



Pensa i reflexiona

Treballes en Profit Equipment, una empresa dedicada a la fabricació i venda d'equipament i maquinària esportiva professional. Entre els seus principals clients es troben gimnasos i centres esportius. Els seus productes ofereixen una experiència d'entrenament d'alt nivell que permet millorar el rendiment de les persones que practiquen esport.

L'empresa vol augmentar el seu nombre de clients industrials i per això necessita la teva ajuda per localitzar nous clients potencials i utilitzar tècniques de venda adequades a cadascun d'ells.

Quin tipus de productes creus que poden necessitar els seus clients per desenvolupar la seva activitat correctament?

Els clients de Profit Equipment —gimnasos, centres esportius i altres negocis relacionats amb l'entrenament— necessiten productes que garanteixin seguretat, rendiment, durabilitat i una bona experiència d'ús. Entre els més habituals es troben:

- **Màquines de musculació**

Premses de cames, politges, màquines de jaló, màquines de rem, bancs regulables, contractors, fons assistits, etc. Són essencials per equipar sales de força completes.

- **Equipament de cardio professional**

Cintes de córrer, bicicletes estàtiques i de spinning, el·líptiques, remes ergòmetres, escaladores o màquines de steps. Han de ser robustes, programables i aptes per a ús intensiu.

- **Peses lliures i accessoris de força**

Mancuernas, barres olímpiques, discos de pes, kettlebells, gàbies d'entrenament (racks), suports i plataformes d'halterofília.

- **Equipament funcional i d'entrenament HIIT**



Venda de productes industrials

Cordes de batalla, bàsquets medicinals, bandes elàstiques, plyo boxes, trineus d'arrossegament, sacs búlgars, estacions funcionals i estructures tipus cross-training.

- **Material per a classes col·lectives**

Matalassos, steps, barres de body pump, manques lleugeres, bandes de resistència, peses turmelleres, gomes, etc.

- **Equipament especialitzat segons l'activitat**

Màquines per a ciclisme indoor, rem professional, equipament per a entrenament esportiu específic (boxa, arts marcial, pàdel o futbol sala), zones de pes lliure o entrenament de força per a alt rendiment.

- **Mobiliari i elements auxiliars**

Taquilles, bancs de vestuari, carros d'emmagatzematge, suports de manques, estacions d'hidratació, carrets organitzadors.

- **Solucions tecnològiques i programari esportiu**

Monitors de rendiment, sensors, aplicacions de seguiment i pantalles interactives per a classes dirigides.

- **Equips de seguretat i higiene**

Sistemes de ventilació, dispensadors de gel, productes de neteja i catifes antilliscants.



Activitats

Activitat 1

El Jaume comença a treballar en una empresa de fabricació d'aliments de fleca i brioixeria. El responsable li lliura un llistat amb els productes industrials que necessiten comprar. Podries indicar de quin tipus és cadascun?

- **Caixes de cartró per a pastisseria:** Subministraments i consumibles, ja que són productes d'ús diari que es consumeixen ràpidament i són necessaris per a l'activitat empresarial.
- **Forn industrial:** Equip de capital, ja que és un bé durador que garanteix la infraestructura suficient per fabricar productes.
- **Bolígrafs per a l'oficina:** Subministraments i consumibles, són productes d'ús diari que es consumeixen ràpidament.

Activitat 2

Treballant per equips, suposeu que formeu part de la plantilla d'una empresa de fabricació de calçat i classifiqueu els següents productes industrials:

- a) **Cuir sense tractar:** Matèria primera, ja que s'obté directament de la naturalesa amb un processament mínim.
- b) **Plantilles ortopèdiques per a calçat:** components, ja que són peces semielaborades que s'utilitzen per produir el calçat.
- c) **Màquina d'emmotllament de soles:** Equip de capital, ja que és un bé durador que garanteix la infraestructura per fabricar productes.
- d) **Gestoria contractada per a la realització de les nòmines dels treballadors de l'empresa:** Servei industrial, ja que és un servei prestat per tercers necessari per a l'activitat normal de l'empresa.

Activitat 3

Analitza les diferències que hi ha entre el mercat industrial i el mercat de consum i completa la taula següent al teu quadern:



Venda de productes industrials

| | Mercat de consum | Mercat industrial |

|:--|:--:|:--:|

| Per què es compra? | Per satisfer necessitats personals o familiars | Per utilitzar-los en activitats empresarials |

| Qui són els clients? | Individus i famílies | Empreses, organitzacions i institucions |

| Qui intervé en el procés de compra? | Generalment una sola persona o família | Un grup de persones (responsables de diferents àrees) |

| Quins criteris de compra se segueixen? | Emocionals, personals, moda, tendències | Tècnics, qualitat, eficiència, especificacions, rendibilitat i cost |

Activitat 4

Daniela treballa a ZCM Supplies, una empresa que ven llaunes per a refrescos. L'augment de la demanda de begudes energètiques fa que un dels seus clients, l'empresa Reviva Drinks, fabricant de refrescos, hagi de fer una nova comanda de llaunes.

Podries explicar com aplica cadascuna de les característiques del mercat industrial a aquest cas concret?

