

**mb**  
mercabarna

# L'Informatiu

Revista mensual de mercabarna

nº 286

març  
2012

Sumari

**El convidat pàg. 10**

**Víctor Noguer, professor de Màrqueting d'ESADE**

**“A Mercabarna és  
molt important  
la bona gestió dels  
clients estratègics”**



**Dia a dia** pàg. 3

**El magatzem del Banc dels Aliments a Mercabarna amplia horari**

**Temps de Formació** pàg. 6

**L'Àrea de Formació col·labora amb el projecte social *Reincorpora***

**Sector de...** pàg. 8

**Estudi sobre les vendes al Mercat Central del Peix en funció dels dies de la setmana**

## Vehicles de seguretat més eficients i sostenibles



La flota de vehicles de seguretat de Mercabarna compta amb dos cotxes híbrids i dues motos elèctriques

Mercabarna disposa de nous vehicles per patricular pels carrers de la Unitat Alimentària.

Es tracta de dos cotxes híbrids, que són més respectuosos amb el medi ambient (emeten menys quantitats de CO<sub>2</sub> que els cotxes tradicionals) i consumeixen menys combustible, ja que a velocitats inferiors a 40km/h circulen amb motor elèctric.

L'eficiència i sostenibilitat d'aquests nous vehicles és molt important, tenint en compte la quantitat de quilòmetres que han de fer, a diari, pel recinte.

També, s'han incorporat a la flota dos nous ciclomotors, un per a Mercabarna i l'altre per a Mercabarna-flor, totalment elèctrics. La incorporació d'aquesta tipologia de vehicles ha estat possible gràcies l'acord entre Mercabarna i Prosegur, empresa que s'encarrega de prestar el servei de seguretat i de control als accessos a la Unitat Alimentària.

Des del passat 30 de gener, Eduardo Ameijide y Montenegro és el nou president de Mercasa, en substitució d'Ignacio Cruz Roche.

## Nou president de Mercasa

Llicenciat en Dret, Ameijide ha estat soci i lletrat de bufets d'advocats especialitzats en dret

mercantil, laboral, administratiu i fiscal. També, ha ocupat diversos llocs de màxima responsabilitat en diferents empreses privades, algunes de les quals formaven part del Grup Banesto. Pel que fa a la seva activitat en el sector públic, Ameijide ha estat governador civil de Ciudad Real, Navarra, Osca i Guipúscoa, delegat del Govern Central a l'Aragó i director general de l'Institut Español de Emigración.

Fins al seu nomenament com a nou president de Mercasa, Ameijide era conseller tècnic de la Mutualitat General de Funcionaris Civils de l'Estat (MUFACE), organisme públic del Ministeri d'Hisenda i Administracions Públiques.



Eduardo Ameijide y Montenegro és president de Mercasa des del passat 30 de gener

## Nou horari del magatzem del Banc dels Aliments



Des del mes de març, el magatzem del Banc dels Aliments està obert de 10 a 17h

El magatzem que la Fundació Banc dels Aliments té dins de Mercabarna amplia el seu horari de funcionament.

Ara, aquesta instal·lació obrirà pels matins de dilluns a divendres, a partir de les 10h, amb l'objectiu de facilitar, encara més, a les empreses del recinte la donació d'aliments frescos excedentaris. L'hora de tancament serà, com fins ara, a les 17h. De moment, s'ha provat durant un mes la viabi-

litat d'aquest nou horari, prova que ha conclòs amb força èxit, ja que, només en la franja matinal, s'han recollit prop de 20.000 kg. de productes (de mitjana en un mes es recullen uns 40.000 kg.).

Per a més informació sobre les donacions, truqueu al magatzem del Banc dels Aliments a Mercabarna (93 556 10 33) o, dimarts i dijous, a l'oficina que aquesta entitat té dins del recinte (93 556 43 00).

## Posa't en forma al gimnàs de la ZAL



El gimnàs de la ZAL compta amb una sala de fitness totalment equipada

Els treballadors de les empreses de Mercabarna gaudiran, fins el proper 27 d'abril, de condicions avantatjoses per apuntar-se al gimnàs de la ZAL (Zona d'Acti-

vitats Logístiques). L'oferta inclou la matriculació gratuïta i els primers sis mesos d'inscripció per un total de 150€.

