

Tres Reyes®

BOLETÍN BIMESTRAL

ENERO DE 2022 • NÚMERO 2



CONTENIDO

La "Última Milla"

Tendencias clave para
las ventas en 2022

¡QUE TU NEGOCIO COMIENZE CON EL PIE DERECHO ESTE 2022!

Sabemos que lo que más deseas para este año que comienza es incrementar tus ventas, es por eso que te traemos más contenido para que puedas armar una mejor estrategia comercial, ¿comenzamos?

LA "ÚLTIMA MILLA"

Un elemento clave en las ventas de menudeo, es la optimización de la gestión de la última milla o último kilómetro, esto se refiere a la última parte del proceso de entrega de un pedido hasta el cliente final.

Actualmente, los clientes demandan entregas con tiempos más cortos, por lo que la reducción de riesgos y tiempos en la cadena de suministro se convierte en una prioridad para las empresas.





El objetivo de enfocarse en ésta última parte del proceso, es mejorar la experiencia de compra, por lo que las empresas trabajan en la mejora de elementos como las condiciones de entrega, el empaque, el almacenamiento, logística inversa, centros de distribución, rutas y tipos de transporte, así como la tecnología que se emplea en todos los procesos involucrados. ¿Estas tomando esto en cuenta para atender mejor a tus clientes?

TENDENCIAS CLAVE PARA LAS VENTAS DE MENUDEO EN 2022

A continuación te compartimos las «nuevas tendencias» en las ventas, la mayoría influenciadas por las experiencias de compra en pandemia:

Escúcha a tus clientes: Presta atención a las nuevas demandas de tus clientes y desarrolla estrategias para incluirlas en lo que les ofreces.

Encuentra tecnologías a tu medida: El aumento en el uso de tecnologías es fundamental para atender con éxito las necesidades de tus clientes.

Encuentra un proveedor de servicios tecnológicos confiable y que realmente entienda tus necesidades.

Súbete al tren del comercio digital: Los compradores de mayoreo y medio mayoreo están exigiendo comprar en línea, ya no buscan esa relación constante con el vendedor, que contesta cuando puede y si está en horario de trabajo. Por esto, el comprador exige adquirir productos en cualquier momento, desde cualquier lugar y bajo sus necesidades particulares, con contratos específicos, con necesidades específicas y desea que el servicio se encuentre automatizado. El que ya cuentas con un proveedor de servicios tecnológicos puede ser de ayudar para implementar esto.

Diversidad en sistemas de pago: Expande el abanico de opciones que pueden tener tus clientes para pagar tus productos, ya no sólo efectivo, sino transferencias electrónicas, tarjeta de crédito y débito, Paypal, Google Pay, Mercado Pago, Apple Pay o Amazon Pay son unas opciones. Contar con distintos métodos para efectuar la compra, es un servicio que tus clientes pueden agradecer.