



Vender o regalar.



La diferencia entre que la entrega de nuestro producto o servicio al cliente sea una venta o un regalo está en el cobro.

¡Ni más, ni menos!

Desgraciadamente, hemos de reconocer que al final, únicamente cobra el proveedor que muestra verdadero interés por perfeccionar el cobro.

¿Por qué entonces no gestionamos mejor nuestra cartera de clientes?

¿Hemos definido a quién nos interesa vender? O ¿Vendemos “indiscriminadamente” sin evaluar con criterio cada operación?

¿Hemos definido nuestras condiciones de venta? O ¿Aceptamos cualquier condición que nos imponga el cliente?

Creo que las preguntas anteriores indican claramente el camino que deberíamos seguir en nuestra gestión comercial.

...sin embargo, nos cargamos de excusas para no afrontar con decisión la correcta gestión de nuestro riesgo comercial.

La primera excusa que oigo cuando planteo la necesidad de definir nuestras propias condiciones de venta y evitar que el cliente imponga las suyas es:

“Nosotros somos una pyme y no tenemos fuerza para imponer nuestro criterio”

Permítanme dos comentarios sobre esta afirmación.

Primero: Si tu no crees en ti mismo, ¿Quién lo hará? Para vencer es necesario creer



Raimon Serrahima Formosa

Consultoría y Formación

Dirección financiera de la empresa

raimon.serrahima.com

www.serrahima.com

Profesor en:

BES laSalle

Business
Engineering
School

Universitat Ramon Llull

UOC

Universitat Oberta
de Catalunya

INSTITUTO INTERNACIONAL DE POSGRADO

Miembro de:

aeca ACCID

en uno mismo. No nos podemos permitir el lujo de acarrear complejos de inferioridad.

Segundo: Según consta en el Real Decreto Ley 3/2012 del pasado 10 de febrero de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral, “Las empresas de cincuenta o menos trabajadores constituyen, según datos del Directorio Central de Empresas del Instituto Nacional de Estadística, el 99,23% de las empresas españolas.” Así que nuestra empresa se agrupa con el 99'23% del tejido empresarial de nuestro país.

¡No estamos en minoría! Nuestro posible cliente tiene muchos números de pertenecer al mismo grupo. En concreto el 99'23% ¡casi nada!

Así que podemos cambiar la afirmación anterior por:

“Nosotros somos una pyme y SI tenemos fuerza para imponer nuestro criterio”

¡Pequeña diferencia pero gran cambio!

...y una pequeña ampliación para los irreductibles. Ese posible cliente que pudiera tener más fuerza, si pretende imponer condiciones que no nos convienen, sencillamente no nos interesa como cliente. **Ni estamos obligados, ni debemos venderle nuestro producto o servicio.**

Y por último, no olvidemos que **para que sea negocio debe convenir a las dos partes.** No podemos exigir absurdos, pero, sobre todo, tampoco aceptarlos.

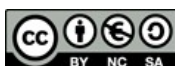
Saludos

Raimon

Ultima revisión: 2 de marzo de 2012.

Raimon Serrahima Formosa
raimon.serrahima.com

Dirección financiera de la empresa www.serrahima.com



Licencia Creative Commons: Reconocimiento - NoComercial - CompartirIgual (by-nc-sa): Debe reconocerse la autoría. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.

Pag.2