

CUADERNOS DE CONVERSACIÓN

04

Cuando el profesional comercial escasea: ¿quién sostiene la relación con el mercado?

*Una conversación sobre talento comercial, continuidad
y la dificultad de sostener las relaciones con el mercado.*

R.G

CEO—Illuminación



sisnexus.es

¿Por qué esta conversación?

Hay empresas cuya trayectoria se explica por una evolución progresiva. Y hay otras que han tenido que reinventarse para seguir adelante.

Esta conversación parte de una empresa con más de seis décadas de historia, que pasó de un modelo fuertemente vinculado al retail nacional a construir una presencia internacional y desarrollar nuevas capacidades productivas.

Detrás de ese recorrido hay también una forma de entender el negocio: R.G tiene una visión para anticiparse, valentía para tomar decisiones difíciles y perseverancia para sostenerlas en el tiempo.

60+

Años de trayectoria en mobiliario e iluminación para proyectos contract

12+

Años en el sector Contract, dirigido a Hotelería fuera de España.

12+

Agentes llegó a tener la empresa en España, Islas Baleares, Las Islas Canarias y Portugal; hoy cuesta encontrar perfiles equivalentes

La pregunta



Una empresa puede tener trayectoria, producto, capacidad industrial y experiencia internacional, y aun así necesitar a alguien capaz de convertir todo ese valor en relaciones comerciales sostenidas.

¿Qué ocurre cuando la capacidad de construir relaciones comerciales depende de profesionales que cada vez son más difíciles de encontrar?

El hallazgo

“El recurso escaso ya no es solo el acceso al mercado. Es el profesional capaz de sostenerlo.”

**No basta con tener producto:
hace falta alguien que lo lleve al
mercado.**

“

“Me gustaría tener agentes comerciales como los que había antes. Profesionales capaces de trabajar una zona, generar relación y hacer seguimiento. Hoy es muy difícil encontrarlos.”

“Antes llegué a tener doce agentes distribuidos entre España, Portugal y las islas. Cada uno tenía su zona y su responsabilidad”

R. G. CEO— Iluminación

Los profesionales con experiencia están desapareciendo del mercado.

“

“Los buenos profesionales de toda la vida se están jubilando y no resulta fácil encontrar perfiles que quieran asumir ese tipo de responsabilidad.”

“No busco necesariamente a alguien que llegue con una cartera de clientes. Puedo proporcionarle los contactos. Lo que necesito es que sepa trabajar con ellos, generar las citas y mantener la relación.”

R . G CEO— Iluminación

Las relaciones no se construyen de forma puntual

“

“Tenemos muchos contactos y cada vez de mayor calidad. Lo que necesitamos es alguien que pueda trabajar esas oportunidades de forma continuada.”

“Si tuviera que elegir una única prioridad comercial, sería encontrar a una persona que supiera responder y que estuviera realmente dedicada a ello.”

R . G CEO— Iluminación

El mercado ha cambiado. El valor de la experiencia sigue siendo necesario.

“

“Antes existía una red de profesionales que conocían el sector, las zonas y a los clientes. Esa estructura ha ido desapareciendo.”

“Ahora cuesta encontrar personas con ese nivel de conocimiento y al mismo tiempo, con disposición para asumir una actividad comercial continuada”

R . G CEO— Iluminación

Patrón observado

01

El contacto no equivale a una relación

Tener una base de contactos o identificar oportunidades no garantiza que exista una relación comercial. Hace falta alguien que pueda desarrollarla y mantenerla.

02

El seguimiento necesita continuidad

La construcción comercial no se resuelve con acciones aisladas. Requiere tiempo, presencia y capacidad para acompañar las oportunidades.

03

El profesional vuelve a ocupar el centro

La tecnología puede ayudar a identificar oportunidades y organizar información, pero la conversación muestra la dificultad de sustituir a un profesional capaz de interpretar, conectar y dar continuidad.

Barreras detectadas

01

Escasez de profesionales

Existe dificultad para encontrar perfiles comerciales con experiencia suficiente y disposición para asumir una zona o mercado de forma continuada.

02

Pérdida de experiencia por relevo generacional

Los profesionales con trayectoria se están jubilando y dejan un vacío difícil de sustituir.

03

Oportunidades sin suficiente continuidad

La empresa dispone de contactos y oportunidades, pero necesita capacidad comercial para trabajarlos de manera sistemática.

04

La marca necesita confianza además de visibilidad

Se vincula el reto comercial con la necesidad de hacer visible la marca y generar la confianza necesaria para sostener las acciones de forma continuada.

Claves que deja esta conversación

La conversación con R. G introduce una cuestión diferente dentro de la radiografía del sector: ***la capacidad comercial también depende de las personas que la sostienen.***

La empresa puede disponer de producto, experiencia, contactos y capacidad para generar oportunidades. Pero si no existe un profesional capaz de convertir esos recursos en relaciones continuadas, una parte de ese potencial permanece sin desarrollar.

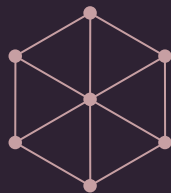
Y aquí aparece una cuestión que trasciende a una empresa concreta: si construir relaciones comerciales exige tiempo, método y continuidad, ***¿quién debe asumir hoy esa responsabilidad dentro de una empresa?***

La pregunta que me dejó esta conversación

“

Si cada vez resulta más difícil encontrar al profesional que sabe construir y mantener relaciones comerciales, ¿estamos ante una falta de talento comercial o ante una responsabilidad que las empresas todavía no han redefinido?

¿Cómo se sostiene la relación con el mercado cuando carecemos de comerciales cualificados en el sector?



SISNEXUS

Inteligencia comercial para el sector contract

Cuaderno de conversación 04 de 08
Serie Voces del Sector Contract