- **Demanda derivada:** La demanda de llaunes per part de Reviva Drinks depèn directament de l'augment de la demanda de begudes energètiques per part dels consumidors finals.
- **Alts volums de compra:** Reviva Drinks probablement comprarà grans quantitats de llaunes per satisfer la creixent demanda, cosa que li permetrà negociar millors preus o condicions.
- **Processos de compra complexos:** La decisió de compra de les llaunes pot involucrar diverses persones a Reviva Drinks, com el responsable de producció, el gerent i el responsable financer.
- **Decisions de compra basades en criteris tècnics:** Reviva Drinks avaluarà aspectes com la qualitat de les llaunes, la resistència, la compatibilitat amb les línies d'envasament i la relació qualitat-preu.
- **Fidelització de clients a llarg termini:** ZCM Supplies cercarà establir una relació duradora amb Reviva Drinks basada en la confiança i la qualitat dels seus productes.



Venda de productes industrials

Activitat 5

Indica si les afirmacions següents són vertaderes o falses. Justifica la teva resposta.

a) La qualitat d'un producte industrial només depèn de la seva aparença.

Fals. La qualitat d'un producte industrial depèn del grau en què compleix la funció per a la qual ha estat dissenyat i respon a les expectatives del client, no només de la seva aparença. Inclou aspectes com durabilitat, precisió, fiabilitat i compliment d'especificacions tècniques.

b) Un disseny ergonòmic pot millorar la seguretat de la persona que l'utilitza.

Veritable. Un disseny ergonòmic facilita el maneig del producte, redueix l'esforç físic necessari i minimitza els riscos per a les persones que el fan servir, millorant-ne així la seguretat.

c) La composició d'un producte industrial només es refereix al seu color.

Fals. La composició d'un producte industrial fa referència a la composició física, química o tècnica, els ingredients o materials de què està compost, no només al color.

Activitat 6

Amb quin atribut intrínsec (composició, qualitat o disseny) es relaciona cadascun dels exemples següents?

a) Una màquina de cafè industrial està dissenyada per ser fàcil de fer servir i netejar, amb botons grans i una pantalla intuïtiva.

Disseny, ja que es refereix a l'ergonomia i la facilitat de maneig del producte.

b) Un motor elèctric està compost per coure, ferro i materials aïllants.

Composició, ja que fa referència als materials de què està compost el producte.



Venda de productes industrials

Activitat 7

Per parelles, elaboreu l'etiqueta per a un motor elèctric.

L'etiqueta per a un motor elèctric hauria d'incloure:

- Nom del producte: Motor Elèctric Industrial Sèrie XP-500
- Fabricant: ElectroMotors SA
- Especificacions tècniques:
- Potència: 5 HP (3.7 kW)
- Voltatge: 220-240V / 380-415V
- Freqüència: 50/60 Hz
- Velocitat: 1450 RPM
- Classe d'aïllament: F
- Grau de protecció: IP55
- Número de sèrie: ME-XP500-2023-0456
- Data de fabricació: 05/2023
- País de fabricació: Espanya
- Certificacions: CE, ISO 9001
- Advertiments de seguretat:
- No obriu mentre estigui en funcionament
- Mantenir allunyat de la humitat
- Realitzar manteniment periòdic
- Codi QR per accés a manual d'usuari
- Contacte del servei tècnic: +34 900 123 456

Activitat 8

Busca i presenta als companys un envàs d'algun producte industrial que sigui creatiu i original i que pugui actuar com a «venedor silenciós».

Un exemple d'envàs creatiu i original que actua com a "venedor silenciós" és el dels lubricants industrials WD-40 amb el seu característic tub vermell i blau amb filtre de precisió. Aquest envàs no només protegeix el producte, sinó que el



Venda de productes industrials

disseny ergonòmic amb la palleta extensible permet arribar a llocs de difícil accés. El color blau i vermell distintiu fa que sigui fàcilment reconeixible a qualsevol prestatgeria, comunicant immediatament la marca i la seva funció. A més, l'envàs inclou informació clara sobre els múltiples usos del producte, cosa que ajuda a transmetre'n la versatilitat i el valor afegit sense necessitat d'un venedor físic.

Activitat 9

Per grups, consulteu la normativa europea i espanyola vigent sobre etiquetatge de productes alimentaris envasats. Investigueu si els següents elements que figuren en un envàs de cereals són obligatoris o no:

- **Denominació de l'aliment:** obligatori
- **Data de caducitat:** Obligatori (encara que en cereals sol ser "consumir preferentment abans de")
- **Consells nutricionals per prendre cereals:** No obligatori (és informació voluntària)
- **Si conté gluten o algun altre al·lergen:** Obligatori
- **Codi de barres:** No obligatori (és per a gestió comercial)
- **Quantitat neta de l'aliment:** obligatori

Activitat 10

Escaneja el QR mostrat al marge i comprova si sabries endevinar a quina marca correspon cada logotip en menys de tres segons.

Aquesta activitat requereix escanejar un codi QR específic que no està disponible al text proporcionat.

Activitat 11

Series capaç de reconèixer a quina marca pertany un producte fins i tot si aquest aparegués pintat totalment de blanc, despullat de tots els colors de la seva marca? Aquest experiment, anomenat Brand Spirit, el va fer Andrew Miller, director d'estratègia de l'empresa de branding novaïorquesa DeSantis Breindel.

Accedeix al següent article, on apareixen algunes fotos de productes, i descobreix-ho: bit.ly/VT_UD1_1.



Venda de productes industrials

Aquesta activitat requereix accedir a un enllaç específic que no està disponible al text proporcionat.