El ZAL Wellness Point obre de dilluns a divendres, de 7 a 9:30h i de 12:30 a 21:30h, i està situat a l'Avinguda Ports d'Europa, nº100, molt a prop de Mercabarna, a només cinc minuts en cotxe o agafant l'autobús 110.

Per a més informació i/o inscripcions: [www.wellnesspoint.es](http://www.wellnesspoint.es) (a l'apartat Registra't que hi ha a la pàgina principal pots donar-te d'alta o demanar informació sense compromís).

## Mercabarna dona a conèixer el seu model de telefonia

Mercabarna va participar, l'1 de març, en la primera Jornada Internacional de Consultoria i Enginyeria en Telecomunicacions, organitzada pel Col·legi d'Enginyers Tècnics i Pèrits de Telecomunicació de Catalunya (COETTC) i la Societat de Consultors de Telecomunicacions (STC). La jornada, on s'hi van aplegar uns 150 professionals nacionals i internacionals, va servir perquè diferents empreses compartissin coneixements i experiències en matèria de telecomunicacions.

En aquest marc, el director de l'Àrea Industrial i de Serveis de Mercabarna, Lluís Alberich, va explicar el model de gestió de les comunicacions en telefonia fixa i mòbil que s'ha implantat en aquesta Unitat Alimentària.

## Com millorar la competitivitat dels mercats municipals espanyols

Més de 500 professionals vinculats a l'activitat dels mercats municipals van assistir, el 27 i 28 de febrer, a la 7a Trobada de Mercats Municipals Minoristes, celebrada a Saragossa.

En aquestes jornades, organitzades per Mercasa, es va parlar sobre noves estratègies i innovacions en la distribució comercial, la sostenibilitat en el comerç de proximitat o els valors socials dels mercats municipals, entre d'altres.

La trobada va comptar amb l'assistència de la majoria de representants dels mercats majoristes nacionals, entre el quals hi havia la direcció de Mercabarna.

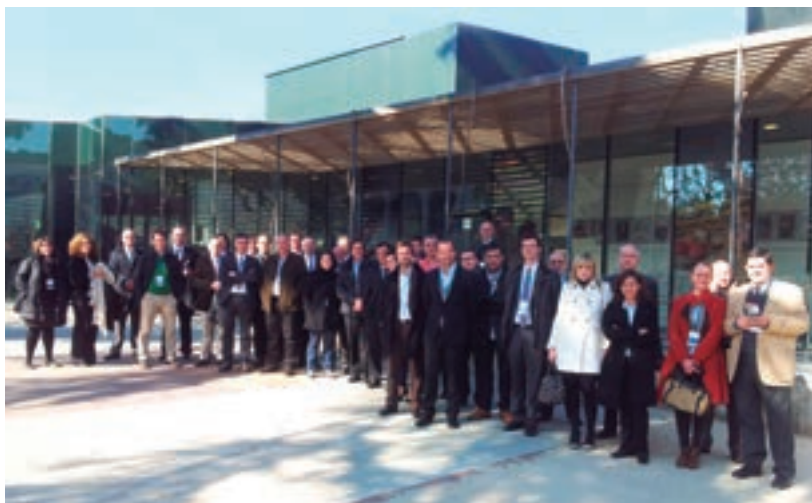


## ASSOCIACIÓ CLÚSTER ALIMENTARI DE BARCELONA

### Noves oportunitats de negoci en el sector *foodservice*

Els passats 21 i 22 de febrer, l'Associació Clúster Alimentari de Barcelona i ACCIÓ (l'agència de la Generalitat per a la competitivitat de l'empresa catalana) van organitzar, al Món Sant Benet (Bages), les primeres Jornades d'Immersió Estratègica del sector *Foodservice*.

Una quarantena de firmes dedicades al negoci de l'alimentació fora de llar, entre les quals hi havia una quinzena de Mercabarna, van assistir a aquesta trobada, on es van definir algunes estratègies de futur per potenciar la competitivitat d'aquest sector. Així, les empreses participants van apostar per compartir recursos i serveis amb l'objectiu de tenir més capacitat de servei al client i optimitzar costos. A més, es va acordar posar en marxa diferents iniciatives per conèixer millor les necessitats dels clients, fomentar el desenvolupament tecnològic i obrir-se a nous mercats. Les jornades van comptar amb la participació de prestigiosos po-



*Els assistents a la Jornada d'Immersió Estratègica del sector Foodservice*

nents d'institucions i empreses com ara ACCIÓ, el Clúster del Sector Carni i Porcí INNOVACC, el IRTA (Institut de Recerca i Tecnologies Agroalimentàries), l'empresa de servei a l'hostaleria Unilever Food Solutions, l'Institut Cerdà, la consultora especialitzada en retail i innovació

Martínez-Franch i l'ANTA (Asociación de pequeñas y medianas empresas para el fomento del uso de nuevas tecnologías en la alimentación fuera del hogar).

