



# ¿Qué vender cuando no está lo que se vende?

## Trabas a las importaciones

*¿Qué hacer cuando el producto que se ofrece sigue existiendo pero no está? ¿Cómo lograr que un cliente no escuche los cantos de sirena de la competencia? Aquí les ofrecemos algunas alternativas, basadas en las técnicas del marketing experiencial, que pueden ayudar a mantener el rumbo de una empresa.*

**A** los argentinos nos llegó otra crisis: la de la importación. Ya tuvimos hace años una que se llamaba de la misma manera, pero ésta es de diferentes características. Antaño importábamos todo, lo que destruyó nuestra industria e hizo que las divisas se fueran al exterior, sea en inversiones o depósitos. Hoy es a la inversa: se pusieron trabas a la importación y, teóricamente, para poder ingresar productos al país, las empresas deben exportar.

Es razonable y sano que la balanza comercial de un país tenga saldo positivo y que se proteja a la industria nacional, siempre dentro del marco de la competitividad, para evitar que se "achanche". Esto no se discute. El problema aquí es el cambio, es decir, la crisis que se genera en el "mientras tanto".

En este "mientras tanto" ocurre lo peor que le puede pasar a una empresa: tiene la venta, pero no el producto. Y vender hay que vender, pues las cuentas hay que pagarlas igual.

Lo primero que uno piensa es buscar productos nacionales, pero los fabricantes locales de la industria electrónica no pueden de la noche a la mañana multiplicar su producción y deben adaptar su logística de aprovisionamiento de componentes a las nuevas normativas, que por cierto también los complican, por lo que necesitan explicar al gobierno su posición de fabricantes y hasta en algunos casos de exportadores para agilizar los trámites.

¿Qué hacer entonces? Una opción es vender más servicios a los clientes actuales, sea tanto para man-



**Néstor Gluj**

Gerente de Negocios Latam NANOCOMM S.A.  
[ngluj@nanocommweb.com](mailto:ngluj@nanocommweb.com)



tener la facturación como para evitar que busquen una empresa de la competencia que le promete tener lo que uno no tiene.

Siguiendo la línea del marketing experiencial, cuya esencia es la capacidad de crear una experiencia en torno a su producto o servicio, cuanto más interactivo sea el servicio, mejor. Haga que su cliente "sienta" cuando utilice su servicio; póngaselo en sus manos.

Algunas herramientas de comunicación GPRS permiten esa inter-

acción del usuario, accediendo a través de su PC o su smartphone, permitiéndole a la empresa prestadora acercarse de nuevo a los clientes, "que ya son clientes"; para ofrecer estas opciones y, al mismo tiempo, brindarles más seguridad usando vínculos bidireccionales seguros.

Es así que la venta de estos servicios supone una mejora para todas las partes y son una buena opción para mantener el negocio en marcha en esta coyuntura. ■

**Diseño Gráfico**



Logos - Folletos - Libros  
Afiches - Ilustraciones  
Cartelería - Catálogos  
Papelería - Web - CDs

[www.logosyfolletos.com.ar](http://www.logosyfolletos.com.ar)

4911-5793  
15-5498-3028

19graficar@gmail.com  
c19@netizen.com.ar