Activitat 12

Busca alguna notícia en línia sobre un problema de seguretat d'algun producte industrial a Espanya que hagi implicat algun accident, risc per a la salut dels consumidors, danys al medi ambient, etc. Exposeu-ho als vostres companys de classe.

Un exemple notable és el cas de l'empresa química Brenntag, que el 2020 va patir un incident a la planta de Dos Hermanas (Sevilla) quan es va produir una fuga d'àcid nítric. L'incident va provocar un núvol tòxic que va obligar a confinar la població propera i va causar problemes respiratoris a diversos veïns. Aquest cas il·lustra la importància dels protocols de seguretat a la indústria química i les greus conseqüències que poden tenir els errors en els sistemes de contenció de productes perillosos. L'empresa va haver d'enfrontar sancions per incompliment de normatives de seguretat industrial i mediambiental.

Activitat 13

Escaneja el QR que apareix al marge per accedir a un vídeo sobre els pictogrames que han de figurar als envasos dels productes químics com a mesura de seguretat. Després de veure el vídeo, sabries identificar què vol dir cadascun?

Aquesta activitat requereix escanejar un codi QR específic que no està disponible al text proporcionat.

Activitat 14

Tot seguit, es presenta una llista d'exemples específics de clients industrials. En quina categoria es classifica cadascun? Justifica la teva resposta.

- Un hospital que compra un equip d'anestèsia amb una tecnologia innovadora per incorporar un quiròfan.

Usuari, ja que l'hospital no transforma l'equip d'anestèsia, sinó que l'utilitza directament per desenvolupar la vostra activitat (atenció mèdica).



Venda de productes industrials

- **Una empresa constructora que adquireix forats per utilitzar-los en la construcció d'un habitatge.**

Usuari, ja que utilitza els forats directament en la seva activitat empresarial sense transformar-los.

- **Una fàbrica de joguines que compra silicona i vinil per produir nines.**

Fabricant, ja que compra matèries primeres (silicona i vinil) per transformar-les i obtenir productes acabats (nines).

- **Una distribuïdora de medicaments que revén els medicaments a farmàcies.**

Intermediari, ja que compra productes (medicaments) per comercialitzar-los sense transformar-los físicament.

Activitat 15

La teva empresa ven panells solars. El teu responsable et demana que localitzis tres empreses del sector d'energies renovables a Espanya que podrien ser clients industrials potencials. Per això, accedeix a LinkedIn (si no tens compte, realitza aquesta activitat amb algun company/a que sí que tingui) i filtra els resultats per ubicació i sector.

Aquesta activitat requereix accés a LinkedIn per a la realització.

Activitat 16

Quins creus que són els principals avantatges i desavantatges de fer servir LinkedIn per buscar clients?

Avantatges:

- Permet filtrar per sector, ubicació i mida d'empresa per trobar clients potencials específics
- Facilita l'accés a informació professional actualitzada de les empreses i els responsables
- Possibilita establir contacte directe amb els decisors de compra



Venda de productes industrials

- Ofereix la possibilitat de veure connexions en comú que poden facilitar una presentació
- Permet seguir l'activitat de les empreses per detectar oportunitats de negoci

Desavantatges:

- No totes les empreses o professionals tenen perfils actualitzats o actius
- Algunes persones no responen a missatges de desconeguts
- La informació pot ser limitada si no es compta amb un compte premium
- Pot resultar impersonal comparat amb altres mètodes de contacte
- La saturació de missatges comercials pot fer que els teus passin desapercebuts

Activitat 17

Troba online dues fires internacionals del sector automotor. Anota la informació següent sobre aquestes: data, lloc i breu descripció. Per què creus que la interacció personal és important en aquest sector?

1. Saló Internacional de l'Automòbil de Ginebra

- Data: Març (anualment)
- Lloc: Ginebra, Suïssa
- Descripció: Una de les fires automobilístiques més importants del món on es presenten els darrers models i prototips dels principals fabricants internacionals.

2. Automechanika Frankfurt

- Data: Setembre (biennal)
- Lloc: Frankfurt, Alemanya
- Descripció: La fira líder mundial per a la indústria de serveis automotrius, centrada en equipament, parts, accessoris, gestió i serveis.

La interacció personal és important al sector automotor perquè:

- Els productes són complexos i d'alt valor, cosa que requereix explicacions detallades i demostracions pràctiques
- Permet establir relacions de confiança necessàries per tancar acords comercials importants



Venda de productes industrials

- Facilita l'avaluació física dels productes, els seus acabats i la qualitat
- Possibilita negociacions directes sobre preus, condicions i especificacions tècniques
- Permet l'intercanvi de coneixements i tendències del sector de manera més efectiva que per mitjans digitals

Activitat 18

Indica la tècnica de venda més adequada per a la situació següent: una empresa alimentària té dubtes sobre comprar un nou conservant que allarga la vida útil dels productes sense afectar-ne el sabor ni el color. Li mostres dades concretes de com aquest conservant redueix les pèrdues per caducitat i permet posicionar la marca com a més saludable davant dels consumidors.

La tècnica de venda més adequada per a aquesta situació és la venda basada en els beneficis i el valor, ja que s'estan proporcionant dades específiques i quantificables (reducció de pèrdues per caducitat) que permeten al client valorar el benefici concret que obtindria en utilitzar el conservant, a més de destacar el valor afegit que suposa poder posicionar la seva marca com a més saludable davant dels consumidors.

