

ABRIL, UN MES PARA APRENDER

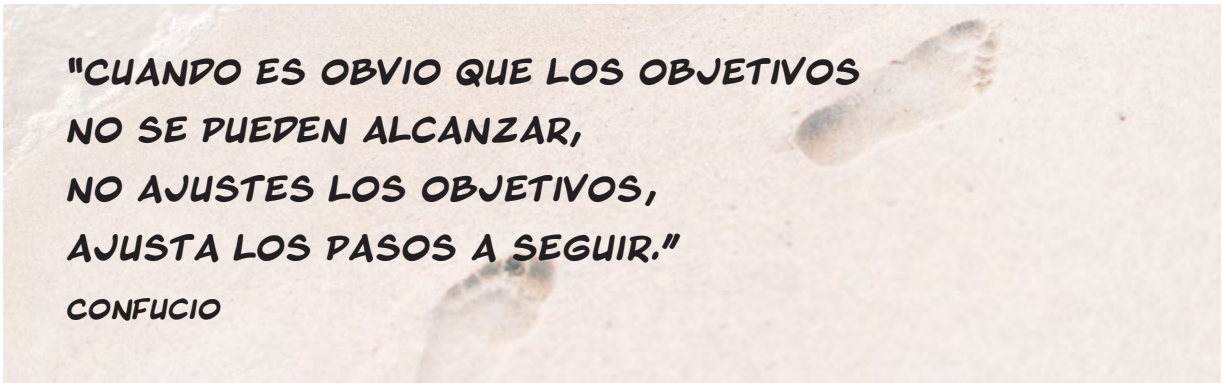
A pesar de la actual e inusitada situación que estamos viviendo, la ilusión por los nuevos proyectos y el compromiso que tenemos con nuestra labor en GAES es lo que sin duda está marcando nuestro día a día. El buen ambiente y **el buen ánimo para avanzar y trabajar con más fuerza** que nunca es la ilusionante tónica en general. Esto tal vez sea otra de las características que **nos hace diferentes** en nuestro mercado.

La reducción de ventas es algo menor de la prevista, y la primera lectura que podemos hacer nos desvela que **tenemos una visión bastante exacta de nuestra situación, posición y de lo que tenemos entre manos para gestionar**; de esto lo más importante que concluimos es que cada uno de nosotros está ocupado con lo que tenemos que hacer y por tanto se está cumpliendo en general con lo que se espera de nosotros. La máxima responsabilidad y la plena actividad personal con la que cada uno estamos actuando hace que estemos consiguiendo mantener nuestra actividad en mínimos momentáneamente sostenibles, esto nos debe hacer seguir trabajando muy centrados en seguir la actual línea.

El mercado está apático y muy receloso y el daño que está haciendo el Coronavirus a nuestra economía es más grande de lo que nadie podría haber imaginado, aún así, el consuelo es que **una parte del poco negocio que hay en el mercado está siendo para nosotros**: no hemos detectado que los clientes se estén moviendo a otras fuentes de aprovisionamiento, ni sentimos que nuestros competidores estén más fuertes que nosotros, tampoco creemos que estos estén acometiendo acciones sobre las que no estemos trabajando nosotros.

Nuestros clientes reconocen el buen trabajo que hemos hecho durante muchos años, depositando su confianza en nosotros en forma de pedidos y de solicitudes de colaboración en proyectos. Nuestra reputación y buen hacer durante años es el fruto que hoy recogemos, también debemos seguir en esta línea.

Pero no debemos morir de éxito, no nos debemos descuidar: en la actual situación es cuando más atentos tenemos que estar, ya que no sabemos (y creemos que nadie sepa) la duración de la actual situación. Ahora bien, todo lo que tenemos y debemos hacer lo vamos a hacer. No vamos a dejar pasar ninguna oportunidad, y seguiremos aprovechando los recursos y el tiempo para captar más y nuevo negocio, y también para labores de organización. De esto último hablaremos mucho a lo largo de los próximos meses, ya que si algo positivo está trayendo esta crisis es que **nos adaptaremos a la nueva realidad como una más organizada y mejor empresa**.



