

TRABAJA SABIAMENTE, NO MAS DURO: COMO MEJORAR TU ESTRATEGIA MAYORISTA: PARTE II

Antes de acercarse a un cliente con potencial de comprar al por mayor, repasa la lista que sigue para prepararte.

- Lista de preparación:
 - ¿Encaja el producto?
 - ¿Es la persona correcta en el tiempo apropiado?
 - Información correcta (y la cantidad adecuada)
- Desglose de lista de preparación
 - ¿Tengo el encaje apropiado del producto? Refiérase a cosas que evaluar sobre un comprador:
 - Conocimiento general de sistemas de comida
 - Experiencia y pericia local y regional
 - Metas y objetivos definidos de sustentabilidad relacionados con adquisiciones
 - Habilidad de crear o cambiar cadenas nuevas de suministro
 - Habilidad de flexibilizar las reglas y hacer que las cosas se adquieran
 - Tiene el presupuesto para adquirir localmente
 - Ha demostrado la habilidad de crear relaciones duraderas con proveedores.
 - A favor de mandatos de pequeños proveedores (o consciente)
 - ¿En qué consiste su surtido? selección de productos, grandes marcas vs. marcas pequeñas, gama de precios, muchos cambios o estable. Entienda que es lo que están actualmente vendiendo y mire si su producto encaja.
 - ¿Trabajan comúnmente con distribuidores o directamente, y tengo yo la capacidad de hacer lo que ellos prefieren?
 - ¿Estoy hablando con la persona correcta en el momento adecuado?
 - Obtenga un sentido de quien tiene el poder de tomar decisiones. ¿Pueden compradores individuales o gerentes tomar la decisión, o tiene que pasarse por un patrón? ¿Corporativo? ¿Hay un límite de compras?

- ¿Están en medio de un proyecto grande? ¿Está cerca o al final del trimestre o año? ¿Tienen un sentido realístico de cuando van a estar activamente en el mercado por algún producto?
- ¿Estoy transmitiendo la información correcta?
 - Basado en lo que ha adquirido sobre los detalles de las necesidades del comprador, dirija su información cuidadosamente.
 - Si hay un chance de que usted este fuera, aunque sea un poco, del gamo de sus productos, enfatice su diferencia, y haga el caso para su compañía basado en ventas existentes, su valor y crecimiento proyectado al comprador.
 - Manténgalo corto y trate de hacerlo por teléfono
- Repaso: Buenas preguntas para hacer
 - ¿Cuál es su margen objetivado? – luego trabaje al revés para ver si la estructura de precios funciona para usted.
 - ¿Qué tan frecuente adiciona nuevos proveedores? - aprenda sobre qué tipo de tiempo funciona mejor, si tienen un largo proceso de aprobación, si el equipo de compras puede ser flexible y creativo.
 - ¿Quién más sule este producto para usted? ¿Quiénes son los distribuidores con quien trabajas? Transparencia acerca del modelo, mire por obstáculos de complejidad y desembarco.
 - ¿Qué tipo de productos estas buscando? ¡A veces esto puede crear oportunidades para usted!

Octubre 20, 2020

Presentadora: Heather Frambach

heather@kitchentableadvisors.org



Funding for Growing Success: Expanding Career Pathways and Experiential Learning at Farmers Markets was made possible by the U.S. Department of Agriculture's (USDA) Agricultural Marketing Service through grant No. AM190100XXXXG129. Its contents are solely the responsibility of the authors and do not necessarily represent the official views of the USDA.