Activitat 19

Investiga en què consisteixen les tècniques de venda següents: «vendes per por» i «venda agressiva». Creus que són efectives per a la venda de productes industrials?

Venda per por: És una tècnica que consisteix a generar temor al client sobre les conseqüències negatives que podria patir si no adquireix el producte o servei ofert. Es basa a ressaltar els riscos, pèrdues o problemes que podrien sorgir si no es pren la decisió de compra.

Venda agressiva: És una tècnica que es caracteritza per exercir una forta pressió sobre el client perquè prengui una decisió de compra immediata. Inclou tàctiques com a insistència excessiva, limitació artificial del temps de decisió, minimització d'objeccions sense resoldre-les realment o ús de llenguatge manipulador.



Venda de productes industrials

Aquestes tècniques no són efectives per a la venda de productes industrials per diverses raons:

1. Els clients industrials prenen decisions basades en criteris tècnics i racionals, no emocionals
2. Els processos de compra són complexos i involucren diversos decisors, cosa que dificulta la manipulació
3. Es busquen relacions comercials a llarg termini basades en la confiança, i aquestes tècniques generen desconfiança
4. Els clients industrials solen estar ben informats i poden detectar fàcilment aquestes tàctiques
5. Les conseqüències d'una mala decisió de compra a l'àmbit industrial poden ser molt costoses, per la qual cosa els clients valoren la transparència i l'honestetat

Activitat 20

A continuació es presenten diferents frases que un venedor industrial podria dir a un dels clients. Identifica quina tècnica de venda utilitzeu en cada cas:

- «La setmana que ve faré una visita a la seva fàbrica per resoldre els possibles dubtes que els hagin sorgit en utilitzar el nostre producte i veure si hi ha alguna cosa més en què els puguem ajudar».

Venda relacional, ja que busca crear i mantenir una relació a llarg termini amb el client, oferint seguiment i suport continu.

- «Quins són els principals problemes que estan tenint per controlar la qualitat dels seus productes?» (El client respon.) Venedor: «Si el que necessiten és millorar la precisió del procés, els podem oferir un dels nostres equips que compta amb una tecnologia avançada d'inspecció automàtica. Això us assegurarà reduir els marges d'error».

Venda consultiva, ja que primer identifica les necessitats específiques del client mitjançant preguntes i després ofereix una solució personalitzada a aquestes necessitats.

- «A més de la maquinària, seria interessant incloure-hi un kit de manteniment que li permetrà estalviar temps i diners en reparacions futures».



Venda de productes industrials

Cross-selling (venda creuada), ja que ofereix un producte addicional (kit de manteniment) que complementa la compra inicial (maquinària).

Activitat 21

Treballes en una empresa que ven una maquinària que empaqueta productes alimentaris. Una fàbrica d'arrossos i pastes busca ara mateix un sistema que automatitzi l'empaquetat dels seus productes per agilitzar la producció. Ha contactat amb la teva empresa i t'ha demanat que et presentis una oferta comercial. Esmenta els tres beneficis principals que destacaries del teu producte perquè la proposta sigui personalitzada a aquest client concret.

1. Augment de l'eficiència productiva: La nostra maquinària pot empaquetar fins a 120 unitats d'arròs i pasta per minut, fet que suposa un increment del 40% en la velocitat d'empaquetat respecte a sistemes convencionals, permetent satisfer pics de demanda sense necessitat d'ampliar tornos de treball.
2. Versatilitat per a diferents formats: El sistema està específicament dissenyat per adaptar-se a diferents mides i tipus d'envasos (bosses, caixes, envasos al buit) amb canvis ràpids de format que requereixen menys de 15 minuts, ideal per a la variada gamma d'arrossos i pastes sense interrompre significativament la producció.
3. Reducció de deixalles: El nostre sistema de dosificació d'alta precisió garanteix que cada envàs contingui exactament la quantitat especificada de producte, amb una variació màxima de $\pm 0,5\%$, cosa que reduirà les pèrdues de matèria primera en aproximadament un 8% anual, generant un estalvi significatiu en costos de producció.

Activitat 22

Seguint amb l'exercici anterior, esmenteu dues raons per les quals aquest client hauria de comprar la teva maquinària empaquetadora i no la d'una empresa de la competència.

1. Servei tècnic especialitzat en la indústria alimentària: A diferència dels nostres competidors que ofereixen suport tècnic generalista, comptem amb un equip de tècnics especialitzats exclusivament en maquinària per al sector de cereals i pastes, amb experiència demostrable a les principals empreses del sector. Això



Venda de productes industrials

garanteix que qualsevol incidència es resolgui en menys de 24 hores, minimitzant els temps de parada i optimitzant el rendiment específic per als vostres productes.

2. Sistema d'higienització automàtica patentat: La nostra maquinària incorpora un sistema exclusiu d'autoneteja que compleix els estàndards més exigents de seguretat alimentària (FSSC 22000), reduint el temps dedicat a la neteja en un 70% respecte dels sistemes convencionals. Això és especialment rellevant per a la seva fàbrica que processa diferents tipus de cereals i pastes, ja que minimitza el risc de contaminació creuada entre productes i al·lèrgens.

Activitat 23

L'empresa Work&Security fabrica cascos de seguretat per protegir els treballadors de la construcció de possibles cops al cap i accidents de treball. Una empresa constructora d'Andalusia us demana que us envïin una proposta d'oferta comercial. Com es faria?