**"CUANDO ES OBVIO QUE LOS OBJETIVOS
NO SE PUEDEN ALCANZAR,
NO AJUSTES LOS OBJETIVOS,
AJUSTA LOS PASOS A SEGUIR."
CONFUCIO**

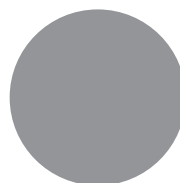
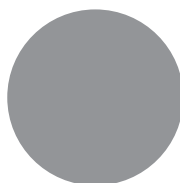
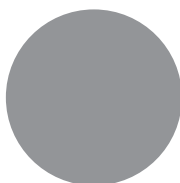
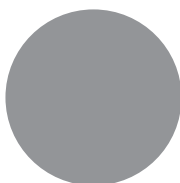
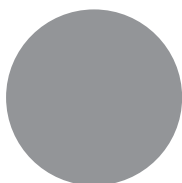
Nuestro equipo



Encar Santesteban

CENTRAL

- > Encar lleva 46 años trabajando en GAES, entró siendo una niña. Su padre tenía dos amigos trabajando en la oficina de Sancho el Sabio (San Sebastián), y como Encar al ir al instituto pasaba por delante, le comentó a su padre que le encantaría trabajar en esa oficina tan bonita. Curiosamente, terminó trabajando ahí.
- > Encar considera su larga trayectoria en GAES una experiencia muy buena: no se arrepiente de nada y dice que ha tenido (y tiene) unos compañeros geniales. Imaginaos la cantidad de gente que ha visto pasar por GAES en todos estos años.
- > Su hobby principal es viajar, intenta hacerlo todo lo que puede. En su opinión, siempre hay opciones para el voluntariado, leer y pintar.
- > A pesar de no tener un deporte favorito, le gusta mucho andar y planea retomar pilates, ahora que con su cercana jubilación no tendrá excusa.
- > Su email es: encar@gaessa.com



Virginia Peña

BEASAIN

- > Virginia es de Zumárraga y desde hace unos años vive en Andoain.
- > Tras algún trabajo temporal, su primer trabajo "serio" fue GAES: primero en Central y actualmente en la delegación de Beasain.
- > Sus aficiones son: viajar y conocer sitios nuevos, dar paseos al lado del mar (si es viendo la playa de la Concha mucho mejor), ir al monte y poder disfrutar todo el tiempo posible con su pareja, familia y amigos.
- > Su email es: virginia@gaessa.com



Jose Amador

GPT

- > Jose es de Santa Coloma de Gramanet (una ciudad pegada a Barcelona) pero lleva 13 años viviendo en Tona, un pueblo de unos 8000 habitantes. Tiene dos hijos, de 6 y 10 años.
- > Tras trabajar en varios sectores distintos (desde cocinero a informático), antes de incorporarse al Grupo GAES fue responsable de compras en Casa Tarradellas y en el Grupo Jorge, una empresa cárnica.
- > Le gusta mucho la música (toca el sintetizador), el cine, el senderismo y correr, entre otros muchos deportes. Tras 19 años con su pareja, planeaban casarse este Junio; pero por el virus, parece que de momento no va a poder ser.
- > Su email es: comercial@gpt.es

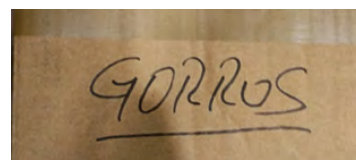
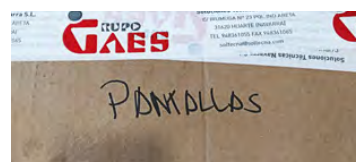
Nuestra empresa

Abril ha sido un mes extraño, a pesar de ello, seguimos teniendo noticias que contar:

CRUZ ROJA

Hace varias semanas, el centro asistencial de Cruz Roja Donosti, dirigido por la médica Edurne Laviñeta, fue preparado para recibir exclusivamente pacientes infectados por el COVID-19. Lógicamente, quisieron tener asegurados los EPIs (Equipos de Protección Individual) dado que el sistema no estaba preparado para abastecer en número y rapidez a todo el personal sanitario con las debidas y fundamentales medidas de protección (que incluyen pantallas, guantes, gabardinas y mascarillas).

