrecerle toda la tecnología disponible"; concluyó.

- ¿Mantienen un stock de productos o es a demanda?

- Siempre tenemos un stock importante de productos y salvo que éste sea muy específico, podemos entregarlo de manera inmediata. Esto nos permite, también, ofrecer al instante una respuesta ante una eventual falla de un producto. Cuando se trata de productos que están dentro de nuestra garantía y tienen un defecto, por ejemplo, en la electrónica le entregamos al cliente uno nuevo en reposición. Si se trata de productos que presentan fallas después de un tiempo de uso, como por ejemplo el desgaste de piezas en un motor para automatismos, tomamos el producto y lo enviamos a reparar, devolviéndolo al cliente en un plazo no mayor a los 15 días. Tenemos una planilla de seguimiento muy exhaustiva en ese sentido: el cliente nos trae el producto y nosotros nos encargamos de devolvérselo en condiciones. Hoy no tenemos un departamento de reparaciones propio, aunque estamos trabajando en ello y próximamente podremos ofrecerlo al sector.

- ¿Cuáles son los próximos pasos de la empresa?

- Estamos trabajando en un proyecto que nos resulta interesante y que cuenta con la aceptación de muchos de nuestros clientes y proveedores, queremos ofrecerle una experiencia diferente al instalador, por lo que estamos diseñando un lugar acorde para ello, donde puedan probar un producto, verlo en funcionamiento, programarlo. Se trata de un proyecto que va más allá de un simple showroom y esperamos pronto poder anunciarlo. ■

UNIDADES DE NEGOCIOS

- Control de acceso.
- Videovigilancia.
- Alarmas de intrusión.
- Automatización de portones.
- Incendio.
- Videoporteros.
- Domótica.