### Trobada amb la gran distribució

L'Associació Clúster Alimentari de Barcelona està realitzant, amb la col·laboració d'AECOC, un estudi per identificar noves oportunitats que permetin millorar i ampliar les relacions comercials entre les empreses majoristes associades i les de la gran distribució. Com a part de l'elaboració d'aquest anàlisi, el 21 de març, les firmes de l'Associació i de la distribució que han estat entrevistades en el marc d'aquest estudi van fer una reunió de treball per posar en comú objectius i necessitats. Les conclusions d'aquest estudi i les possibles accions de futur a realitzar es presentaran a mitjan maig a totes les empreses de l'Associació Clúster Alimentari de Barcelona.

### Curs de gestió de clients estratègics



Una trentena de gerents i responsables de màrqueting d'empreses de dins i fora de Mercabarna van assistir, el passat 13 de març, al curs "Gestió de clients estratègics", organitzat per l'Associació Clúster Alimentari de Barcelona.

En aquesta jornada, impartida per la prestigiosa escola de negocis ESADE, es van donar les claus per gestionar correctament la cartera de clients d'una empresa i identificar aquells que tenen més potencial per establir relacions comercials a llarg termini.

## L'Associació Clúster Alimentari de Barcelona estrena web i logo



nades que s'han de dur a terme. Així mateix, també s'ha presentat als integrants de l'Associació el logo corporatiu d'aquesta entitat, format per una B (referent a Barcelona) i per diferents punts connectats entre ells que simbolitzen la cooperació i col·laboració entre les empreses i institucions que formen part de l'Associació Clúster Alimentari de Barcelona. Com a fet diferencial, s'ha dissenyat un logo dinàmic que compta amb cinc versions diferents i adopta diverses formes (poma, peix, fulla, rodona i globus de conversa) en funció de l'ús que se li vulgui donar.

L'Associació Clúster Alimentari de Barcelona té, des del mes de març, la seva pròpia targeta de visita a la xarxa. Es tracta del web [www.clusteralimentari.cat](http://www.clusteralimentari.cat), un portal a través del qual es donarà a conèixer la tasca i els objectius d'aquesta entitat, així com

totes les empreses i institucions que la integren.

A més, en aquest nou espai web es podrà accedir a tota la informació sobre les accions que ja s'han realitzat, els projectes i grups de treball que s'estan desenvolupant i les activitats i jor-





Nuevo sistema impermeable y transpirable



Totalmente transpirables, se mantienen impermeables creando un confort climático ideal para nuestros pies



Mantiene los pies secos, calientes y confortables para actividades al aire libre o en condiciones atmosféricas adversas

**PRECIOS ESPECIALES PARA  
LOS PROFESIONALES DE MERCABARNA**

PRIMERAS FIRMAS PARA PASAR MUCHAS HORAS DE PIE Y EN CONDICIONES CLIMÁTICAS ADVERSAS



**FONT PELL**

**SABATES**

Frederic Soler, 42 El Prat Tel. 933790040  
Cardenal Vidal i Barraquer, 28 Sant Boi Tel. 936400502  
[www.fontpell.com](http://www.fontpell.com)

## Suport al projecte social Reincorpora

Com en els darrers anys, l'Àrea de Formació col·labora amb el projecte Reincorpora que impulsa l'Obra Social de la Caixa i el Departament de Justícia de la Generalitat, a través del Centre d'Iniciatives per a la Reinserció (CIRE) amb l'objectiu d'afavorir la inserció laboral i socials de persones que estan privades de llibertat.

L'Àrea dona suport a la part formativa d'aquest projecte, organitzant un curs de venedor polivalent per a aquest col·lectiu.

Una de les novetats d'aquest projecte Reincorpora és que els participants han de col·laborar en un acte de caire social. Per això, els alumnes que estan fent el curs a l'Àrea de Formació faran un taller de degustació de pinxos i de receptes –activitats que també s'estan preparant en el curs de formació– en el marc de la fira d'entitats que la fundació privada Trinijove organitzarà al barri de Sant Andreu de Barcelona, coincidint amb la celebració de Sant Jordi.