Para solventar esta situación, y a través de un contacto recurrieron a nuestros compañeros de SOLTECNA, quienes respondieron con creces resolviendo el asunto aprovisionándoles del material que necesitaban. Desde aquí solo nos queda felicitar y agradecer a todo el equipo involucrado en esta acción por su trabajo y esfuerzo en estos tiempos tan difíciles.



SEGUNDO ANIVERSARIO ZAGATECH

Este mes marca el segundo aniversario de ZAGATECH, nuestros compañeros de Murcia. Para marcar la ocasión, Joaquín tuvo la gran idea de celebrarlo en equipo, con la aportación de generosamente elaborado por su madre. Este debe de ser uno de los muchos cumpleaños que ZAGATECH cumplirá escribiendo historia dentro del Grupo GAES.

¡Felicidades!





Nuestra empresa

PROYECTOS CERCANOS: KOFON

Como parte del desarrollo de las bases para la **integración de reductores de precisión KOFON**, podemos adelantaros las siguientes líneas:

- + esta misma semana se incorporara a nuestro equipo un gran y reconocido especialista en este producto y en el mercado objetivo que perseguimos,
- + estamos terminando un catálogo en castellano adaptado a nuestro mercado y empresa,
- + hemos seleccionado clientes y empresas objetivo sobre los que basaremos las primeras acciones,
- + hemos terminado una presentación del proyecto que tendrá también un carácter formativo tanto en los básicos de producto como en la orientación y profundización de nuestros conocimientos en aplicaciones, competidores y mercado y como esperamos que esa presentación sea presencial en breve cerraremos y os informaremos de fechas para vuestra organización.

Con todo esto y algún detalle más pondremos en marcha el proyecto, con el que esperamos conseguir cumplir algunos importantes hitos.

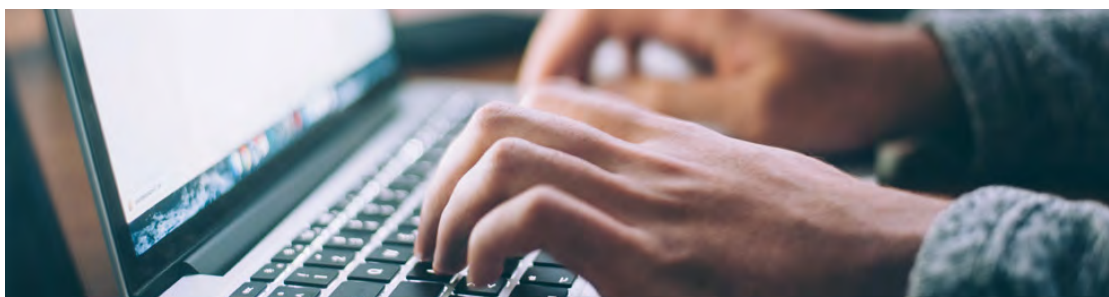


PROYECTOS CERCANOS: COMUNICACIONES

También estamos muy activos en comunicación con acciones como las **nuevas herramientas de mailing**. Ahora que tenemos casi todos los contactos de nuestros clientes en **CRM**, esta misma semana lanzaremos por esta vía la primera comunicación haciendo saber que estamos presentes a través de nuevos medios y de paso haremos referencia a ABB y el proyecto FOOD.

A lo largo de las próximas semanas tenemos planificado crear una **Newsletter** para clientes de carácter mensual como otra forma de comunicarles nuestros progresos, proyectos y novedades entre otras cosas.

También vamos a progresar en la formación utilizando **Webinars** como otro formato dentro del mencionado plan de formación anual. Empezamos este mes con el cierre de la formación de rodamientos para novatos y antes de fin de mes con otro Webinar, ya para el nivel de avanzados donde esperamos estar todos.

