

la entrevista

Joaquim Montsant, director territorial Este de CESCE: “El objetivo es ser más eficientes comercialmente”

¿Cómo abordan las empresas la acción comercial?

En los últimos años, las empresas han hecho un gran esfuerzo de mejora en sus procesos productivos, en innovación, en ser más competitivas e, incluso, en salir del canal bancario para financiarse. En cambio, donde menos han invertido es en los procesos comerciales porque continúan trabajando de la misma forma.

¿En qué deberían poner su empeño los departamentos comerciales de las compañías?

En la gestión de la información, tanto en la que tiene la empresa como la que puede obtener de fuentes externas. La clave está en cruzar todo ese volumen de información para ser más eficientes comercialmente. Hoy la gestión de la información es un factor de competitividad. De hecho, las grandes empresas han incorporado departamentos de análisis a sus estructuras. Una pyme no dispone de esa especialización, pero hay herramientas que la pueden ayudar a que su departamento comercial aumente su eficiencia.

Algunas empresas que utilizan esta solución son las que quieren acelerar el proceso para comenzar a exportar

¿Cuál es la propuesta de CESCE?

Hemos creado una herramienta *online*, llamada GRS, para la búsqueda de clientes solventes en los mercados exteriores. Esta solución es capaz de identificar a esos clientes potenciales según un buen número de criterios de búsqueda. Nuestro valor añadido está en que los clasificamos desde la cobertura de riesgo que les daríamos. Con ello, ayudamos al empresario, a la empresa, a que su red comercial en un determinado país no pierda el tiempo en visitar a los contactos inadecuados sino a los que hemos señalado como idóneos por su sector de actividad y a los que CESCE está dispuesta a dar riesgo para que la empresa pueda venderles a crédito.



Joaquim Montsant es director territorial Este de CESCE

¿Qué consecuencias puede tener esta prospección comercial en la estrategia empresarial de la empresa?

El propósito es que el empresario enfoque su estrategia comercial de una manera más acertada. En la práctica, a ese empresario se le ocurren muchas ideas ante toda la información comercial obtenida. Si sus clientes potenciales tienden a concentrarse en una zona geográfica, el paso siguiente que dará es localizar allí a un agente comercial. Eso es el *business intelligence*: utilizar la información en beneficio de la toma de decisiones.

¿En qué casos puede ser útil esta herramienta?

En todos aquellos en que la intención de la empresa sea abrir nuevos mercados o crecer en los que está presente. Dentro del abanico de empresas que ya están utilizando esta solución, encontramos a las que lanzan un producto y buscan nuevos canales de comercialización o a las que quieren comenzar a exportar y necesitan acelerar el proceso. Igualmente a aquellas interesadas en mercados de márgenes pequeños donde no pueden equivocarse en la elección del cliente.

¿Qué otras novedades tiene CESCE para la pyme?

CESCE Master Oro, nuestro producto estrella a través del cual ofrecemos todos estos servicios de valor añadido –prospección de mercados, gestión del riesgo comercial u obtención de financiación–, mejora sus condiciones y pasa a llamarse CESCE Master Oro Premium. ■

CESCE

www.cesce.com

Tel. 902 11 10 10

