

Paso 1

En éste módulo dentro del **Paso 1** abordaremos una estrategia adecuada para la fijación de precios y rentabilidad, pero también abordaremos los atributos sobre los cuales el mayorista se debe fortalecer para que de esa forma su estrategia de precios sea coherente con los otros elementos que su cliente pueda valorar.

1. Amplio Surtido

Descripción, ventajas y desventajas, así como acciones concretas con ejemplos para aplicar.

2. Atención Rápida

Descripción, ventajas y desventajas, así como acciones concretas con ejemplos para aplicar.

3. Horarios Amplios

Descripción, ventajas y desventajas, así como acciones concretas con ejemplos para aplicar.

4. Entregas Oportunas

Descripción, ventajas y desventajas, así como acciones concretas con ejemplos para aplicar.

5. Servicio al Cliente Personalizado

Descripción, ventajas y desventajas, así como acciones concretas con ejemplos para aplicar.

Los Atributos para Fortalecer la Propuesta de Valor de un Mayorista

1. Amplio Surtido

Descripción:

Tener una variedad extensa de productos permite al mayorista posicionarse como una solución integral para los clientes detallistas, que prefieren un único lugar para abastecerse. Esto incluye no solo múltiples marcas, sino también diferentes presentaciones y precios que cubran diversas necesidades.

Ventajas:

- Aumenta la probabilidad de que los clientes encuentren lo que buscan.
- Reduce el riesgo de que los clientes migren a la competencia.

Acciones:

- Implementar análisis de ventas para identificar productos con alta demanda.
- Actualizar el surtido periódicamente según las tendencias del mercado.

Surtido: Ampliación y Ejemplos

Descripción

Un surtido extenso y variado es el corazón de un negocio mayorista, ya que posiciona al mayorista como un

proveedor confiable y completo para los clientes detallistas. Este surtido debe incluir:

- **Múltiples marcas:** Proporcionar opciones desde marcas económicas hasta premium, para atraer a diferentes tipos de clientes.
- **Presentaciones diversas:** Ofrecer formatos grandes, pequeños o porciones individuales según las necesidades del cliente final.
- **Precios variados:** Incluir productos de distintos rangos de precio para satisfacer tanto a los detallistas con presupuestos limitados como a aquellos que buscan calidad superior.

Por ejemplo:

- En una categoría como bebidas, incluir marcas locales económicas, marcas reconocidas y opciones premium, con presentaciones individuales, packs pequeños y cajas grandes.
- En productos de limpieza, ofrecer detergentes líquidos en botellas pequeñas para tiendas de barrio y bidones grandes para minoristas que atienden negocios más grandes.

Ventajas

1. **Aumento de oportunidades de venta:**
Cuando los clientes detallistas encuentran todos los productos que necesitan en un solo lugar, no solo completan su compra rápidamente, sino que

también consideran al mayorista como su primera opción para futuras necesidades.

Ejemplo: Un cliente que busca alimentos básicos (arroz, azúcar, aceite) y, al encontrar también productos complementarios (salsas, condimentos), realiza una compra más amplia de lo que había planeado inicialmente.

2. Mayor fidelidad y menos migración a la competencia:

Un surtido variado minimiza las probabilidades de que los clientes busquen alternativas en otros mayoristas.

Ejemplo: Si un detallista necesita productos enlatados y encuentra una gama completa de atunes, granos y verduras enlatadas en distintas presentaciones, evita el esfuerzo de buscar en otro proveedor.

3. Adaptación a la demanda local:

Un surtido bien diseñado permite satisfacer tanto las preferencias locales como las tendencias de consumo emergentes, fortaleciendo la relación con los clientes.

Ejemplo: En regiones donde el consumo de alimentos saludables está creciendo, incluir productos como granolas, frutos secos y barras energéticas puede atraer a más clientes detallistas interesados en diversificar su oferta.

Acciones

A. Análisis de ventas y datos históricos:

- Identificar patrones de compra: Evaluar qué productos tienen mayor rotación y cuáles tienen menor salida.
- Detectar estacionalidad: Incorporar productos que sean especialmente demandados en ciertas épocas (bebidas frías en verano o productos navideños en diciembre más allá de solo un producto de temporada).