*Aquests són els pinxos de fruites que els alumnes de l'Àrea prepararan en el marc de la fira de Sant Jordi que organitzarà Trinijove*

## La reforma laboral i la formació per als treballadors

La reforma laboral, recentment aprovada pel Govern Central, inclou algunes novetats pel que fa a la formació continuada dels treballadors. Aquesta normativa estableix que a partir d'ara tots els treballadors tindran dret a gaudir de 20 hores de formació a l'any, vinculada al seu lloc de treball i pagades per l'empresa. Aquest dret s'aplica a les persones que

porten més d'un any a l'empresa i la formació només la podran oferir centres que estiguin homologats prèviament per impartir l'especialitat corresponent, com és el cas de l'Àrea de Formació de Mercabarna. A més, la reforma preveu la creació d'un compte de formació individual que recollirà tota la formació rebuda pel treballador al llarg de la seva vida.

## Oberta la inscripció per als cursos d'abril i maig

Ja s'ha obert el període d'inscripció als cursos de formació continuada que s'iniciaran a l'abril i el

maig. Inscripcions a: [www.mercabarna.es/servis/formacio](http://www.mercabarna.es/servis/formacio) o al 93 556 34 56.

CURS	DURADA	CALENDARI	PREU
HIGIENE DELS NOUS MANIPULADORS D'ALIMENTS	6 h.	17 i 18 d'abril, de 16 a 19h.	50 €
INNOVAR? SÍ, PERÒ AMB SISTEMÀTICA	7 h.	24 d'abril, de 9 a 14 i de 15 a 17h.	180 €
CARRETONER. NIVELL 1	16 h.	14, 16, 21 i 23 de maig, de 9 a 13h.	145 €
CARRETONER. NIVELL 2	10 h.	7 i 9 de maig, de 15 a 20h.	95 €



# Gafas **Completas**

OPTICA

**MIRA!**

**33€**

MONOFOCAL

**TOTES LES  
GRADUACIONS**



**MUNTURA + VIDRES  
+ TRACTAMENT  
ANTIREFLECTANT**

**TOT INCLÒS**

**GC MERCABARNA**

Zona Administrativa, local 14  
Tel. 93 336 46 10

**HORARI**

De dilluns a divendres de 9.30 a 13.30 h  
i de 16.30 a 19.30 h  
Dissabte de 9.30 a 13.30 h



**MIRA!**

**89€**

PROGRESSIU

**TOTES LES  
GRADUACIONS**

## Peix

### Evolució de les vendes al Mercat en funció dels dies de la setmana

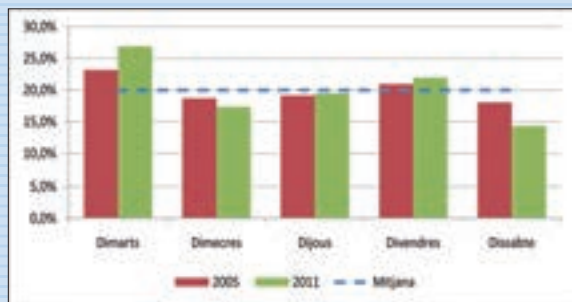
Només s'ha de mirar el trànsit de persones, mercaderies i carretons al passadís i als llocs de venda del Mercat per constatar que hi ha dies en els quals es registra una major activitat. Per traduir aquesta percepció en xifres, la direcció del Mercat Central del Peix ha realitzat un estudi, on s'analitza la comercialització entre gener i novembre de 2011\* segons els dies de la setmana i es comparen els resultats amb les dades de 2005\*, per veure com han evolucionat les vendes amb el temps.

L'estudi constata que el dimarts és el dia "gran" de Mercat per excel·lència i, en els últims anys, la seva importància no ha fet altra cosa que créixer. I és que en el període de 2005 a 2011 la comercialització en aquest dia ha augmentat un 4,2%. L'any passat va acumular el 26,9% de totes les vendes realitzades (20.264 tones).

Els divendres també s'han consolidat, en aquest poc més d'un lustre, com el segon dia fort d'activitat al Mercat, en el qual s'efectuen el 22% de les vendes (16.572 tones).