La proposta d'oferta comercial per a l'empresa constructora andalusa s'hauria d'estructurar de la manera següent:

1. Descripció tècnica del producte:

- Detall dels materials de fabricació (polietilè d'alta densitat)
- Especificacions tècniques (pes, dimensions, resistència a l'impacte)
- Compliment de normatives de seguretat (EN 397, ANSI Z89.1)
- Característiques específiques (ventilació, ajustament, compatibilitat amb altres EPIs)
- Varietat de models disponibles (amb visera o sense, diferents colors per identificar rangs/rols)

2. Adaptació a les necessitats del client:

- Emfatitzar la protecció específica per a obres en clima càlid andalús (ventilació millorada)
- Destacar la durabilitat en condicions d'obra civil i edificació
- Esmentar la possibilitat de personalització amb el logotip de l'empresa constructora



Venda de productes industrials

- Incloure opcions de cascos específics per a diferents rols (encarregats, operaris, visitants)
- Ressaltar la reducció d'accidents laborals i el compliment de normativa de prevenció

3. Explicació de les condicions comercials:

- Preus detallats segons model i quantitat (amb descomptes per volum)
- Terminis de lliurament concrets (per exemple, 5 dies laborables des de confirmació de la comanda)
- Condicions de pagament (30 dies data factura)
- Garantia de 2 anys per defectes de fabricació
- Política de reposició en cas de defectes
- Servei postvenda inclòs

4. Valorització del producte:

- Destacar la certificació ISO 9001 en processos de fabricació
- Emfatitzar el servei d'assessorament en seguretat laboral inclòs
- Esmentar la possibilitat de formació per a l'ús correcte de l'equip
- Ressaltar l'experiència amb altres constructores de referència
- Incloure testimonis de clients satisfets

La proposta s'ha de presentar amb un disseny professional, incloent-hi imatges d'alta qualitat dels productes, gràfics que mostrin els avantatges competitius i el logotip de Work&Security. Ha de ser personalitzada, adreçant-se específicament a l'empresa constructora andalusa i les necessitats particulars.

Activitat 24

Entra a la següent pàgina web: bit.ly/VT_UD1_2 i investiga què és el CGAC.

El CGAC (Consell General d'Agents Comercials d'Espanya) és l'òrgan representatiu i coordinador dels Col·legis Oficials d'Agents Comercials d'Espanya. És una corporació de dret públic que representa els agents comercials col·legiats a nivell nacional i internacional. Les seves funcions principals inclouen:



Venda de productes industrials

- Representar la professió d'agent comercial davant de les administracions públiques i organismes privats
- Defensar els interessos professionals dels agents comercials
- Promoure la formació continuada dels professionals del sector
- Vetllar pel compliment de l'ètica professional
- Oferir serveis d'assessorament jurídic, fiscal i laboral als seus col·legiats
- Facilitar la cerca de representacions comercials
- Emetre carnets professionals i certificats de col·legiació

Activitat 25

Quines habilitats creus que ha de tenir un agent comercial al sector de la decoració en la construcció d'habitatges i oficines?

Un agent comercial al sector de la decoració en la construcció d'habitatges i oficines ha de posseir les habilitats següents:

1. Coneixement tècnic especialitzat: Ha d'entendre perfectament els materials, les tendències, les normatives i les especificacions tècniques de productes decoratius (revestiments, il·luminació, mobiliari, etc.).
2. Visió espacial i estètica: Capacitat per visualitzar com quedaran els productes a diferents espais i combinar-los adequadament.
3. Habilitats de comunicació visual: Saber presentar conceptes decoratius mitjançant mostres, catàlegs, renders o eines digitals.
4. Capacitat de negociació: Habilitat per tancar acords favorables amb arquitectes, interioristes, constructores i promotores immobiliàries.
5. Networking professional: Mantenir una xarxa de contactes amb professionals del sector (arquitectes, dissenyadors d'interiors, constructors).



Venda de productes industrials

6. Adaptabilitat: Capacitat per ajustar propostes segons diferents pressupostos, estils i necessitats específiques de cada projecte.
7. Coneixement del mercat immobiliari: Entendre les tendències del sector i com afecten les decisions decoratives.
8. Habilitats digitals: Maneig de programari de disseny, presentació i gestió de projectes específics del sector.
9. Gestió de projectes: Capacitat per coordinar temps de lliurament amb els terminis de construcció i reforma.
10. Sensibilitat cultural: Entendre les preferències estètiques regionals i culturals que influeixen en les decisions decoratives.

Activitat 26

Treballant per parelles, busqueu a les pàgines web de dues asseguradores el tipus de pòlisses que ofereixen i seleccioneu algunes que poguessin ser útils per a les empreses del mercat industrial.

Resposta oberta.

Activitat 27

Indica quin dels següents exemples de serveis oferts per les entitats financeres correspon a un lísing.

1. Una empresa d'alimentació exporta 3200 peces de roba a un client a Suïssa. El client només pagarà si l'empresa presenta al banc documents que demostrin que els productes van ser enviats correctament.

Aquest exemple NO correspon a un lísing. Es tracta d'un crèdit documentari o carta de crèdit, que és un instrument de pagament internacional on el banc actua com a intermediari i garanteix el pagament al venedor quan es presenten els documents que demostren l'enviament de la mercaderia.



