

VENDA BIEN VENDING

NUEVE MANERAS DE HACER CRECER SU NEGOCIO VENDING

Según una encuesta reciente de dueños de pequeñas empresas en Argentina y España, el problema número uno mencionado fue el hallazgo y la conservación de Clientes de Servicios Vending.

El crecimiento es el mejor antídoto para el fracaso.

El crecimiento es la mejor manera de poner dinero en el banco, de elevarse, de tomarse unas lindas vacaciones y de comprar ese auto nuevo en el que ha estado pensando. Esto significa encontrar nuevos flujos de ingresos. He aquí algunos métodos comprobados que se pueden utilizar para encontrar un nuevo cliente:

HAGA QUE LOS CLIENTES ACTUALES LE COMPREN MAS

Esto requiere revisar su base de clientes actuales y determinar donde está su negocio, para poder apuntar hacia donde no está. Su meta es maximizar el emplazamiento halagüeño para generar máximas oportunidades de rentabilidad.

Una vez que haya hecho su tarea, siéntese con sus clientes y vea donde están sus oportunidades de consolidación de ventas (que servicios y donde): donde pueden ahorrar tiempo y dinero tratando más con usted y menos con la competencia.

HAGA QUE LOS CLIENTES ACTUALES COMPREN CON MAYOR FRECUENCIA

Descubra cuales son los controles por los cuales sus clientes no consumen más frecuentemente. ¿Ha usted determinado por que algunos ítems o servicios avanzan más que otros? ¿O por que algunos servicios que usted brinda no venden nada? Quizá la gente esté dispuesta a comprar más a menudo, pero necesita su ayuda para "empujarlos".

También denominamos a esto "cebar la bomba", si usted tiene un boletín, quizá pueda entregar algunas copias de la última edición para ayudar a inclinar la decisión de compra o consumo a su favor.

HAGA QUE LOS CLIENTES ACTUALES CONSUMAN NUEVOS PRODUCTOS

La manera más rápida de obtener clientes para probar nuevos ítems es a través de las muestras. Ocurre todo el tiempo en el supermercado. Tras una degustación gratuita, se le entrega un cupón para una prueba de bajo o sin costo en su empresa. Este es un método probado y cierto que puede funcionar para su negocio.

La próxima vez que encuentre un producto que piense que le gustará a sus clientes, intente esto: ofrezca un descuento con precio bajo a sus clientes leales como una forma de agradecimiento durante 30 días. Si normalmente vende un ítem a 80 céntimos, véndalo a 40 y deje que los clientes sepan a través de una nota cual es el precio "normal" Obtendrá retroalimentación, en corto tiempo el ítem avanzará o no, vuelva a subir el precio a 80 céntimos y descubrirá que muchos, por no decir todos, lo siguen comprando.

OBTENGA REFERENCIAS A SUS CLIENTES ACTUALES

La gente conoce gente: vecinos, parientes, amigos, clientes, competidores, proveedores. Pida referencias a sus actuales clientes. Si esto se traduce en un nuevo negocio para usted, pague un "honorario" en forma de obsequio a las fuentes. No tiene que ser elaborado ni caro.

Presénteles una entrada de cortesía al cine o al teatro, un cupón para alquiler de videos, una botella de buen vino o una cena gratis en un restaurante local. Lo amarán por ello.

ENCUENTRE NUEVOS CLIENTES UNIÉNDOSE A UNA ORGANIZACIÓN

Los Empresarios adoran estar en organizaciones civiles, políticas y religiosas. Un porcentaje grande pertenece a por lo menos una organización; Muchos son activos en varias. Propóngase visitar, unirse y participar en por lo menos tres organizaciones. Le resultará útil estar en una capilla local de la comunidad donde se encuentra su negocio.

¿No está seguro por donde empezar? Ingrese en Internet o capillas o clubes o agrupaciones políticas locales, dialogue con los integrantes, si encuentra un "fan" del Chavo, usted también lo será.

Puede tardar un tiempo hallar los grupos correctos para usted. Eso está bien. Sea sincero en su membresía y apoyo. Se sorprenderá de cuanto negocio proviene de estas organizaciones; Es a quién conoce lo que realmente cuenta.

DEJE QUE LOS NUEVOS CLIENTES LO ENCUENTREN

¿Cuán fácil es para alguien que quiere negociar con usted, negociar con usted? ¿Pueden encontrarlo si lo buscan? ¿Figura en las Páginas Amarillas? ¿Está en la lista de la sección comercial de la guía telefónica? Figura en buscadores de Internet? ¿Son visibles sus carteles?. No puedo decirle cuantas veces he mirado una máquina de Vending y no pude encontrar quien era el propietario, no había un rótulo por ningún lado y en muchos casos alguien me preguntó si sabía que empresa proveía el servicio. Su lugar del negocio es uno de sus vehículos publicitarios, tal como lo son las páginas amarillas, los carteles en sus autos o camiones, sus tarjetas comerciales, su mensaje en el contestador telefónico y la amabilidad y diligencia de la persona que atiende el teléfono en su oficina.