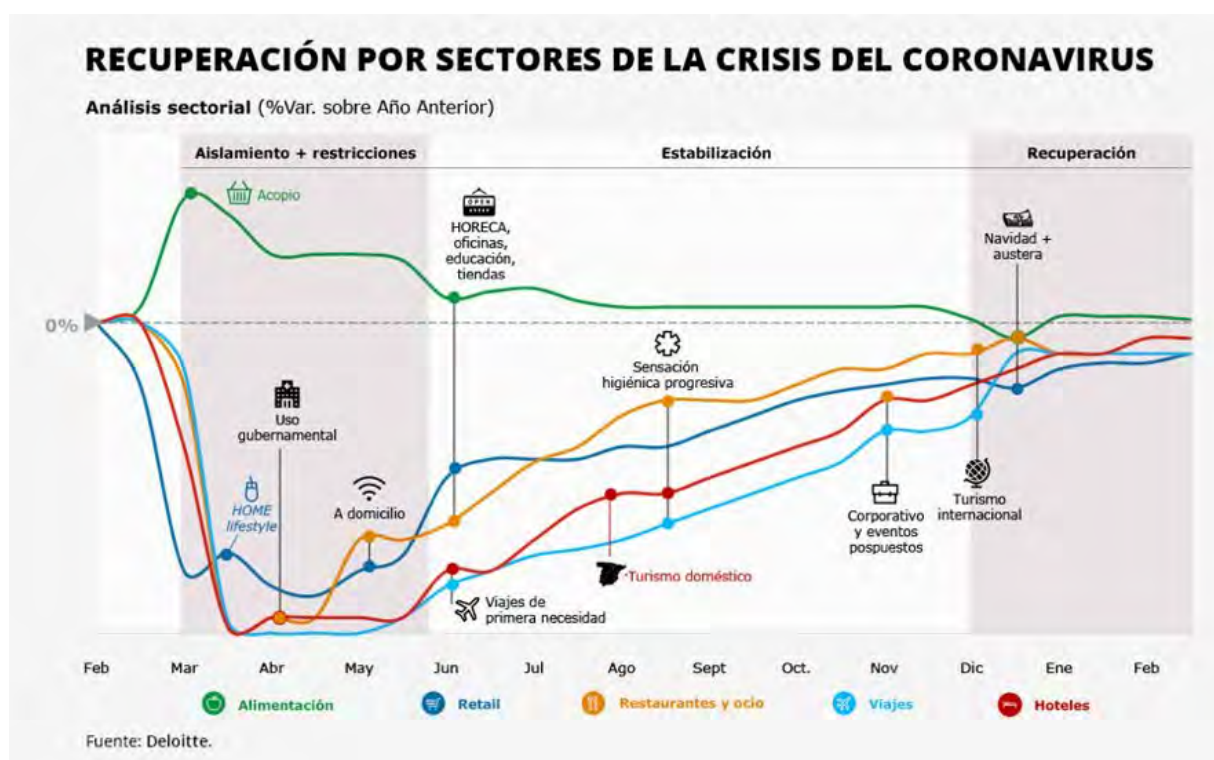


Nuestro sector y mercados

Debemos recordar que **el mercado de la alimentación** (como mencionamos en nuestra newsletter de enero) **no solo es estratégico sino fundamental en el desarrollo de las empresas de nuestro sector**, tanto en la atención a Primeros Equipos como a Mantenimientos. Añadimos en este número una pequeña reflexión sobre este sector centrándonos más concretamente en uno anexo y totalmente relacionado como es el de los envases y embalaje. Ahora más que nunca ya que tenemos el proyecto de integración del producto KOFON en la puerta, nos damos cuenta de que están totalmente conectados en sus prácticas y sinergias, donde cada vez que profundizamos tanto en un sector como en el otro cada vez uno nos enseña más del otro, **ESTÁN DEFINITIVAMENTE VINCULADOS** como no lo hemos visto en otros sectores.

Aprovechamos esta reflexión para enlazarla con un gráfico que creemos que debéis conocer de sectores afectados o beneficiados por la crisis del COVID 19.