Venda de productes industrials

2. L'empresa de construcció Ramírez, SA necessita una furgoneta per transportar materials. Com que no pot pagar el cost de forma immediata, decideix llogar-la amb opció de compra, pagant una quota de 800 euros mensuals durant quatre anys.

Aquest exemple SÍ correspon a un lísing. És un contracte d'arrendament amb opció de compra on l'empresa utilitza la furgoneta pagant quotes periòdiques i al final del contracte té l'opció d'adquirir-la per un preu determinat prèviament.

3. Una empresa d'alimentació per a animals es beneficia d'un descompte als seus impostos a pagar en haver instal·lat maquinària més eficient que redueix les emissions de carboni.

Aquest exemple NO correspon a un lísing. És un incentiu fiscal o deducció tributària per inversió en equips respectuosos amb el medi ambient.

4. Un fabricant de peces de treball compra teles a un proveïdor i es compromet a pagar en dos mesos en lloc de fer-ho en el moment de la compra.

Aquest exemple NO correspon a un lísing. Es tracta d'una compra a crèdit o amb pagament ajornat, on s'estableix un termini per fer el pagament després de rebre la mercaderia.



Posa't a prova

A quin atribut correspon cadascuna de les descripcions següents?

a) Indica el país on s'ha fabricat un producte, cosa que pot influir en la percepció de qualitat i de confiança per part dels consumidors.

Lloc de fabricació: Made in

b) Inclou activitats com el manteniment del producte, venda de recanvis i seguiment de la satisfacció del client.

Servei postvenda

c) Es refereix a l'absència de riscos en utilitzar un producte en condicions normals, complint les normatives per evitar possibles accidents.

Seguretat



Síntesi

1. Associa cadascuna de les situacions següents amb la característica del mercat industrial que li correspongui:

Un centre mèdic sol·licita la compra de 200 suports de sèrum mòbil per a totes les habitacions, aconseguint així un descompte per volum amb el proveïdor.

Alts volums de compra

Una empresa de fabricació de productes lactis compara diverses opcions abans de comprar un nou sistema d'etiquetatge considerant l'eficiència energètica, la vida útil i el cost de manteniment.

Decisions de compra basades en criteris tècnics

Un fabricant de subministraments per a laboratoris manté relacions comercials amb els mateixos centres de recerca durant anys, i ofereix manteniment i actualitzacions dels seus productes.

Fidelització de clients a llarg termini

El nombre de comandes fet a una empresa de fabricació de botes d'aigua augmenta després que una marca de roba anunciï una nova col·lecció amb botes d'aigua com a complement principal.

Demanda derivada

2. Completa al teu quadern el següent esquema sobre els principals atributs del producte industrial.

Atributs del producte industrial

Intrínsecs

- Composició del producte
- Qualitat
- Disseny



Venda de productes industrials

Externs

- Envàs
- Embalatge
- Etiquetatge

Intangibles

- Marca
- Lloc de fabricació (Made in)
- Garantia
- Servei prevenda i postvenda
- Seguretat
- Certificació

3. L'empresa SecaDry ven assecadors de mans elèctrics per a banys amb alta aflluència de públic (restaurants, hotels, aeroports, estacions de tren, etc.). Respon a les qüestions següents:

a) Per què aquest producte venut per SecaDry es considera industrial i no de consum?

Aquest producte es considera industrial perquè és adquirit per empreses, organitzacions o institucions (restaurants, hotels, aeroports, estacions de tren) per utilitzar-lo a les seves activitats empresarials, específicament per prestar un servei als seus clients. No està dirigit al consumidor final per a ús personal o domèstic, sinó que forma part de la infraestructura necessària perquè aquests establiments puguin operar adequadament. Es classificaria com un equip de capital, ja que és un bé durador que garanteix la infraestructura suficient per prestar serveis.

b) Com podria SecaDry localitzar clients interessats a comprar els seus assecadors de mans elèctrics?

SecaDry podria localitzar clients potencials mitjançant:



Venda de productes industrials

1. Bases de dades industrials: Consultar directoris com Kompass o D&B Hoovers per identificar establiments amb alta afluència de públic.
2. Fires i exposicions: Participar a fires del sector de l'hostaleria, equipament per a banys públics o construcció comercial.
3. Plataformes B2B: Registrar-se a plataformes com Alibaba o ThomasNet per connectar amb possibles compradors.
4. Xarxes socials professionals: Utilitzar LinkedIn per contactar amb responsables de compres o manteniment de cadenes hoteleres, aeroports o centres comercials.
5. Associacions sectorials: Contacteu amb associacions d'hostaleria, gestors d'infraestructures públiques o cadenes de restauració.
6. Investigació de mercat: Identificar noves construccions o renovacions d'espais públics que puguin necessitar equipament per a banys.
7. Col·laboració amb arquitectes i interioristes: Establir relacions amb professionals que dissenyen espais comercials i públics.

c) Creus que seria interessant en aquest cas contractar algun agent comercial per vendre el producte?

Sí, seria molt interessant contractar agents comercials per les raons següents:

1. Coneixement especialitzat: Els agents comercials poden tenir contactes establerts en sectors específics com a hostaleria o gestió d'infraestructures públiques.
2. Cobertura geogràfica: Permeten arribar a diferents zones geogràfiques sense necessitat d'establir delegacions pròpies.
3. Cost variable: Representen un cost variable (comissions per venda) en lloc d'un cost fix, cosa que redueix el risc financer.