En canvi, l'estudi revela que els dimecres i dissabtes han experimentat, des de 2005, un descens progressiu del volum de comercialització. En el cas dels dimecres que, durant el 2011, va acaparar el 17,4% de les vendes (13.100 tones), la disminució és més suau, d'un 1,4%. Més significativa és l'evolució en negatiu dels dissabtes. Les vendes en aquest dia han baixat un 4,2% en relació amb el 2005 i, actualment, només suposen el 14,3% del total comercialitzat (10.812 tones).

*\*L'estudi no comptabilitza el desembre, ja que les vendes durant aquest mes estan condicionades en funció dels dies en els quals cauen les festes de Nadal*



*Gràfic comparatiu entre 2005 i 2011 on es mostren les tones comercialitzades al Mercat en funció dels dies de la setmana*

### El gerent del Gremi de Majoristes del Peix es jubila



*Agustí Orteu (a la dreta) amb el nou gerent del GMP, Jordi Pan*

El gerent del Gremi de Majoristes del Peix (GMP), Agustí Orteu, s'ha jubilat després de 30 anys treballant en aquesta entitat.

Orteu va entrar al Gremi com a cap administratiu i, a finals dels anys 80, coincidint amb l'ampliació de l'estructura del Gremi, va ser anomenat gerent d'aquesta entitat i de les fàbriques de gel del Mercat Central del Peix, càrrecs que ha ostentat fins l'actualitat.

En aquests anys, Orteu ha estat testimoni i part activa d'alguns dels fets més importants del sector del peix. Entre aquests destaquen el trasllat del Mercat del carrer Wellington a Mercabarna, la creació de les fàbriques de gel i la impremta, la remodelació del Mercat l'any 2000, la inauguració del Centre Interactiu del Peix (CIP) i l'inici de la campanya infantil "Creix amb el Peix" o la informatització de la planta de venda del Mercat. Des del mes de març, Jordi Pan és el nou gerent del Gremi.

### El president i el gerent dels Mercats Municipals de Barcelona, al Centre Interactiu del Peix

El president de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona, (IMMB) i conseller de Mercabarna, Raimond Blasi, i el gerent d'aquesta institució, Jordi Torrades, van visitar, el 9 de març, el Centre Interactiu del Peix (CIP), acompanyats per les direccions del Gremi de Majoristes (GMP) i de Mercabarna.

L'objectiu era que el president de l'IMMB –nomenat el passat mes de juliol– conegués *in situ* aquest espai divulgatiu, del qual l'Institut Municipal de Mercats n'és un dels patrocinadors, per tal de seguir mantenint el llaços de col·laboració entre les dues entitats. També, es va aprofitar la visita per fer un recorregut pel Mercat Central del Peix.



## Fruites i Hortalisses

### Estris de cuina per conservar les propietats saludables de fruites i hortalisses

El 8 de març, la firma majorista del Mercat Central de Fruites i Hortalisses Capdevila e hijos va acollir un acte promocional de Saladmaster, empresa que comercialitza estris de cuina que preparen els aliments de forma més saludable. La firma va promocionar entre als usuaris un nou sistema de cocció que evita que durant el procés d'ebullició les hortalisses perdin les seves propietats saludables. En el marc de la promoció, es va sortejar una màquina que permet tallar fàcilment i en diferents formats, tot tipus de fruites i hortalisses.



Aquesta és la màquina per tallar fruites i hortalisses que es va sortejar durant la promoció

VALLESANA DE MANUTENCIÓN S.L	
VALLESANA I	VALLESANA II
 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta transpalet carretillas y accesorios de camión</li> </ul>	 
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio 24 horas</li> <li>• Mecánica industrial</li> <li>• Reparación de: puertas elevadoras, equipos frigoríficos, carrocerías frigoríficas, transpalet y carretillas elevadoras</li> <li>• Revisiones ATP, Revisiones Tacógrafo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nueva dirección preparada para trabajar a su servicio</li> <li>• Especialistas en chapa y pintura</li> <li>• Taller colaborador de todas las compañías aseguradoras</li> <li>• Mecánica general y electricidad, Frenos y revisiones</li> <li>• ITV, servicio de recogida y entrega de vehículo</li> </ul>
C/ Transversal 15, nº 10 Tel: 932 630 966 / Fax: 932 621 649 Párking principal administracio@vallesanamb.com	C/ Transversal 7, nº 82 Telf.: 935 564 994 vallesana2@vallesanamb.com
MERCABARNA (ZONA FRANCA) 08040 Barcelona	

Estem a prop teu.