Recuperación por sectores de la crisis del coronavirus



(Nota: Para leer los artículos originales hacer click en las imágenes)

Nuestro sector y mercados

¿Cómo gastará el consumidor la renta disponible el año que viene?

Estimación de la distribución de la renta disponible per cápita (%)

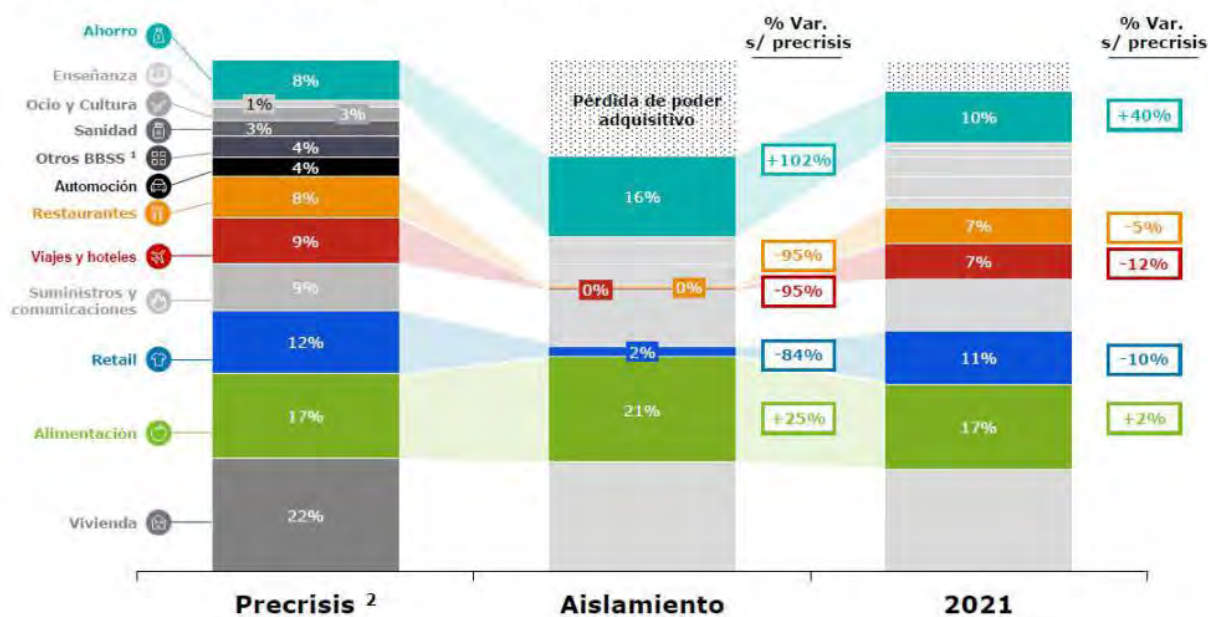
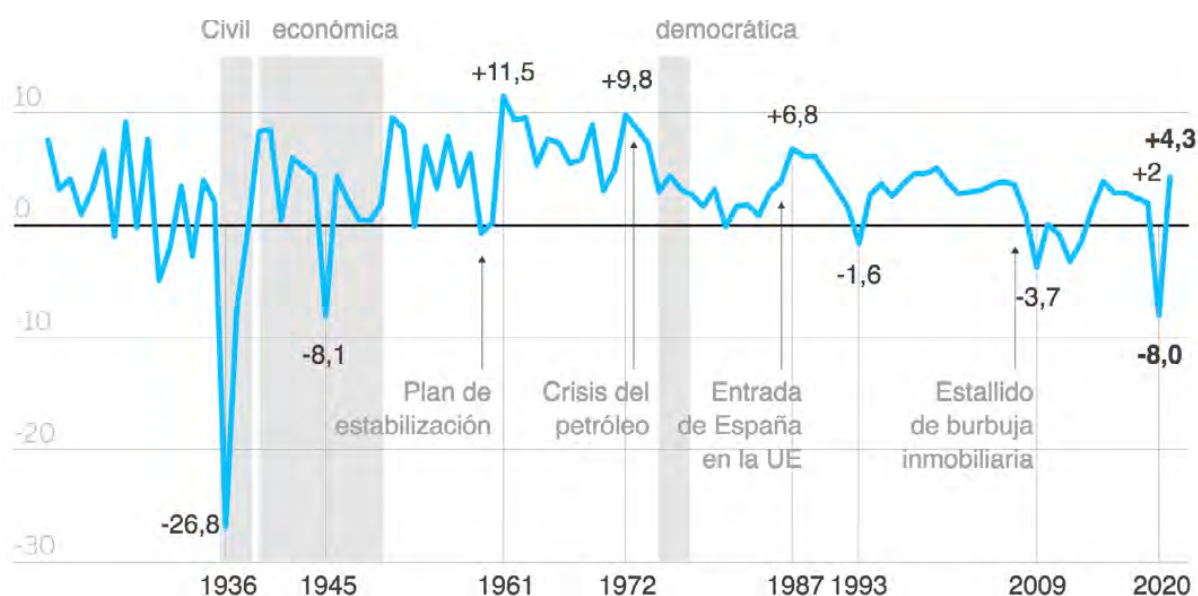