Si quiere que la gente lo encuentre, tiene que facilitarles el llegar a usted. Ponga a prueba su propia publicidad y vea cuan bien funciona cuando lo intenta. Luego haga que alguien a quien no conoce, haga lo mismo; Trate de llegar a su empresa a través de medios tradicionales. Compare los resultados y realice cambios, si es necesario, de inmediato. Si solo lo conocen sus parientes, el negocio no será muy grande.

HALLE NUEVOS CLIENTES A TRAVÉS DE SU BOLETÍN

La respuesta a su búsqueda de nuevos clientes puede no estar necesariamente en la publicidad, sino que podría ser factible a través de información. Comience un boletín para informar y educar a sus clientes actuales y potenciales. Ponga la parte "persuasiva" de la venta en la parte final del mismo por ahora. Use un boletín para posicionar su organización como fuente de conocimiento y datos en su comunidad para la industria del Vending.

Su lista de nombres debería ser fácil de obtener, comience con sus clientes actuales y potenciales. Agregue sus antiguos clientes, proveedores, miembros de su iglesia y organizaciones a las cuales pertenece. No olvide las organizaciones a las cuales pertenecen sus hijos: Scout, fútbol, clubes escolares.

Pidan a los que figuran en su lista de mailing referencias adicionales: "Steve, soy John Smith de ABC Vending Service. Hago negocios con Harry de la fábrica XYZ de esta ciudad. Él me sugirió que te llamara. ¿Quieres recibir mi boletín trimestral gratuito? Correcto, Steve, es gratis. Grandioso, te enviaré la edición actual por mail o correo hoy mismo. La siguiente edición será en enero"

Asegúrese de enviar una copia a su periódico local. Llame previamente y chequee el deletreo de los nombres de todos los que escriben en la sección comercial, como así también el del editor a cargo. Muy pronto, estas personas se pondrán en contacto con usted sobre su voluntad de ser reseñado en el periódico. Usted no puede poner precio a esa clase de relación ni a los beneficios de la publicidad gratuita. Conviértase en un recurso y sus clientes pronto se preguntarán sobre su negocio y servicios. ¿No es de eso de lo que trata su negocio?

ENCUENTRE NUEVOS CLIENTES REALIZANDO UNA RED

No importa lo que venda actualmente, tiene que comunicárselo a la gente si quiere tener éxito. Eso significa realizar una red. No se desanime por el término. Simplemente significa hablar con la gente y resolver sus problemas. Significa trabajar para un objetivo común o por una causa mutua dentro de un círculo de conocimiento o una organización. Su red comienza en su propia casa, con su familia y se expande hacia su vecindario, su iglesia, su club, es todo local. No sea insistente, no venda. Sea abierto y cuando se una a una organización, promueva los mejores intereses del grupo. Los beneficios no llegarán a corto plazo, será a largo plazo, pero llegarán.

ENCUENTRE NUEVOS CLIENTES HABLANDO

Si, dije hablando. Si tiene conocimientos útiles y piensa que alguien mas puede beneficiarse en compartirlos, puede querer considerar contactarse con grupos cívicos locales. Estas personas están buscando constantemente oradores que informen su membresía acerca de ... cualquier cosa. Y puesto que estos grupos están llenos de negocios locales, pueden ser un buen blanco para usted.

¿De que puede hablar usted específicamente? ¿Quién en su comunidad sabe más sobre el tema Vending que usted? ¿Quién sabe como es tener un negocio independiente en los años 2000? ¿Quién sabe más acerca del servicio al cliente? Estas son tres excelentes áreas en las cuales puede educar e informar a su público potencial tres temas sobre los cuales es un experto. Pero ese conocimiento no puede traducirse en ventas si se lo guarda para sí mismo.

PALMÉESE LOS HOMBROS CON LA GENTE

No puede hacer una venta sentado frente a la TV, leyendo una revista de negocios o hablando con su esposa. Propóngase salir todos y cada día entre la gente que no conoce muy bien. Así es como usted puede expandirse. Conoce gente nueva, aprende cosas nuevas, quizá se involucra en su comunidad o con una causa en la que puede destacar. Y su negocio es propenso a tener éxito por que usted se ha vuelto proactivo en lugar de reactivo. Ahora sé que se puede construir un negocio en permanente crecimiento si está donde pueda conectarse con la gente. Como resultado desayune, almuerce y cene afuera varias veces por semana, usualmente con gente que no conozca. Pero son personas que pueden ayudarle a que su negocio sea exitoso. Esos amigos recién hallados van a marcar la diferencia. Para tener éxito debe expandir sus conexiones y amistades.

CADA DÍA UN PEQUEÑO ÉXITO

Todos queremos hacer crecer nuestra organización y tener éxito.

Esto solo puede tener lugar si trabajamos en ello todos y cada día. Si sigue estas nueve sugerencias, probablemente tendrá muchos mas negocios de lo acostumbrado y será mucho más feliz que antes.

¡Pronto su mayor problema podrá ser tratar de hallar el tiempo para tomarse esas lujosas vacaciones con las que ha estado soñando!

Ruben Danilo Abelairas Sousa