



Julián Sánchez es el director gerente de esta compañía especializada en el sector de la distribución



Reactivar el consumo y fomentar las ventas

Las técnicas de Metafase ayudan a sus clientes a vender más y mejor

INÉS ORÍA
MADRID

La crisis económica está provocando un descenso del consumo en todos los sectores provocando una disminución en la demanda de productos y servicios. Así, la coyuntura económica se erige como el momento ideal para el desarrollo de determinadas técnicas de marketing como el *cross-merchandising*, una técnica comercial que ayuda a vender más en el mismo acto de compra a través de la asociación de patrones de consumo de distintos productos; por ejemplo: bebidas espirituosas con refrescos o snacks, cepillos de dientes y crema dental, pescados y mariscos con salsas, ó muebles con complementos del hogar. Según Julián Sánchez, director general de la compañía de ventas externas de Metafase, se trata de una técnica que «se está aplicando en todos los sectores y canales de venta, desde el Gran Consumo al mercado de Selectivo con unos óptimos resultados».

Algunos consejos

Ventajas de las actividades de promoción de ventas

Las técnicas de marketing ofrecen alternativas innovadoras tanto a los fabricantes -que ven cómo se reduce el ritmo de consumo de sus productos- como a los distribuidores -que venden menos que en períodos anteriores y que necesitan hacer mayores esfuerzos para ser competitivos-. Además, la crisis económica presiona tanto a comercializadoras como a productoras a obtener resultados en un plazo más corto y las actividades

de promoción ofrecen ventajas para ambas:

- 1 El incremento inmediato de las ventas, que además hace que el mercado se amplíe, y en consecuencia la producción.
- 2 Se reducen los costos al incrementar la eficiencia en las ventas, a la vez que se generan ingresos adicionales que mejoran la disponibilidad de efectivo de la empresa.

3 En cuanto a los beneficios para las marcas, al producirse más ventas se amplía el uso de un producto, posibilitando así mayor fidelidad a la marca y distinguiéndola de los productos competitivos.

4 Ayuda a introducir nuevos productos al inducir a los consumidores a probarlos y conocerlos.

5 Se reducen los inventarios no deseados hasta su nivel óptimo.

OFRECE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE CONSULTORÍA Y NEGOCIACIÓN

La compañía, fundada en 2003, está especializada en el sector de la distribución y todos sus clientes son multinacionales porque, tal y como explica Sánchez, son

las que «van la vanguardia de los mercados».

Metafase actúa como un departamento externo del servicio de fuerzas de ventas o como un complemento al equipo comercial aportando mayor cobertura. «Una de nuestras principales características es que damos un valor añadido fruto de nuestro conocimiento anterior y apor-

tamos a los clientes no sólo un servicio de fuerza de ventas externo sino también de consultoría». Así, además de los servicios específicos de fuerza de ventas, la compañía ofrece a sus clientes servicios complementarios de análisis de la información -análisis de resultados y packs personalizados de informes- de formación y consultoría -con la organización

de seminarios comerciales y de consultoría comercial especializada- y de negociación.

Cuenta con una plantilla de 140 trabajadores y, aunque tiene oficinas en toda España, su director general destaca que su objetivo «no es ser los más grandes sino los mejores, la mejor compañía de ventas externas». Por este motivo, la empresa invierte mucho tiempo y esfuerzo en la formación del personal. «Nuestra filosofía es que todo el mundo pueda entrar sin saber nada y formarlos aquí, que aprendan nuestra metodología y nuestra forma de trabajar», explica Sánchez. De hecho, todos los vendedores reciben al entrar

HA CREADO UNA ESCUELA DE VENTAS PROPIA PARA FORMAR A SUS VENDEDORES

un cursillo de formación de tres días con un entrenador personal que les enseña la filosofía, la estrategia o los métodos de venta. «Todos los empleados reciben al entrar esta formación y pasan por diferentes puestos de forma que cualquier persona tiene la opción de ascender dentro de la empresa», comenta Julián Sánchez. Esta metodología ha hecho posible que Metafase ponga en marcha una escuela de ventas propia donde van los comerciales más sobresalientes. Hasta el momento, aproximadamente el 20% de la plantilla ha pasado ya por esta particular escuela. ■