Gráfico de evolución del PIB (variación anual en %. Previsiones para 2020 y 2021):



Fuente: Leandro Prados de la Escosura (2017), *Spanish Economic Growth, 1850-2015* (Londres: Palgrave Macmillan) y FMI.

(Nota: Para leer los artículos originales hacer click en las imágenes)

Artículo para ti

Las 5 claves para organizarte mejor y vender más

Lo importante en ventas es, normalmente, lo que más miedo nos da.

Muchas veces me he encontrado con pequeños empresarios con un muy buen producto, muy buenos en lo suyo, tienen el argumentario de venta perfecto, un discurso impecable y, sin embargo, a final de mes no les llega para pagar los costes de su negocio ¿Cómo es posible?

Porque nadie les enseñó a organizarse comercialmente

La organización es clave para un negocio, cada día, son demasiadas cosas las que hay que hacer. Tanto si eres comercial por cuenta ajena, como si lo eres por cuenta propia, cuando te preguntan: «¿Has terminado lo que tenías que hacer?», tú siempre piensas que, en realidad no, que nunca termina. Por eso, hoy me gustaría enseñarte las 5 claves más sencillas, prácticas y efectivas para mejorar tu agenda comercial. Vamos allá.

1 No confundir lo urgente con lo importante

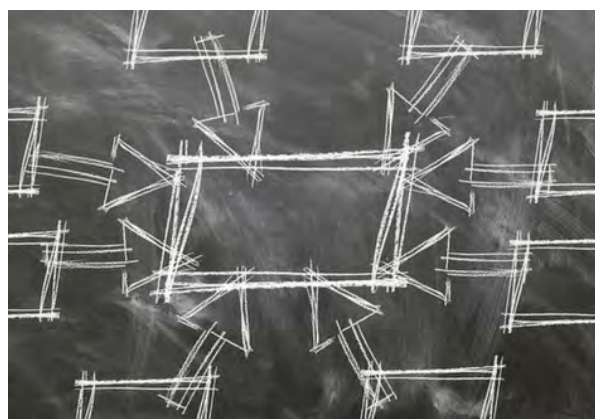
Este es, sin duda, el gran desafío de muchos autónomos y comerciales. Siempre hay tanto que hacer... y siempre parece todo tan urgente... De hecho, uno de los principales problemas es que empezamos a confundir una cosa con otra. Como alguien nos mete mucha urgencia con algo, no para de llamar o bien insiste más que los demás, tendemos a hacerle más caso que a quien es realmente importante.

Siempre pasa, los clientes que más se quejan, por ejemplo, normalmente son atendidos antes que los clientes que no. Pero hay clientes que se quejan mucho y rentan poco, mientras que hay otros que son más rentables e incluso suelen ser más agradables. Los segundos son más importantes y, sin embargo, atendemos antes a los primeros.

Lo mismo ocurre con las tareas que tenemos. La gran mayoría son de bajo valor y nos pasamos el día enganchados con ellas, porque parecen urgentes, pero pasan las semanas y, cuando miramos atrás, estamos agotados de correr tras lo urgente, mientras que tenemos las mismas ventas que siempre y no parece que hayamos avanzado en nuestra gestión comercial.

