

# CÓMO PREPARAR UN MATERIAL DE MARKETING EFECTIVO PARA LA RED DE VENTAS

El papel de un Brand manager en nuestro sector es crucial para garantizar el éxito de los productos y servicios relacionados con el cuidado de las mascotas. Una de sus responsabilidades, entre otras, es preparar campañas y materiales de marketing efectivos para la red de ventas. En este sentido la exigencia cada vez es mayor.

El sector de animales de compañía ha cambiado mucho en los últimos años, el cliente está "sobre informado" y es más exigente. Lo que antes funcionaba para comunicar, hoy ya no sirve, ni siquiera es relevante. La comunicación mediante problema/solución ya no es lo que esperan los clientes cuando son visitados por parte del delegado. El objetivo sigue siendo el mismo, promover y/o vender los productos en el mercado. Pero, ¿Qué espera el cliente? ¿Cómo podemos hacer que nos escuchen y atraer su atención?

El cliente quiere que se le aporte valor añadido, el tiempo que dedica a escuchar al delegado, deja de visitar a sus propios clientes, así que tiene que tener su retorno.

La preparación de material para la red de ventas requiere una cuidadosa planificación y ejecución para asegurar que se transmite la información adecuada y se logren los objetivos. A continuación, se presentan algunas ideas que pueden ser de utilidad para el Brand manager al preparar este material de forma efectiva.

En primer lugar, es esencial comprender a fondo el producto o servicio que se va a promocionar. Se debe tener un conocimiento profundo de las características, beneficios y ventajas competitivas del producto, así como de su posicionamiento en el mercado. Esto nos permitirá comunicar de manera clara y convincente los puntos clave, diferenciadores y si es posible únicos en el propio material de marketing.

Además, el Brand manager debe investigar y comprender el mercado objetivo y las necesidades de los clientes. Esto implica analizar el comportamiento de compra de los clientes, pero no solo esto, sino conocerles en profundidad. Todo ello para poder segmentarlos en perfiles cualitativos. Esta información ayudará a adaptar el material de ventas de manera efectiva para satisfacer las necesidades y deseos de todos los clientes por muy diferentes que sean.

Una vez que se ha recopilado la información necesaria, hay que trabajar en un mensaje claro y coherente que desta-

que los beneficios del producto o servicio, tanto funcionales como emocionales. Este mensaje debe ser convincente y diferenciador, resaltando no solo cómo el producto puede resolver los problemas o mejorar la salud de las mascotas, sino como este producto ha estado diseñado para cubrir las necesidades específicas de nuestro cliente. La forma de expresar el mensaje principal, se tendrá que adaptar al perfil cualitativo del cliente. Así que un mismo material de marketing necesitará ser lo suficientemente versátil para que un delegado de ventas pueda argumentarlo de distintas formas, teniendo en cuenta el perfil de cliente que tiene delante.

No podemos olvidar también que el material de ventas debe ser visualmente atractivo y fácil de entender. Hay que utilizar gráficos, imágenes y diseños profesionales para captar la atención del cliente y facilitar la comprensión de la información. Además, el material debe estar bien organizado y estructurado, con secciones claras y concisas que aborden los diferentes aspectos del producto.

Pero esto no es todo, falta un paso más, hay que confirmar que el material o campaña es realmente efectivo. Es necesario testarlo. Acabar de diseñarlo de forma conjunta con la red de ventas, cubriendo las necesidades que tienen los delegados, solo así nos aseguraremos el éxito.

Para finalizar también será útil, proporcionar herramientas adicionales que den soporte a promover y vender el producto de manera efectiva. Esto puede incluir, testimonios de clientes satisfechos, estudios clínicos que respalden la eficacia del producto e incluso una guía de como abordar el material o campaña teniendo en cuenta el perfil de cliente que tienen delante.

Estas herramientas, conjuntamente con el material de marketing principal, brindarán a los delegados de ventas la confianza y el respaldo necesarios para abordar a los clientes potenciales de manera exitosa.