Ejemplo: Un mayorista puede observar que los snacks tienen una mayor demanda los fines de semana y ajustar el inventario para cubrir esa necesidad.

B. Renovación periódica del surtido:

- Introducir productos nuevos para captar la atención de los clientes detallistas.
- Eliminar productos que no generan ventas para liberar espacio en la bodega.

Ejemplo: Si una marca de galletas no genera ventas durante tres meses, el mayorista puede sustituirla por otra marca con promociones atractivas.

C. Estudio de la competencia:

- Observar qué productos o marcas ofrece la competencia y determinar si es necesario incluirlos en el surtido.

- Identificar vacíos de oferta en el mercado que puedan ser cubiertos con productos nuevos.

Ejemplo: Si la competencia ofrece una marca exclusiva de aceites vegetales que está en alta demanda, buscar una marca alternativa con características similares puede mantener a los clientes satisfechos.

D.Segmentación del surtido por clientes:

- Dividir el surtido en categorías según los tipos de clientes detallistas (tiendas de abarrotes, supermercados pequeños, negocios de comida).
- Priorizar productos que generen mayor rentabilidad o que los clientes detallistas soliciten con frecuencia.

Ejemplo: Tiendas de barrio suelen comprar productos en presentaciones pequeñas, mientras que pequeños supermercados pueden preferir comprar al por mayor en formatos más grandes.

Un surtido estratégico no solo ayuda al mayorista a consolidar su posición en el mercado, sino que también es clave para aumentar las ventas, mejorar la experiencia del cliente y reducir el riesgo de quedar rezagado frente a la competencia.

2. Atención Rápida

Descripción:

La rapidez en la atención genera una mejor experiencia para los clientes, que a menudo enfrentan tiempos limitados para realizar sus compras.

Ventajas:

- Incrementa la satisfacción y fidelización del cliente.
- Permite atender a más clientes en menos tiempo, aumentando las ventas.

Acciones:

- Capacitar al equipo en eficiencia operativa y gestión de colas. **Curso adjunto en éste paso.**
- Utilizar herramientas tecnológicas como sistemas POS rápidos y organizados.

Atención Rápida

Descripción

La atención rápida es un elemento diferenciador clave para los mayoristas, especialmente en mercados donde los clientes valoran su tiempo y buscan maximizar la eficiencia de sus compras. Los detallistas suelen tener agendas ajustadas y necesitan completar sus adquisiciones de manera ágil para dedicar tiempo a la gestión de sus propios negocios. Proporcionar una experiencia de atención veloz no solo satisface esta

necesidad, sino que también proyecta una imagen de profesionalismo y confiabilidad.

Experiencia para aplicar: Para poder iniciar le recomendamos hacer un levantamiento sencillo del tiempo que actualmente tarda un cliente en ser atendido en su establecimiento y esto resulta fácil de estimar con un documento sencillo en el cual Usted o un empleado contabilice el tiempo que le tarda a un cliente ser atendido y despachado después de ingresar a su negocio, esto es posible llevando un registro de la hora de llegada y su hora de salida, en al menos unos 20 clientes durante un día habitual y un día de quincena para luego establecer el tiempo promedio.

El dato resultado será la base sobre la cual Usted podrá establecer una meta del tiempo que defina como atención rápida.

Ventajas

1. Mayor satisfacción del cliente:

La rapidez en la atención reduce la frustración asociada con largas esperas y mejora la percepción general del servicio.

2. Fidelización del cliente:

Un servicio rápido crea una experiencia positiva que fomenta la lealtad a largo plazo, incluso si la competencia ofrece precios similares. alternativas.

3. Mayor capacidad de atención:

Procesar a más clientes en menos tiempo permite maximizar las ventas y aprovechar los picos de demanda.

Ejemplo: Durante un día de alta actividad, un sistema rápido y un equipo eficiente pueden duplicar la cantidad de clientes atendidos en comparación con un sistema desorganizado.

Experiencia para aplicar: Esto puede lograrse si el mayorista considera entrenar en atención a clientes al personal de bodega, de forma que en dichos días y horas el personal de bodega pueda brindar apoyo extra solo en esos horarios para luego realizar su rol habitual.

Acciones

1. Capacitación del equipo en eficiencia operativa:

- Formar al personal en técnicas de atención al cliente orientadas a la agilidad y precisión.
- Enseñar gestión de colas para priorizar y distribuir clientes de manera efectiva.