Es más, lo que ocurre muchas veces es que evitamos lo importante y lo hacemos inconscientemente. ¿Cómo es posible esto? Porque lo importante en ventas es, normalmente, lo que más miedo nos da, o que más nos incomoda.

De hecho, esta sería la manera más segura de reconocer lo importante que tenemos sobre nuestra mesa: ¿Qué nos da más miedo?



Para un vendedor hay dos cosas más importantes que el resto y que debería estar haciendo, cada día, durante la mayor parte de su tiempo:

1. Prospectar.

Es decir, buscar y explorar nuevas oportunidades. Llamar y escribir, a puerta fría o como sea.

2. Dar seguimiento comercial.

Es la manera de conseguir cerrar más ventas.

Sin embargo, ambas cosas son difíciles, tienen resultados bajos, suponen muchas negativas que pasan factura psicológica en el vendedor... Por eso, muchas veces, evitamos dedicarles todo el tiempo que necesitan.

¿Lo estamos haciendo? ¿Estamos esquivando las tareas importantes en favor de otras que realmente son las que nos van a acercar al objetivo?

Las tareas importantes son aquellas que, en caso de completarlas, nos darían mayor beneficio real y objetivo (es decir, facturación, principalmente). Hemos de esforzarnos por distinguirlas bien, ponerlas las primeras en la lista y dedicar a ellas la mayor parte de nuestro tiempo.

2 Vencer a la procrastinación, o lo que es lo mismo, ya si eso... mañana lo hago

Todos conocemos esta sensación, dejamos para luego lo que hay que hacer hoy (normalmente lo importante), pero en realidad ese «luego» no existe y una semana después, eso importante sigue ahí.

(Continúa en página siguiente)

Artículo para ti

La procrastinación, como se suele denominar a este fenómeno de dejar para luego, es uno de nuestros principales enemigos.

No me voy a entretener en explicar por qué procrastinamos, hoy toca dar tácticas concretas y efectivas. Así que para eso:

1. **Divide todo en pequeñas acciones**, para evitar la procrastinación y la resistencia inicial a ponerte. Si tenemos que escribir un script de ventas, pongamos sólo la cabecera y el párrafo introductorio. Si tenemos que ensayar nuestro argumentario de ventas, hagámoslo sólo con el comienzo.
2. Cuando no se pueda dividir algo en tareas claras, entonces usamos la **técnica del timeboxing***, que es dedicar un tiempo limitado a un proyecto, cliente, a llamar... Si la procrastinación es poderosa, nos proponemos ponernos sólo diez minutos.

(La técnica del timebox* consiste en fijar el tiempo máximo para conseguir unos objetivos, tomar una decisión o realizar unas tareas, y hacer lo mejor que podamos en ese intervalo. De esta manera, en lugar de ponerse a trabajar en algo hasta que esté hecho, de antemano se acuerda sólo se dedica un tiempo limitado).

Partir todo en trocitos más pequeños nos ayuda porque, para empezar, la resistencia a ponernos diez minutos o hacer una sola cosa, en vez de siete, es mucho menor.

Y por otro lado, nos ayudará porque el efecto psicológico de logro al haber terminado una tarea, y el pequeño subidón de dopamina que produce, nos instará a seguir tachando más pequeñas tareas y a seguir en vez de dejarlo.

Lo mismo ocurre con ponernos con algo sólo diez minutos. La mayoría de las veces, cuando han pasado esos minutos, ya hemos tomado impulso, hemos vencido la resistencia inicial y queremos seguir avanzando por ese camino.

3 Usa un software de CRM o de seguimiento de contactos y ventas

Tiene que ser un programa adecuado a la complejidad y a si trabajas en equipo o en solitario.

No estoy hablando de que necesariamente haya que usar lo mejor y más caro, pero necesitamos una buena gestión de contactos, de prospectos, negocios, cierres y oportunidades.