QUADIS 

## Nou Centre Quadis a Mercabarna.

Vine a veure'ns i descobreix perquè després de **70 anys** seguim **líders del sector** i tenim la confiança de més de **400.000 clients**.

**Turismes i industrials.** Vehicles nous i d'ocasió.



Jeep

 KIA MOTORS



 GO BEYOND

 Audi

 Mercedes-Benz

 MITSUBISHI MOTORS

 NISSAN

 SEAT

 smart



 Volkswagen

 ASTON MARTIN

 BENTLEY

 FERRARI

 LOTUS

 MASERATI

 JAGUAR

Ens trobaràs a: Despatx 59. Longitudinal, 4. Edifici Bancs. Tel. 93 556 42 59, [www.quadis.es](http://www.quadis.es), [mercabarna@quadis.es](mailto:mercabarna@quadis.es)



## “L’objectiu és fidelitzar els clients estratègics i créixer amb ells”

Entrevista a: **Víctor Noguer**, professor de Màrqueting d’ESADE

**Montse Diego Pérez**

Llicenciat en Direcció d’Empreses, Noguer és professor del departament de Direcció de Màrqueting de l’escola de negocis ESADE i dirigeix una empresa del sector de la comunicació. El 13 de març va impartir un curs a Mercabarna, on va donar algunes claus per aprendre a gestionar de forma efectiva la cartera de clients d’una empresa.

P- No tots els clients són iguals, oi?

R- És cert! Totes les empreses tenen uns clients determinats que es poden considerar més rellevants o amb un major potencial. Són aquells que denominem clients estratègics. I, un dels objectius de la Gestió de clients estratègics és ajudar-nos a identificar-los i gestionar-los correctament.

P- Per què són tan importants aquests clients estratègics?

R- A la majoria d’empreses es compleix aquella llei universal del 20-80. És a dir, hi ha un percentatge relativament petit de clients (aquest 20%) que representen la major part de la nostra facturació (el 80%). Per això és essencial gestionar bé aquest petit grup.

P- Però, és només un tema de facturació?

R- Podem decidir que un client és estratègic pel volum de vendes que ens suposa o per la seva rendibilitat. Però, existeixen d’altres criteris com ara si el client té prestigi i és un líder d’opinió dins del nostre sector, la solvència o estabilitat econòmica del client –que actualment és força important–, o si té molt potencial...

P- Potencial... A què es refereix?

R- En la gestió estratègica de clients parlem de relacions a llarg termini. Per tant, s’ha de mirar més enllà de les vendes que ens reporta un client avui, hem de pensar en les que ens suposarà demà.

P- Necessito molts recursos o eines per gestionar aquest tipus de clients?

R- Hi ha diferents programes de planificació i gestió que et faciliten la feina, que t’ajuden a crear grups de clients en funció de la seva activitat, veure les oportunitats de negoci que porta cadascun dels teus comercials... No obstant, la gestió de clients estratègics és, més aviat, una forma de treballar, una actitud.

P- Una actitud?

R- No hem de pensar només en com satisfer la comanda que tinc sobre la taula. Amb la gestió de clients estratègics hem de perseguir dos objectius: fidelitzar aquest client i créixer amb ell construint relacions a llarg termini basades en la confiança mútua.

P- Es tracta de donar un pas més en la forma de vendre...

R- Sí! Hi ha tres maneres de vendre. Una és la relació *comodity*, basada en la simple transacció comercial i que està bé per a certs tipus de clients. L’altre és la de proveïdor qualificat, és a dir, dones un valor afegit en producte o servei al teu client. I, la darrera forma és la relació de *partner*, que vol dir convertir-se en un aliat que aporta valor a la pròpia estructura del client. Com? Integrant el teu sistema informàtic amb el del client, estudiant com pots contribuir a reduir-li costos en el seu procés de venda, proposant línies de negoci conjuntes que ens permetin obtenir beneficis al dos...

P- Per on comencem a construir aquesta relació?

R- Cada client estratègic requereix un pla d'acció personalitzat. Hem de saber quins objectius, necessitats i reptes té el client. Després, marcar els nostres propis objectius envers aquell client. I, finalment, decidir què farem, com, quan, amb quins recursos...

P- Es refereix a oferir-los nous productes o serveis?

R- Sí, aportar-los nous productes i serveis, innovacions en diferents camps... De fet, és veure de quina manera podem ajudar el nostre client per créixer plegats.

