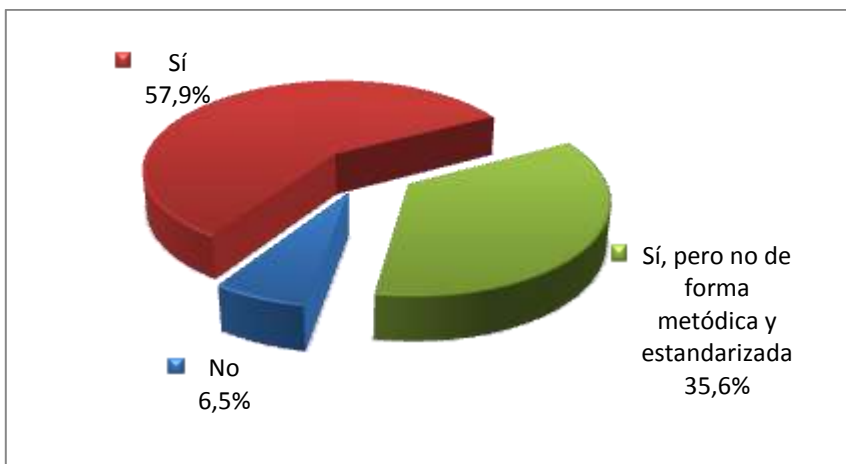


Gestión del cliente

¿Segmenta a sus clientes y aplica estrategias diferenciadas según las características de los mismos?

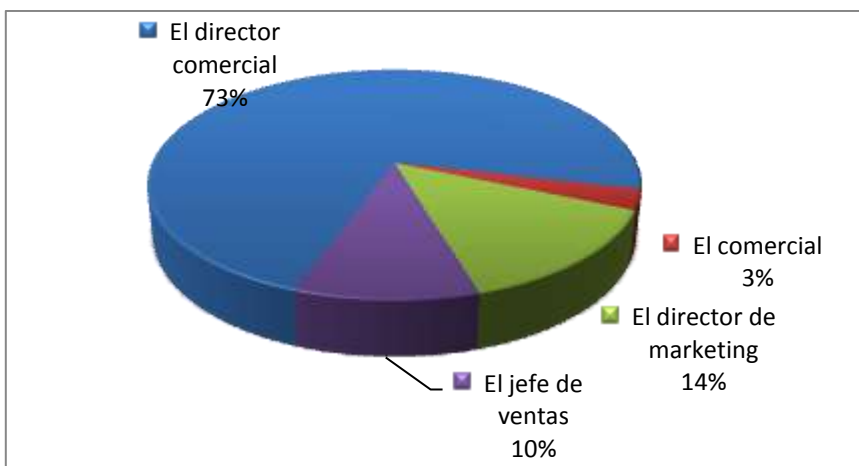
p.29, n=278



La mitad de nuestros encuestados manifiestan una clara área de mejora en cuanto a la implantación de una buena segmentación y de su posterior accionabilidad con estrategias diferenciadas.

Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior; ¿quién/es determina/n esas estrategias diferenciadas? (respuesta múltiple)

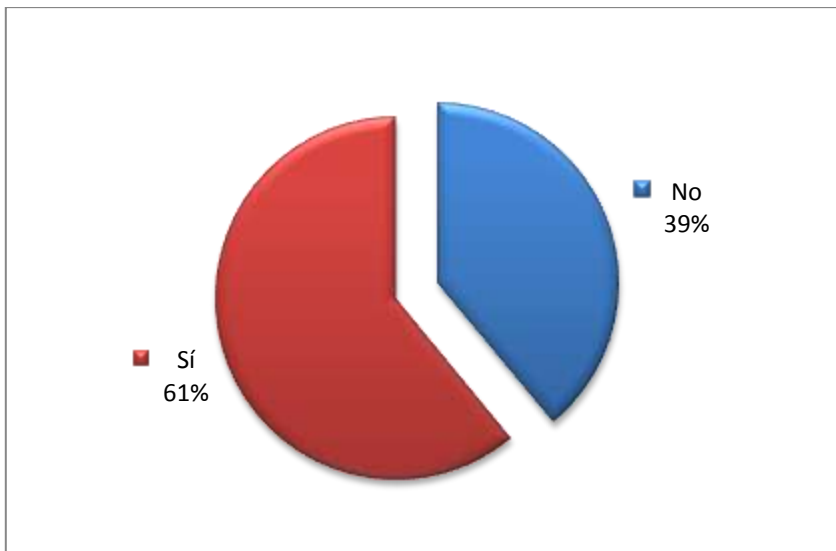
p.30, n_(afirmativos)=245



Es importante resaltar que en una cuarta parte de las redes comerciales analizadas las estrategias por segmento no son realizadas por el director comercial.

¿Opina que su fuerza comercial planifica la gestión de los recursos comerciales y promocionales de que disponen?

p.31, n=277



En línea con lo manifestado en otras preguntas respecto a la profesionalización de las redes de ventas analizadas, destaca constatar que el 38% de éstas no planifica la gestión de los recursos comerciales y promocionales de que dispone.