Ejemplo: Capacitar a los cajeros para procesar facturas con rapidez y asegurarse de que el personal de bodega esté listo para preparar pedidos antes de que lleguen a la caja.

2. Implementación de herramientas tecnológicas:

- Utilizar sistemas de punto de venta (POS) que permitan procesar transacciones en segundos y reduzcan errores humanos.
- Incorporar sistemas de etiquetado de productos con códigos de barras que aceleren la identificación y facturación de los mismos.

Ejemplo: Un mayorista que instala un sistema POS integrado con inventarios evita retrasos y elimina la necesidad de verificar manualmente existencias durante la facturación.

3. Organización de los procesos internos:

- Establecer zonas definidas dentro de la bodega para agilizar la localización y reabastecimiento de productos.
- Crear protocolos claros para la atención en mostrador, la preparación de pedidos y la facturación.

Ejemplo: Diseñar un sistema de pre alistamiento en días de alta demanda para que los clientes solo recojan sus pedidos ya preparados.

Experiencia para aplicar: Algunos mayoristas ya cuentan con aplicaciones que les permiten recibir los pedidos de forma previa o también reciben los pedidos por WhatsApp, la idea es que se pueda dar mayor formalidad a los clientes (Identificación exacta de quienes son para asegurar su alistamiento)

que prefieren un envío previo para luego pasar y recoger el pedido en el menor tiempo posible

4. Incentivos para fomentar agilidad:

- Reconocer y premiar al equipo que logre mantener tiempos de atención cortos sin sacrificar la calidad del servicio.

Experiencia para aplicar: Tomar los tiempos que actualmente tarda el equipo en el alistamiento de los (N) pedidos que se vienen entregando y sobre la identificación de ese número, entrar a definir un incremento de 5, 10 o 15 pedidos adicionales para la entrega del incentivo.

Ejemplo: Implementar métricas de eficiencia y otorgar bonos a los empleados que sobresalgan en rapidez y precisión.

La atención rápida no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también optimiza las operaciones internas del mayorista. Al implementar capacitación, tecnología y procesos eficientes, los mayoristas pueden convertir la velocidad en una ventaja competitiva clave que aumente la lealtad de los clientes y potencie las ventas.

3. Horarios Amplios

Descripción:

Ampliar los horarios de operación permite a los detallistas comprar fuera de las horas convencionales, especialmente en días pico como quincenas o fines de semana.

Ventajas:

- Atrae a clientes con horarios flexibles o limitados.
- Mejora la percepción del servicio al adaptarse a las necesidades del cliente.

Acciones:

- Estudiar patrones de visita para identificar los horarios más convenientes.
- Diseñar turnos de personal que cubran eficientemente los horarios extendidos.

Horarios Amplios

Descripción

Tener horarios de operación extendidos es una estrategia clave para los mayoristas, ya que permite atender a los detallistas que, por sus propias limitaciones de tiempo o picos de actividad, necesitan abastecerse fuera de las horas tradicionales. Este enfoque no solo maximiza la disponibilidad del servicio, sino que también posiciona

al mayorista como un aliado confiable y flexible frente a las necesidades cambiantes del mercado.

Ventajas

1. **Atracción de clientes con horarios flexibles o limitados:**

Detallistas que trabajan en zonas con alta demanda o cuyos propios negocios operan hasta tarde o en fines de semana pueden beneficiarse de los horarios extendidos.

Ejemplo: Un detallista que atiende una tienda de barrio y cierra a las 9 p.m. podrá reabastecerse en el mayorista si este opera hasta las 10 p.m. Entendiendo que para lograrlo se deben entrar a analizar algunos aspectos como por ejemplo el cambio en horarios de los empleados o la disposición de una plataforma que capture los pedidos en ese horario o incluso puede ser también una llamada telefónica.

2. **Mejora de la percepción del servicio:**

Los clientes perciben al mayorista como un socio que entiende y se adapta a sus necesidades, lo que genera confianza y fidelización.

Experiencia para aplicar: Algunos mayoristas ya cuentan con aplicaciones que les permiten recibir los pedidos de forma previa o también reciben los pedidos por WhatsApp, la idea es que se pueda dar Durante días de quincena, un mayorista que opera desde las 6 a.m. hasta el horario que tenga de cierre,

puede entrar a definir franjas horarias en las cuales pueda atender a sus clientes más importantes, bien sea de forma presencial o telefónica.