P- Suposo que moltes empreses de Mercabarna petites i mitjanes deuen estar pensant que amb la seva estructura és difícil d'aplicar tot això...

R- És cert, moltes PIMES ho veuen com una cosa que no va amb elles, però no és així! Per fer una gestió estratègica dels clients, no s'ha de tenir una gran estructura, ni grans pressupostos... És aplicar una forma de treballar amb uns clients específics. A més, les PIMES tenen alguns punts forts a l'hora de fer aquesta gestió estratègica.

P- Ah, sí! Quins?

R- Tenen una estructura menys rígida. Això els permet prendre decisions més ràpides i, en un moment determinat, adaptar-se amb més facilitat a les demandes del client.

P- Quin diria que és l'error més habitual a l'hora de gestionar aquests clients?

R- A vegades aquestes accions queden com iniciatives puntuals o aïllades i això és un error. La gestió estratègica ha de ser un projecte corporatiu. Tots els treballadors han de saber que existeixen uns clients estratègics i que, amb ells, s'ha de treballar d'una forma determinada, amb uns objectius concrets.

P- La crisi econòmica ha modificat la manera d'actuar amb aquests clients estratègics?

R- Amb la crisi, moltes empreses han entès la importància de gestionar bé la relació amb els clients més importants. Sobretot, per la necessitat de protegir-los i retenir-los davant la nostra competència. Mirant la part positiva d'això, com que ara les empreses estan més obertes a escoltar noves ofertes i a negociar amb d'altres possibles proveïdors, nosaltres ho podem aprofitar per generar més oportunitats de negoci.

P- I quins passos s'han de seguir per abordar aquestes noves oportunitats i aconseguir més clients?

R- Primer de tot s'ha de tenir molt clar quin és el

meu públic objectiu. Si busques nous clients, val la pena "apuntar" bé i anar a per aquells que poden ser estratègics. Un cop els hem decidit, s'han de buscar contactes, generar un interès en aquest potencial client, aconseguir molta informació sobre ell per fer una proposta comercial atractiva i amb valor, fer un seguiment constant del procés, estar disposat a negociar i gestionar els obstacles...

**“Tots els treballadors de l'empresa han de saber que existeixen uns clients estratègics i que, amb ells, s'ha de treballar amb uns objectius concrets”**

P- Déu n'hi do! I si després de tot això la resposta és un no?

R- Una de les coses que no es fa habitualment és preguntar el perquè de les coses. Hi ha certa reticència i més si és un client que no coneixem. Però és molt saludable saber perquè no ens han seleccionat o perquè sí! Aquesta informació ens pot ser de gran utilitat en futurs processos. Si sabem quin ha estat l'obstacle que ens ha impedit accedir, podem treballar-lo i millorar-lo.

P- Des de la seva experiència, què és més complicat, mantenir un client que ja tens o fer-ne un de nou?

R- Està empíricament demostrat que és més fàcil vendre a un client que ja tens, que fer-ne un de nou. Per això és tan important gestionar de manera correcta i eficient els teus clients estratègics i esbrinar com els pots vendre més productes o subministrar nous serveis. És un error molt comú obsessionar-se amb aconseguir clients nous i oblidar-se de créixer amb els que ja tenim.

P- Quina recomanació faria a les empreses de Mercabarna pel que fa a la gestió dels clients estratègics?

R- Les empreses de Mercabarna treballen en un sector molt competitiu, en el qual es comercialitzen una tipologia de productes que, per si mateixos o pel preu, són difícils de diferenciar. Per això, en aquest context, és especialment interessant fer una bona gestió de clients estratègics, com una manera d'apostar per aportar valor i establir una relació de confiança amb el client. I, això, pot marcar la diferència.





la millor oferta de Mercabarna  
sempre la fas tu,  
què et sembla si ara te la  
fem nosaltres?

Totes les trucades entre empreses de Mercabarna.  
Atenció al Client Mercabarna 24 hores, 365 dies a l'any.

0€

Descobreix més avantatges amb Orange, proveïdor de telecomunicacions de Mercabarna.

Oficina Orange a Mercabarna  
C/ Transversal, 12 local 13  
Tel. 93 556 42 42  
[mercabarna.es@orange-ftgroup.com](mailto:mercabarna.es@orange-ftgroup.com)

orange™

Les empreses adscrites a l'Acord Marc d'Orange per a Mercabarna podran trucar lliurement, des de mòbil o fix, a qualsevol altre número de Mercabarna a 0€.