Venda de productes industrials

4. Accés a xarxes de contactes: Els agents ja establerts tenen accés a xarxes de contactes valuoses al sector.
5. Flexibilitat: Permeten provar nous mercats sense comprometre recursos fixos de l'empresa.
6. Especialització sectorial: Poden estar especialitzats en nínxols específics com ara cadenes hoteleres, aeroports o centres comercials.

Aquest producte requereix certa explicació tècnica (eficiència energètica, avantatges higiènics, estalvi de costos a llarg termini), per la qual cosa comptar amb agents comercials que puguin transmetre aquests beneficis de manera efectiva seria molt valuós.



Test de repàs

1. A mercats amb molta competència, quin aspecte pot fer que una proposta comercial tingui més oportunitats d'èxit?

a) Utilitzar un disseny visualment atractiu i personalitzar la proposta per a cada client.

2. Una empresa compra ciment per utilitzar a la construcció d'un habitatge. De quin tipus de producte industrial es tracta?

b) Materials processats.

3. Quin factor dels següents influeix més en les decisions de compra als mercats industrials?

c) La qualitat, l'eficiència, les especificacions tècniques, la rendibilitat i el cost del producte.

4. Quin dels següents és un atribut extern dels productes industrials?

a) Embalatge.

5. L'ergonomia d'un producte industrial amb quin atribut està relacionada?

d) Disseny.

6. Com pot afectar el Made in o lloc de fabricació la percepció del producte industrial?

a) Pot influir en la percepció de qualitat i de confiança del producte.

7. Quina és la principal diferència entre un mercat industrial i un mercat de consum?

c) Al mercat industrial, els productes són adquirits per empreses, organitzacions i institucions per utilitzar-los en les seves activitats empresarials.

8. Quin dels tipus de garantia següents s'ha d'oferir de forma obligatòria per part de l'empresa?



Venda de productes industrials

d) Garantia legal.

9. Quin dels següents clients industrials compra productes per transformar-los en altres béns?

a) Fabricants.

10. Quina és la principal característica de la venda consultiva?

b) Identifica primer les necessitats del client i després ofereix un producte que respongui a aquestes.

11. Indica quina de les afirmacions següents és correcta respecte als agents comercials:

d) Són professionals autònoms que promouen i negocien vendes en una zona geogràfica específica.



Comprova el teu aprenentatge

Productes industrials i mercat industrial

1. La Pilar comença a treballar en una empresa que fabrica gels de dutxa. El responsable li lliura un llistat amb els productes industrials que necessiten adquirir. Podries classificar cadascun segons la seva tipologia?:

a) Taps per als pots de gel: Components, ja que són peces semielaborades que es fan servir per produir el producte final.

b) Màquina omplidora de pots de gel: Equips de capital, ja que és un bé durador que garanteix la infraestructura per fabricar productes.

c) Guants de nitril un sol ús per manipular productes químics: Subministraments i consumibles, ja que són productes d'ús diari que es consumeixen ràpidament.

d) Servei de certificació de qualitat per un laboratori extern: serveis industrials, ja que és un servei prestat per tercers necessari per a l'activitat de l'empresa.

e) Pots de plàstic reciclables: components, ja que són peces semielaborades que s'utilitzen per produir el producte final.

f) Eucaliptus i espígol per a gels: Matèries primeres, ja que s'obtenen directament de la naturalesa amb un processament mínim.

g) Ordinadors per controlar la maquinària: Equips de capital, ja que són béns duradors que garanteixen la infraestructura per fabricar productes.

h) Contracte amb empresa que recicla residus químics: serveis industrials, ja que és un servei prestat per tercers necessari per a l'activitat de l'empresa.



Venda de productes industrials

2. Al mercat de consum s'observa que cada vegada més gent juga a pàdel. Això té repercussions en el mercat industrial? Explica quins.

Sí, l'augment de la pràctica de pàdel al mercat de consum té importants repercussions al mercat industrial a causa del fenomen de la demanda derivada. Algunes d'aquestes repercussions són:

1. Augment en la demanda de materials per fabricar pales: empreses que produeixen fibra de carboni, fibra de vidre, EVA i altres materials veuran incrementada la demanda dels seus productes per part dels fabricants de pales.
2. Major producció de pilotes de pàdel: Els fabricants de cautxú, feltre i altres materials necessaris per produir pilotes experimentaran un augment en les vendes.
3. Increment en la construcció de pistes: Augmentarà la demanda de materials de construcció específics com a vidre temperat, gespa artificial, il·luminació especialitzada i sistemes de drenatge.
4. Desenvolupament de maquinària especialitzada: Creixerà la demanda d'equips industrials per a la fabricació de material esportiu específic per a pàdel.
5. Serveis de manteniment: Augmentarà la necessitat d'empreses que ofereixin serveis de manteniment per a pistes i equipament.
6. Tecnologia aplicada a l'esport: S'incrementarà la demanda de sensors, programari i altres components tecnològics per desenvolupar aplicacions i dispositius relacionats amb el pàdel.
7. Tèxtil esportiu especialitzat: Els fabricants de teixits tècnics veuran augmentar les vendes per a la producció de roba específica per a aquest esport.
8. Logística i distribució: Creixerà la demanda de serveis logístics per transportar i distribuir tot l'equipament relacionat amb el pàdel.