3. **Maximización de ventas:**

Los horarios amplios aumentan la capacidad de generar ingresos al captar clientes que no podrían acudir durante las horas tradicionales.

Ejemplo: Un mayorista que define un día de bajo tráfico en su sala de ventas (Fuera de quincenas), como el día especial para...

- Martes del detallista golosinero: beneficio en descuentos.
- Miércoles del detallista abarrotero: beneficio de entrega a domicilio gratuita.
- Jueves del transformador: beneficio de producto gratis (En acuerdo con proveedores que apoyen la iniciativa).

Acciones

A. Estudiar patrones de visita:

- Analizar los horarios de mayor afluencia mediante observación directa o reportes de ventas para identificar las franjas horarias más relevantes para los clientes.

Ejemplo: Si los días de quincena tienen alta demanda entre las 7 p.m. y 9 p.m., planificar

recursos para cubrir ese horario adicional con el personal adecuado.

B. Diseñar turnos eficientes:

- Implementar turnos rotativos entre el personal para cubrir los horarios extendidos sin generar fatiga laboral ni comprometer la calidad del servicio.

Ejemplo: Dividir a los empleados en dos turnos, uno de 6 a.m. a 2 p.m. y otro de 2 p.m. a 10 p.m., asegurando suficiente personal para atender a los clientes en las horas pico.

- Otro caso referenciado antes sería la reasignación temporal de roles por parte del personal de bodega para así lograr mejor atención en horarios picos.

C. Promoción de horarios ampliados:

- Comunicar de manera efectiva los nuevos horarios a través de redes sociales, carteles en la tienda y mensajes a los clientes frecuentes.

Ejemplo: Anunciar en WhatsApp Business: *“Abrimos más temprano para ti: Nuevo horario de 6 a.m. a 10 p.m. todos los días de quincena”*.

D. Evaluación continua:

- Monitorear la efectividad de los horarios extendidos mediante reportes de ventas y comentarios de los clientes. Ajustar los horarios si es necesario.

Ejemplo: Si los sábados muestran baja

afluencia después de las 7 p.m., considerar cerrar más temprano ese día y extender los lunes.

Implementar horarios amplios no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también potencia las ventas y la fidelización. Al analizar patrones de comportamiento, planificar turnos estratégicos y comunicar los cambios, el mayorista puede adaptarse a las necesidades del mercado y diferenciarse de su competencia.

4. Entregas Oportunas

Descripción:

Cumplir con tiempos de entrega acordados es fundamental para generar confianza y evitar interrupciones en las operaciones de los clientes detallistas.

Ventajas:

- Mejora la relación comercial con los clientes.
- Reduce costos asociados a reclamos o devoluciones por incumplimiento.

Acciones:

- Implementar rutas de entrega optimizadas mediante tecnología. Hoy disponibles online a muy bajo costo.
- Establecer un sistema de seguimiento en tiempo real para los pedidos. De forma gratuita Usted puede activar la ubicación en tiempo real del celular que tenga el personal de entrega.

Entregas Oportunas

Descripción

Cumplir con los tiempos de entrega acordados es esencial para garantizar que los clientes detallistas puedan abastecerse sin interrupciones en su operación. Una logística eficiente y puntual no solo refuerza la confianza entre el mayorista y sus clientes, sino que también evita pérdidas económicas derivadas de atrasos o problemas operativos.

Ventajas

A. Mejora la relación comercial con los clientes:

- Las entregas puntuales generan una experiencia positiva, fomentando la fidelidad del cliente y la preferencia por el mayorista.

B.Reducción de costos asociados a reclamos o devoluciones:

- Los atrasos suelen generar problemas como devoluciones, pedidos cancelados o la pérdida de clientes. Cumplir con los tiempos establecidos evita estos costos innecesarios.