Lejos quedaron los tiempos en que, con lápiz, papel y cabeza, uno podía gestionarlo todo. Hoy es más complejo, requerimos recordatorios, acceso móvil desde cualquier lugar, documentos...

Si lo intentamos llevar todo de memoria, estamos condenados al fracaso y se nos van a pasar la mitad de cosas importantes.

Igualmente, tiene que ser un software que domines y en el que confíes, para volcar en él lo que hay en tu cabeza y liberarla del enorme esfuerzo mental que supone tener todo y a todos en la mente. Además, ese programa nos mantendrá sinceros con nosotros mismos.

De veras que el mayor problema que me encuentro en las formaciones que doy es que evitan lo importante y, sin embargo, se quejan de que viven ocupados todo el día, agotados incluso, pero no avanzan en sus objetivos.

Tenemos que saber exactamente dónde estamos con cada contacto y con cada oportunidad a la que estamos dando seguimiento. Y también qué hemos hecho hasta ahora, todo de un solo vistazo, con la seguridad de que no se nos escapa nada en la venta.

Y con un software que te diga que hoy tienes que llamar a esos seis clientes, y que te insista al día siguiente si no lo has hecho, podremos ver si estamos evitando lo importante o no.

4 Ten muy en cuenta las horas a las que contactarás con los clientes

Todos los contactos con clientes y prospectos deben ser organizados para que se produzcan en las «mejores» horas, es decir, en aquellas en las que sea más probable que nos hagan caso. Parece algo trivial, pero nada más lejos de la realidad. Muchas veces, que un cliente nos diga que sí o que no, va a depender casi completamente, del momento en el que lo pillemos. Por eso es tan importante conocer la máxima información sobre tu cliente.

Muchas veces, el sí va a depender del timing, de haberlos pillado de buen humor, descansados y receptivos.

Y esos momentos en los que es más probable que estén más receptivos antes esa llamada, son a primera hora hasta media mañana más o menos. Todavía no están cansados y no han tenido ocasión de cargarse de muchos marrones.

¿Y los peores momentos? Justo los contrarios, cuando están más cansados, cabreados e incluso hambrientos, justo antes de comer y de terminar su jornada. En esos instantes, es más complicado.

Así pues, organízate para que toda interacción que tengas con los clientes sea a esas mejores horas. De paso, así, también estaremos nosotros más frescos y motivados.

(Continúa en página siguiente)

Artículo para ti

5 Ten bien claro cuál es la siguiente acción en todos los casos

No llegues al lugar de trabajo pensando en qué vas hacer. Esto es importante porque, al igual que trabajar con un software o sistema en el que confías, saber exactamente cuál es tu primera tarea del día te dará tranquilidad mental. De ese modo no estarás divagando qué podrías hacer mientras tomas el desayuno, estás en la ducha o haces otras cosas en las que hay que desconectar para rendir mejor.

Para ello, en cada cliente, prospecto, seguimiento o actividad de venta que tengamos, hemos de saber claramente cuál va a ser la siguiente acción a ejecutar.

Si ahora voy a mandar un email, ¿cuál será la siguiente acción? Puede ser dar seguimiento en dos días si es que no me ha contestado. Pues lo anotamos, y dos días después tenemos claro que nada más llegar.

¿Nos ha dicho que sí? ¿Cuál es la siguiente acción, enviar el contrato? Lo anotamos y en cuanto lo tengamos se lo mandamos. Y después de enviarlo, ¿cuál es la siguiente acción? Si es llamarle al día siguiente para cualquier duda que tenga, lo anotamos y, cuando lleguemos al trabajo, no tenemos más que mirar nuestro sistema y ejecutar esa siguiente acción clara.

La mejor manera de hacer esto es anotar siempre la siguiente acción nada más haber ejecutado la anterior. No lo dejemos colgando, no pensemos que ya improvisaremos llegado el momento.

Ejecuta estas cinco claves prácticas, es la mejor forma de obtener una excelente organización y gestión comercial, y te garantizo que tus ventas se van a multiplicar. No son palabras vacías.

(Fuente: Antonio Sánchez Martí)