



LA OPORTUNIDAD COMO ARGUMENTO DE VENTAS

Nº 1803

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas
Consultor / Gerente

En todo proceso de venta de bienes o de prestación de servicios existe un elemento frecuentemente sensible alrededor de la oportunidad en la entrega del bien o servicio que se comercializa. Aún para calidades y precios comparables, dos bienes o servicios de igual contenido no tendrán el mismo valor percibido por el comprador si se trata de momentos de entrega o cumplimiento diferentes y, en ocasiones, bien distantes.

Aquí aparece un factor muy determinante del éxito de una venta/compra, especialmente en muchas cadenas de valor o producción, donde el tiempo de entrega es crítico en la generación de satisfacción, sea por simple conveniencia de quien lo recibe o por requerimiento técnico de un tiempo de entrega específico para la continuidad de un sistema de producción.

Independientemente del diseño, el contenido, las características, el precio y la calidad del bien o servicio, el tiempo de entrega puede hacer mucho en favor de la percepción de estar al frente de un valor y satisfacción superiores por parte del consumidor o, por el contrario, hacer perder todo el valor creado por el productor, generando una pérdida de

complacencia, de confianza y aún un motivo suficiente para la pérdida del cliente.

Tan importante, entonces, como el buen producto es la estrategia de entregas oportunas fundamentadas en una excelente logística¹, donde intervienen varios elementos internos y externos a la empresa productora del bien o suministradora del servicio, como son, veámoslos por separado:

Logística interna para entregas oportunas

- **Conocimiento de las normas legales que regulan la producción/prestación y comercialización de los bienes o servicios:** En este aspecto, todo comerciante (productor o comercializador de bienes y/o prestador de servicios) deben estar enterados de las normas legales o reglamentarias que corresponden a cada tipo de negocio, como es obvio, no es lo mismo la reglamentación para una guardería que para un parqueadero de vehículos. Especial cuidado debe tenerse con los productos perecederos o con los servicios relacionados con la salud.

¹ En este contexto entendemos la logística empresarial como el conjunto de los medios y métodos que permiten

llevar a cabo la producción, comercialización y **la entrega oportuna** de los bienes o de la prestación de los servicios.

- **Trámites y documentos al día:** Parece una recomendación no necesaria y obvia, sin embargo, en muchas empresas este es un talón de Aquiles. Documentos y trámites tales como: licencias y permisos, certificados de origen, documentos de embarque, instrumentos de pago, seguros diversos, etc., son indispensables en la optimización de los tiempos de entrega.
- **Coordinación entre ventas y producción:** Es parte de la sincronización necesaria al interior de una empresa: si los vendedores no consultan las capacidades y disponibilidades de las áreas de producción para satisfacer su demanda o si la producción no consulta los pronósticos de ventas y los pedidos, hay una desconexión que afecta gravemente la oportunidad de entrega, entre otros impactos de carácter financiero, comercial, operativo y de resultados económicos.
- **Coordinación en manejo de inventarios:** Como es también obvio, los inventarios de materia prima, producto en proceso y terminados, deben estar bien sincronizados entre producción, ventas y despachos para garantizar una óptima oportunidad de entrega.
- **Coordinación entre almacenaje, empaque, transporte y distribución:** Como en el caso de los inventarios, los procesos enunciados requieren también de buena coordinación para no afectar la oportunidad de las entregas: nada se gana con unas buenas ventas si no están acompañadas por oportunos despachos y entregas.

Logística externa para entregas oportunas

- **Operadores logísticos confiables y experimentados:** Cuando intervienen operadores logísticos externos para la distribución, almacenaje y transporte de la mercancía, se requieren buenos contratos, respaldados en una gran experiencia para optimizar los tiempos de entrega. Un conocedor y experimentado operador logístico hace mucho en favor del diseño de rutas de entrega, establecer mínimos de almacenaje (mercancía en movimiento) y determinar los costos óptimos inherentes.
- **Disponibilidad de financiación para la producción y la comercialización:** Frecuentemente, si no se cuenta con recursos propios, los productores de bienes o los prestadores de servicios requieren disponer de un capital de trabajo apropiado al nivel de sus operaciones, para lo cual necesitan tener acceso a sistemas de financiación que le añadan fluidez a las ventas y las entregas.
- **Canales de distribución acreditados, organizados y confiables:** Existen diversos canales de distribución presenciales o virtuales, con ventajas, capacidades y costos diferentes para la atención a los clientes interesados en un bien o servicio. Estos canales deben estar lo suficientemente organizados y estructurados para que sean confiables para los consumidores y deben agilizar, en lo posible, los tiempos de asesoría al cliente final y de la entrega según lo acordado en el pedido, con la oportunidad requerida.



La entrega oportuna es un excelente argumento de ventas, el cual agrega gran valor y satisfacción a todo tipo de clientes y consumidores. Es una variable por explotar en forma competitiva y, en ocasiones, un enorme valor diferencial.

Marzo 2018

Acerca de Planning

Planning es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



Servicios: Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo



Recomiende a un amigo: Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#) para entrar a la página de referidos.



Información de contacto: Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escribanos a info@planning.com.co o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.

Síguenos en:

[twitter](#)

[facebook](#)