

## FORTALEZAS

- Corto tiempo de entregas
- Asesoramiento comercial propio
- Alta capacidad de almacenamiento
- Amplia gama de productos competitivos
- Exclusividad de marcas
- Baja rotación de personal

## OPORTUNIDADES

- Atención a pequeños comercios con bajo poder de negociación de precios
- Aumento en el consumo de producto de higiene y seguridad.
- Aumento en el consumo gracias a programas impulsados por el gobierno

## DEBILIDADES

- Decisiones altamente centralizadas
- No hay área de Recursos Humanos
- No ofrecen financiamiento
- Falta de estrategia publicitaria
- Sin capacitación de puestos
- Falta de sistema de gestión y control interno

## AMENAZAS

- Alta competencia
- No hay barrera de salida para los clientes
- Ingreso de cadenas mayoristas
- Medidas económicas que establezcan precios
- Integración hacia delante de marcas

## INTRODUCCIÓN - PROBLEMÁTICA

En este artículo se buscará mostrar la importancia de la innovación en servicios en empresas de venta de bienes. Para ello se analizará un caso práctico de un comercio mayorista de productos de consumo masivo del interior cordobés.

La organización cuenta con sucursales distribuidas en la provincia. Recientemente invirtieron en un nuevo centro de distribución en su localidad de origen, con el objetivo de centralizar su actividad. La pérdida de cercanía con el cliente es una consecuencia directa de esta decisión, y con ello la posibilidad de que tiendan a cambiarse a la competencia.

## PLAN DE ACCIÓN

**Plan 1:** Desarrollar una plataforma virtual que permita la compra de productos y acceso a promociones. Incorporar un sistema CRM para la gestión de clientes actuales y potenciales.

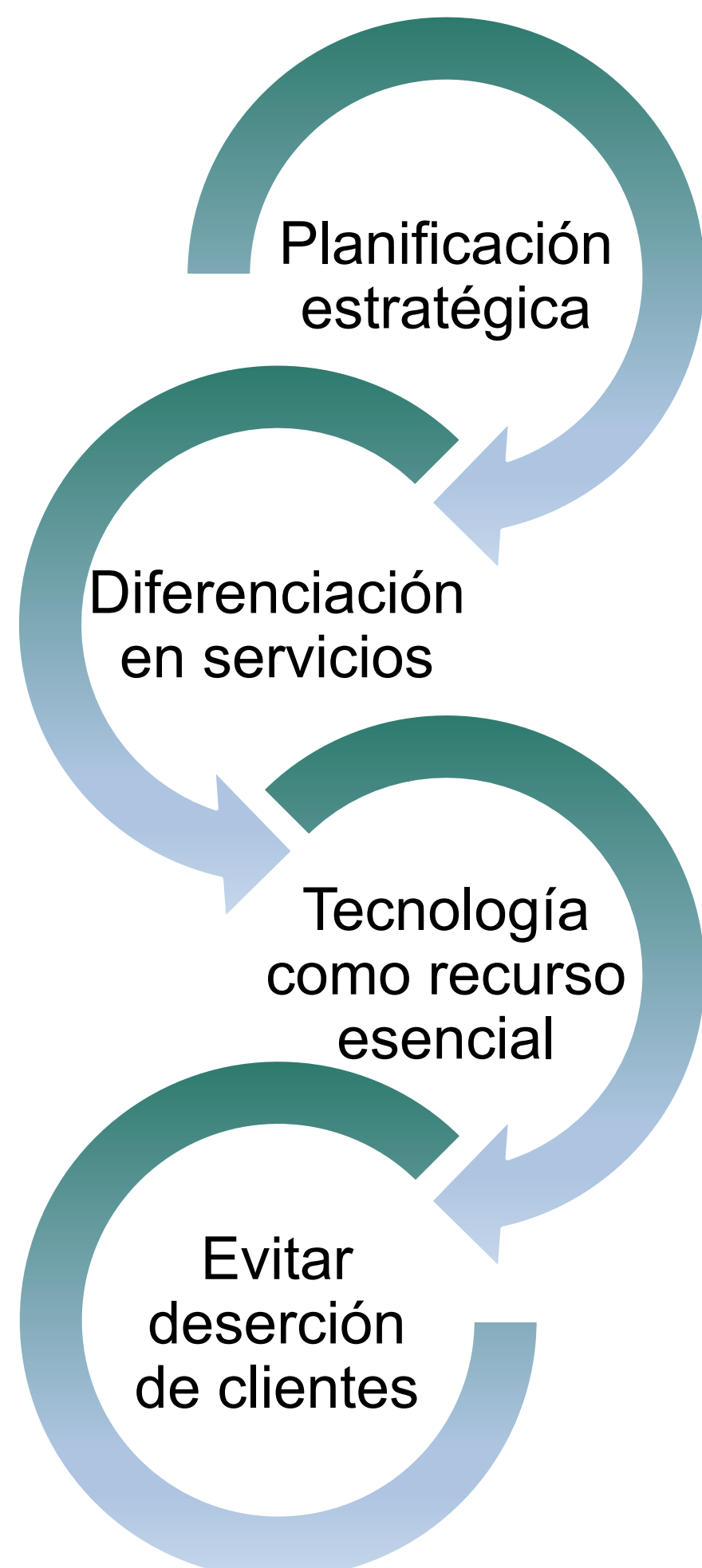
Ambas plataformas vinculadas para oficinas y vendedores de calle. Aplicación de estrategias de marketing digital.

**Plan 2:** Uso del sistema CRM como base de datos para clasificar a la clientela, filtrar según tipo de cliente para aplicar la estrategia de fidelización más adecuada. Ofrecer un servicio innovador en todo el proceso de compra.

**Plan 3:** Capacitación constante del personal, sistematización y unificación de procesos, control interno, asignación de responsables y formación de puestos previa al cambio de posiciones.



AUMENTO DEL 20% DE LA RENTABILIDAD POR VENTAS



## CONCLUSIONES

- Importancia de desarrollar cambios cuyos resultados se vean en el corto plazo y perduren en el tiempo
- Esta propuesta puede implementarse en cualquier industria.
- Las retroalimentaciones periódicas son útiles para analizar los resultados provisorios y proponer acciones de mejora ante escenarios desfavorables.
- La capacitación promueve a la sistematización de procesos y la realización eficiente de los mismos.