Experiencia para aplicar:

- Al terminar de alistar y separar el pedido del cliente, se puede generar una foto para enviar por WhatsApp y avisar sobre la completitud del mismo. Esto genera mayor credibilidad, confianza y percepción de servicio.
- Algunos mayoristas ya cuentan con aplicaciones que les permiten recibir los pedidos de forma previa o también reciben los pedidos por WhatsApp, la idea es que se pueda dar Un mayorista que entrega un pedido tarde puede enfrentar costos adicionales al tener que reprogramar la entrega o lidiar con un cliente insatisfecho que decide cambiar de proveedor. En nuestra plataforma Usted puede conocer una herramienta práctica para tal fin.

<https://www.experienciasmayoristas.com/enrutador-de-pedidos>

C. Ventaja competitiva:

- Los clientes valoran la puntualidad como un diferenciador clave. Un mayorista con entregas consistentes y oportunas se posiciona como más confiable frente a su competencia.

Acciones

1. Implementar rutas de entrega optimizadas mediante tecnología:

- Utilizar herramientas digitales como Google Maps, Waze o sistemas especializados en logística para planificar rutas que minimicen tiempos y costos.

Ejemplo: Una aplicación como *Route4Me* permite calcular las rutas más rápidas según el tráfico y la ubicación de los clientes, garantizando que los pedidos lleguen a tiempo.

2. Establecer un sistema de seguimiento en tiempo real para los pedidos:

- Ofrecer a los clientes la posibilidad de rastrear el estado de sus pedidos a través de una aplicación móvil o un enlace en tiempo real.

Ejemplo: Un cliente puede recibir un enlace de seguimiento en WhatsApp que le indique que su pedido está "En tránsito" y la hora estimada de llegada.

3. Capacitar al equipo de entrega:

- Asegurarse de que los choferes y ayudantes entiendan la importancia de la puntualidad y la buena comunicación con los clientes.

Ejemplo: Realizar talleres sobre manejo eficiente del tiempo y atención al cliente para los empleados encargados de las entregas.

4. Definir tiempos de entrega realistas:

- Comunicar a los clientes plazos claros y alcanzables según la ubicación y la carga de trabajo diaria.

Ejemplo: Si un cliente realiza un pedido a las 10 a.m., comprometerse a entregarlo en muelle antes de 45 minutos (Usted define los tiempos según su capacidad), siempre que esté facturado.

- Por otro lado, y cuando existan entregas a domicilio también deberá definir un tiempo límite para entrega.

5. Monitorear el desempeño logístico con KPIs:

- Medir indicadores clave como porcentaje de entregas puntuales, tiempo promedio de entrega y tasa de satisfacción del cliente para identificar áreas de mejora.

Ejemplo: Si el KPI muestra que solo el 80% de las entregas se realizan a tiempo, investigar las causas y ajustar rutas o procesos para alcanzar el 95%.

Ejemplo práctico de entregas oportunas

Un mayorista implementa un sistema de gestión logística que permite planificar entregas en base a la ubicación de los clientes. Al utilizar tecnología, logra reducir el tiempo promedio de entrega de 7 horas a 6 horas. Además, comunica de manera proactiva cualquier retraso inesperado, como tráfico pesado, para mantener la confianza del cliente (Esto es posible con plantilla de WhatsApp donde estén los clientes del día, bajo la responsabilidad de quien lleva la carga). Esto no solo mejora la percepción del servicio, sino que también incrementa las reordenes y reduce las cancelaciones en un 15%.

Entregas oportunas no solo generan confianza y satisfacción, sino que también optimizan la operación del mayorista, aumentando su competitividad en el mercado.

5. Servicio al Cliente Personalizado

Descripción:

Brindar atención individualizada que reconozca las necesidades específicas de cada cliente genera un vínculo que trasciende la simple transacción comercial.

Ventajas:

- Aumenta la fidelización y las recomendaciones.
- Permite detectar oportunidades de ventas cruzadas o adicionales.

Acciones:

- Capacitar al personal en habilidades de comunicación efectiva.
- Mantener bases de datos actualizadas con el historial y preferencias de los clientes.

Servicio al Cliente Personalizado

Descripción

Brindar atención individualizada a cada cliente permite construir una relación sólida que va más allá de la venta. Reconocer sus necesidades particulares, preferencias y comportamientos de compra crea una experiencia única y valiosa. Esto es especialmente importante en el ámbito mayorista, donde los clientes detallistas buscan socios confiables que entiendan sus requerimientos comerciales.

