

EJECUTIVO DE VENTAS COMERCIAL HUNTER

Propósito: Identificar, calificar y cerrar nuevas oportunidades de negocio, asegurando un flujo constante de embarques que cumplan con los márgenes de rentabilidad de la compañía. Maximizar el valor de la cartera de clientes actuales de tamaño medio, asegurando la recompra constante y detectando nuevas necesidades dentro de las cuentas existentes.

Responsabilidades

*** Prospección y Apertura de Mercado**

Identificación de Leads: Buscar activamente empresas importadoras/exportadoras dentro de los sectores estratégicos definidos en la Clasificación CRM. Calificación Técnica: Validar que el prospecto maneje volúmenes y rutas que se alineen con nuestras fortalezas operativas. Primer *Contacto:* Realizar llamadas en frío, correos de prospección y visitas presenciales para generar interés en nuestra propuesta de valor. Detectar con qué otros Forwarders trabaja el prospecto para diseñar una oferta que ataque sus puntos débiles (precio, tiempos o servicio).

*** Gestión del Ciclo de Venta (CRM)**

Actualizar su Pipeline: Registrar y mover cada oportunidad a través de las etapas de venta definidas en el CRM.

Forecasting Individual: Reporta con veracidad la probabilidad de cierre de sus negocios para alimentar el dashboard gerencial.

Higiene de Datos: Asegurar que cada cuenta tenga en el CRM toda la información mandatoria y correctamente registrados.

*** Análisis de Necesidades y Solución Logística**

Levantamiento de Información: Entender a fondo la cadena de suministro del cliente (Incoterms, puntos de origen/destino, tiempos críticos).

Diseño de Oferta: Trabajar en conjunto con el área de Pricing y Gerencia Comercial para presentar la mejor opción técnica y económica.

*** Negociación y Cierre de Negocios**

Presentación de Propuestas: Explicar claramente los beneficios de nuestros servicios y el valor agregado (Seguros, 4PL, Visibilidad).

Manejo de Objeciones: Defender el valor de nuestro servicio frente a la competencia, priorizando la rentabilidad sobre la guerra de precios.

Cierre de Booking: Asegurar la confirmación formal del embarque o la firma del contrato de servicios.

*** Implementación y Post-Venta Inicial**

Hand-over a Operaciones: Entregar el perfil completo del cliente y los detalles del embarque al equipo de Customer Service (SOP - Standard Operating Procedure).

Seguimiento de "Primer Embarque": Monitorear la primera operación para asegurar que la experiencia del cliente sea impecable y facilitar la recompra.

*** Social Selling y Networking (Ecosistema Digital)**

LinkedIn Activo: Mantener un perfil profesional y compartir contenido de la empresa para posicionarse como experto ante su red de contactos.

*** Asistencia a Eventos:** Participar en ferias y eventos de cámaras de comercio para captar leads presenciales.

*** Complice**

Asegurar tener los documentos de identificación de la empresa previo a la coordinación del primer embarque. **Perfilamiento Financiero:** Recopilar la documentación e información de contacto adecuado y necesario para el área de cobranzas.

*** Gestión de la Recompra (Fidelización)**

Seguimiento Preventivo: Mantener contacto regular con clientes que ya han realizado embarques para conocer sus próximas fechas de carga.

*** Recuperación de Clientes Inactivos:** Analizar en el Dashboard quiénes dejaron de mover carga en los últimos 30, 60 o 90 días y contactarlos para reactivar la cuenta.

*** Recordatorios de Mercado:** Enviar actualizaciones de tarifas o situaciones de puertos (blank sailings, huelgas) como valor agregado para mantenerse presente.

*** Desarrollo de Cuenta (Cross-selling y Up-selling)**

Ampliación de Servicios: Si el cliente solo usa marítimo, el Farmer debe ofrecerle el seguro de carga, el servicio de aduana, AGD o el transporte terrestre local.

Apertura de Nuevas Rutas: Investigar si el cliente tiene proveedores en otros países para ofrecerle nuevas rutas donde la empresa tenga buenas tarifas o cargas en otro modo de transporte.

*** Soporte en el Ciclo Operativo-Comercial**

Renovación de Cotizaciones: Actualizar tarifas que han vencido para que el cliente siempre tenga una oferta vigente sobre la mesa.

Resolución de Fricciones: Actuar como mediador cuando un cliente recurrente tiene una queja operativa menor, evitando que esa molestia se convierta en una pérdida de la cuenta.

*** Administración de Datos en CRM**

Historial de Cliente: Mantener actualizado el perfil del cliente: cambios en su volumen, nuevas personas de contacto o cambios en su situación financiera.

* **Reporte de "Wallet Share":** Estimar cuánto del volumen total del cliente estamos manejando hoy y cuánto podríamos capturar en el futuro.

* **Gestión de Cobranza Preventiva**

Vigilancia de Pagos: Asegurar que los clientes de su cartera respeten los días de gracias concedidos por vía excepcional.

PERFIL TECNICO

Experiencia comprobable en la venta de servicios de fletes internacionales (marítimo, aéreo, terrestre), servicio aduanal y gestión de proyectos especiales (como isotanques o carga sobredimensionada).

Capacidad para asesorar al cliente sobre las responsabilidades, costos y riesgos según el término de negociación internacional aplicado.

Manejo de CRM: experiencia en el uso de herramientas como Salesforce (o similares) para la gestión de embudos de ventas, seguimiento de leads y reportes de gestión.

Análisis de Mercado: Habilidad para identificar nuevas oportunidades de negocio, analizar a la competencia y detectar nichos desatendidos.

Microsoft Office: Manejo fluido de Excel para cotizaciones y PowerPoint para presentaciones comerciales de alto impacto.

PERFIL EDUCACIONAL

Licenciatura en Comercio Exterior, Administración de Empresas, Mercadeo o Relaciones Internacionales.

Deseable: Cursos o certificaciones en Técnicas de Ventas y conocimientos básicos de Incoterms 2020.

Inglés Comercial: Nivel intermedio (capacidad para leer cotizaciones internacionales y comunicarse con agentes del exterior).

Comunicación Persuasiva y Negociación: Capacidad de persuasión para cierre de negocios y habilidad para negociar márgenes de utilidad sin sacrificar la competitividad.

Tolerancia a la frustración, disciplina para el cumplimiento de cuotas de ventas y capacidad de organizar su propia agenda de visitas.

Orientado al servicio al cliente.

Orientación a Resultados: Enfoque constante en la captación de nuevos clientes y en el crecimiento de la facturación de la cartera actual.

Alineación Cultural: Integridad y ética en la captación de negocios, asegurando que los clientes estén alineados con los estándares de Interlogistic.