INNOVAR PARA NO DESAPARECER

TENDENCIAS DE NEGOCIOS ANTE EL COVID-19(parte 2)

El tiempo sigue su curso, pero la pandemia por la covid-19 continúa alterando la forma de hacer negocios. En esta nueva era pandémica es importante actualizarnos para que nuestros negocios prosperen en medio de la calamidad.



En la edición de mayo de Mundo HVAC&R revisamos las primeras seis tendencias para la industria el aire acondicionado y la refrigeración en un contexto en el que la covid-19 ha transformado cada aspecto de nuestra vida. A continuación, daremos un repaso por las últimas seis. Espero que estas 12 tendencias sean de gran utilidad para los nuevos proyectos que estén por gestarse y que sirvan como aliciente para continuar fortaleciendo esta industria esencial para la vida.

7 MÁS IMPORTANCIA A PRODUCTOS PARA LIMPIEZA DEL AIRE

Quien está en la industria ha visto un crecimiento en la demanda de productos para limpieza y tratamiento de aire, un área que quizá no había tenido la importancia debida antes de la pandemia. Sin duda, éste será un tema presente en la mente de todos en los años venideros. Por ello, es importante que los contratistas, distribuidores y fabricantes estén al día con las últimas tecnologías para que puedan ofertarles a sus clientes mejores métodos de instalación y planificación del mantenimiento de estos equipos, cuya demanda será normalizada junto con los demás equipos de la industria.

8 MÁSIMPORTANCIAA TERMOSTATOS DE VOZ INTELIGENTES

El ahorro energético siempre fue uno de los mayores motivadores del uso de termostatos inteligentes, pero, con la pandemia, poder reducir la cantidad de equipos que tenemos que tocar con las manos también es una gran ventaja en un área de trabajo donde conviven varias personas. Ya existían termostatos inteligentes en el hogar y ahora comienzan a ser demandados también en las oficinas para que tanto personal como visitantes se sientan más seguros. La compatibilidad con plataformas como Alexa, Google y Siri comienza a ser un gran diferenciador en este tipo de productos.

9 SERVICIO AL CLIENTE VÍA ZOOM CON ALTOS EJECUTIVOS

A pesar de que muchos vendedores se quejan de no poder ver a sus clientes en persona, la tecnología también ha abierto puertas que antes no podían ser posibles. Una de ellas es la posibilidad de que las empresas puedan pedirles a sus 12 principales clientes (uno al mes) que se reúnan virtualmente con la cúpula ejecutiva de la compañía y que se pueda incluir a los ejecutivos importantes del cliente. El objetivo de estos intercambios es conocer las razones de por qué a tu cliente le gusta hacer negocios contigo y qué acciones puedes impulsar para aumentarlos. Poder resolver a tiempo barreras de negocio y abrir puertas que faciliten mejoras en el proceso actual es muy importante. Estos intercambios han permitido a las empresas mejorar su oferta de productos y servicios más rápidamente, así como entender mucho más a sus clientes. Esta tendencia aún no la hemos visto en México y Latinoamérica, pero debemos entender su importancia, pues conocemos muy poco de nuestros principales clientes. En la medida que conozcamos y entendamos sus necesidades versus “solamente el precio más bajo”, tendremos mejores resultados. Ésta es una buena tendencia y además es una muy buena práctica de negocio que cada vez más y más compañías van a implementar.

10 LOCKERS AUTOMÁTICOS

La conveniencia es la razón principal de usar lockers con códigos de combinación cambiante enviados por celulares. Durante la pandemia ha sucedido que muchos contratistas quieren buscar productos cuando van camino a una instalación y pasan a horas en las que los distribuidores no están disponibles. Con el uso de lockers las entregas son cada vez más seguras y convenientes, ya que no tiene que haber un personal para realizarlas; basta con enviar el código de entrega al cliente. En México y Latinoamérica esta tendencia todavía no es tan prevaleciente, pero es muy probable que alguien desee ser el primero en diferenciarse al utilizarla. La mencionamos aquí porque pudiera ser una tendencia para nuestro mercado. Otro uso de los lockers es colocarlos en una obra grande con productos de uso frecuente entre los clientes, como guantes, herramientas, entre otros. Con un código se sabe que empleado solicitó el producto y cuántos se han usado. Automáticamente el cliente recibirá su factura, ya que su distribuidor sabrá qué producto consumió y cuándo se debe reemplazar el inventario en el locker.

11 MÁS INVENTARIO

El poder tener el producto correcto en el lugar correcto sigue siendo la principal razón por la cual se selecciona una empresa de otra, según todos los estudios de clientes realizados por HARDI. Ahora en la época del año que esperamos que la demanda suba versus el 2020 es sumamente importante y quizás más que tengamos más que nunca inventario de producto. Este año muchos empresarios no han invertido lo suficiente para afrontar la gran demanda de productos por miedo a la baja que hubo el pasado año, pero el sector HVACR es una industria esencial y es importante estar preparados. La tendencia en Estados Unidos fue un crecimiento del 13 por ciento con respecto al primer trimestre del 2020 en el aumento de productos. Sin duda, en México y Latinoamérica será diferente, aunque debemos esperar que será un aumento interesante principalmente en la temporada de calor que viene y que fue tan afectada en el 2020, por lo que la comparativa será muy baja y fácil de sobrepasar.

12 VISITA DE VENDEDORES

Incluimos esta actividad como una tendencia porque las encuestas realizadas muestran que los contratistas dependen de los vendedores profesionales en muchas de sus decisiones de negocio. Ya sea para conocer nuevas tendencias en el mercado como para entrenamiento, ayuda en posicionar el producto y visitas conjuntas con los clientes. Es muy importante que entendamos de manera clara que aun cuando muchos clientes no nos permiten visitas, hay muchos otros que dependen y necesitan de nuestro conocimiento del mercado, del producto y de la información acerca de las tendencias para tomar mejores decisiones de negocio y hacerles recomendaciones más precisas. La visita personal y conocer las necesidades del cliente es una tendencia que se sigue requiriendo más que nunca y es importante recalcarlo, ya que se ha hablado mucho de la tecnología en esta pandemia, pero si ha servido de algo la misma es para recordarnos que el toque personal sigue siendo un gran diferenciador en nuestra industria.



El objetivo de observar tendencias y estudiar mejores prácticas es precisamente que estemos listos y preparados para escenarios futuros. Nadie puede prevenir las próximas crisis ni la siguiente pandemia, lo que sí podemos hacer es aprender de lo mejor que han hecho diversas empresas e incorporar esas ideas para el crecimiento de la nuestra. Esperamos que estas 12 tendencias les ayude a todos a tomar mejores decisiones y a incorporar las mejores prácticas para consolidar sus negocios, así́ como para afianzar aún más su compañía en esta nuestra gran industria HVACR.

 FUENTE: MUNDO HVAC&R.