

- Las empresas necesitan vender y observan que cada día las ventas crecen en el “mundo” online y en las grandes superficies y que su canal multiproducto no siempre prescribe el suyo antes que el de la competencia.
- Estas circunstancias nos hacen pensar en la necesidad de estar presentes en estos DOS canales,
- Pero estamos preparados?
- A nivel estratégico empresarial estamos convencidos?
- De verdad queremos abordarlo?
- Reflexiones:
- A la dirección de la empresa el mundo online le genera miedos y fobias porque no lo conoce, ni controla.
- Al responsable de sistemas de la empresa le genera animadversión pues cree que le puede sacar de su zona de confort.
- Todos queremos conseguir el éxito de nuestra competencia sin analizar la estrategia que esta ha realizado, su planificación y esfuerzo.
- La mayoría de empresas busca especialistas en ventas en canales tipo Amazon, pero si no hay voluntad real por parte de la dirección ,no existe profesional que asegure el éxito.
- Siempre hay soluciones para que la estructura comercial y de distribución actual no se vea afectada por estos nuevos canales de ventas.
- No son una amenaza, sino una oportunidad para TODOS.



- Pasos fundamentales para abordar estos canales:
- Analizar los posibles **canales a activar bajo este nuevo escenario**
  - **Sitios Web:** actualización de imagen y funcionalidad.
  - **Fichas técnicas:** facilidad para la generación de las mismas
  - **Print (InDesign):** agilidad a la hora de crear nuevos catálogos
  - **B2B:** agilizar tramitación de pedidos con los distribuidores, generación de proformas...
  - **B2C:** posibles canales de Dropshipping... portales Brico, ofertas....
  - **App:** herramienta para comerciales, punto de venta...