Experiencia para aplicar: Algunos mayoristas ya cuentan con aplicaciones que les permiten recibir los pedidos de forma previa o también reciben los pedidos por WhatsApp, la idea es que se pueda dar Una acción concreta para lograr ésta iniciativa es que Usted pueda asignar a un grupo de clientes por vendedor de mostrador de la siguiente forma:

- Identifique el Nro. De clientes de mayor compra a los cuales les asignará un vendedor de mostrador. Ejemplo 50 clientes identificados.
- Si tiene 5 vendedores de mostrador, asigne 10 clientes por cada vendedor, asignarlos significa que cada vendedor obtendrá todos los datos de dichos clientes, incluido el teléfono para que una vez a la semana lo pueda llamar e indagar como va su negocio.
- Cuando el cliente visite las instalaciones del mayorista, la idea es que el vendedor de mostrador que lo tiene asignado sea quien lo atienda y si estuviera atendiendo otro cliente, rápidamente lo reasigne a otro vendedor y reciba él a su cliente.
- Ésta iniciativa le permitirá al vendedor conocer las preferencias, hábitos y productos más solicitados por parte del detallista.

Ventajas

A. Aumenta la fidelización y las recomendaciones:

- Los clientes que sienten que su proveedor entiende y prioriza sus necesidades están más inclinados a seguir comprando y recomendar el servicio a otros.

Ejemplo: Un mayorista que recuerda los pedidos recurrentes de un cliente y sugiere promociones relacionadas fomenta la lealtad.

B. Detecta oportunidades de ventas cruzadas o adicionales:

- Conocer al cliente permite sugerir productos complementarios o identificar oportunidades de ampliar el surtido en función de sus necesidades específicas.

Ejemplo: Un cliente que compra snacks regularmente podría estar interesado en adquirir también bebidas o exhibidores para su tienda.

Acciones

a) Capacitar al personal en habilidades de comunicación efectiva:

- Entrenar a los empleados en técnicas de escucha activa, empatía y manejo de objeciones para mejorar la interacción con los clientes.

Ejemplo: Realizar talleres sobre cómo

identificar necesidades no expresadas por el cliente y sugerir soluciones adecuadas.

b) Mantener bases de datos actualizadas y detalladas:

- Utilizar un sistema que registre las preferencias, historial de compras y datos relevantes de cada cliente para ofrecer recomendaciones personalizadas.

Ejemplo: Una herramienta CRM que notifique al equipo de ventas cuando un cliente está próximo a agotar su inventario con base en sus compras anteriores.

c) Personalizar la comunicación y las ofertas:

- Enviar mensajes o promociones dirigidas específicamente a cada cliente según su perfil de compra.

Ejemplo: Enviar un mensaje personalizado ofreciendo un descuento en productos que el cliente suele comprar durante fechas clave, como temporadas altas o festividades.

d) Crear canales exclusivos de atención al cliente:

- Implementar medios de contacto preferenciales para resolver dudas o recibir pedidos con mayor rapidez.

Ejemplo: Un número de WhatsApp exclusivo para pedidos urgentes o consultas, atendido por personal capacitado.

e) Solicitar y actuar en función de retroalimentación:

- Implementar encuestas de satisfacción para entender qué esperan los clientes y ajustar el

servicio en consecuencia.

Ejemplo: Si los clientes mencionan que el proceso de facturación es lento, invertir en software que agilice esta tarea.

Ejemplo práctico de servicio personalizado

Un mayorista identifica que un cliente regularmente compra artículos de limpieza en grandes volúmenes. Con base en este dato, el equipo comercial sugiere un nuevo producto más rentable y organiza una demostración en la tienda del cliente. Además, el mayorista ofrece un esquema de descuentos por volumen, ajustado específicamente a las compras promedio del cliente. Este enfoque personalizado no solo incrementa las ventas del mayorista, sino que también fortalece la relación comercial.

Ofrecer un servicio al cliente personalizado transforma la interacción en una alianza estratégica, impulsando la confianza y la preferencia hacia el mayorista como un socio de negocio clave.

Integración de los Atributos:

Fortalecer cada uno de estos pilares permite al mayorista destacar frente a competidores que solo compiten en precios. Esto no solo eleva la percepción del cliente, sino que también crea una operación más rentable y sostenible en el tiempo.