Venda de productes industrials

Aquest és un clar exemple de com les tendències al mercat de consum generen una cadena de demanda en diferents sectors del mercat industrial.

Atributs dels productes industrials

3. Quina és la funció principal de l'etiquetatge en un producte industrial?

La funció principal de l'etiquetatge en un producte industrial és proporcionar informació essencial per a la identificació, la diferenciació i la descripció, a més de garantir el compliment de les normatives legals aplicables a cada sector. Específicament, l'etiquetatge:

1. Comunica informació tècnica: Proporciona dades sobre composició, especificacions tècniques, instruccions d'ús i manteniment que són crucials per al funcionament correcte del producte.
2. Garanteix la seguretat: Inclou advertiments, pictogrames de perill i precaucions necessàries per a la manipulació segura del producte, especialment important en productes químics o perillosos.
3. Facilita la traçabilitat: Mitjançant codis de lot, dates de fabricació i números de sèrie que permeten seguir el producte al llarg de la cadena de subministrament i localitzar partides específiques en cas de problemes.
4. Assegura el compliment normatiu: Inclou certificacions, homologacions i marcats obligatoris (com el CE a Europa) que demostren que el producte compleix els estàndards i regulacions aplicables.
5. Identifica el fabricant: Proporciona informació sobre qui ha fabricat el producte, dades de contacte i origen, cosa que genera confiança i permet la comunicació en cas necessari.
6. Facilita la logística: Mitjançant codis de barres o QR que agiliten els processos d'inventari, emmagatzematge i distribució.



Venda de productes industrials

A diferència de l'envàs i l'embalatge, que protegeixen físicament el producte, l'etiqueta comunica informació essencial per a tots els agents que intervenen a la cadena de distribució, des del fabricant fins a l'usuari final.

4. Indica si les afirmacions següents sobre el servei prevenda i postvenda d'un producte industrial són vertaderes o falses i justifica la teva resposta:

a) El servei postvenda no influeix en la fidelització dels clients industrials.

Fals. El servei postvenda és fonamental per a la fidelització de clients industrials, ja que permet consolidar relacions a llarg termini. Activitats com ara el manteniment, les reparacions, la venda de recanvis i el seguiment de la satisfacció del client generen confiança i poden ser un argument de venda diferenciador respecte a la competència. Al mercat industrial, on les relacions comercials tendeixen a ser duradores, un bon servei postvenda assegura que el client torni a comprar en el futur.

b) El servei postvenda només cobreix la reparació de productes industrials que presentin un defecte de fabricació.

Fals. El servei postvenda és molt més ampli que només la reparació de defectes de fabricació. Inclou activitats com el manteniment preventiu i correctiu, la venda de recanvis i accessoris, la formació sobre l'ús i el maneig dels productes, actualitzacions, millores tècniques i el seguiment de la satisfacció del client. És un conjunt integral de serveis dissenyats per assegurar el funcionament òptim del producte durant tota la seva vida útil.

c) El servei prevenda inclou activitats com demostracions de productes, resolució de dubtes i assistència tècnica, realitzades abans de la venda.

Veritable. El servei prevenda efectivament inclou totes aquestes activitats que es fan abans de concretar la venda. El seu objectiu és orientar el client, resoldre els seus dubtes tècnics i demostrar el funcionament i beneficis del producte per facilitar la presa de decisions de compra.

d) El servei prevenda és especialment rellevant per a la venda de productes industrials complexos que requereixen orientació tècnica abans de la compra.

Veritable. Els productes industrials solen ser tècnicament complexos i representen inversions importants per a les empreses. Per això, el servei prevenda és crucial



Venda de productes industrials

per explicar adequadament les característiques, el funcionament i els beneficis del producte, així com per assessorar el client sobre la solució més adequada a les seves necessitats específiques. Això redueix la incertesa i facilita la decisió de compra.

Clients industrials i fonts d'informació

5. En els exemples següents, indica de quin tipus de client industrial es tracta: fabricant, usuari o intermediari.

a) Una fàbrica tèxtil que compra tela per fabricar vestits.

Fabricant, ja que compra la tela (matèria primera processada) per transformar-la en un altre producte (vestits).

b) Un majorista de refrescos que ven a restaurants.

Intermediari, ja que compra productes (refrescos) per comercialitzar-los i distribuir-los sense transformar-los físicament.

c) Una fàbrica de cotxes que compra guants de protecció per als treballadors.

Usuari, ja que utilitza els guants directament en la seva activitat empresarial sense transformar-los en cap altre producte.

d) Una empresa que compra un sistema de refrigeració per mantenir els seus productes peribles als magatzems.

Usuari, ja que utilitza el sistema de refrigeració directament per a la seva activitat empresarial sense transformar-lo.

e) Una empresa que compra plàstics per fabricar envasos de productes alimentaris.

Fabricant, ja que compra plàstics (materials processats) per transformar-los en un altre producte (envasos).



Venda de productes industrials

6. La teva empresa és fabricant de mobles i participarà a la fira Fimma + Maderalia. Com podries captar nous clients en aquesta fira? Indica dos avantatges d'aquesta manera de localitzar clients industrials.

Per captar nous clients a la fira Fimma + Maderalia, podria:

1. Dissenyar un estand atractiu que mostri els mobles més innovadors i de més qualitat, amb espais que permetin als visitants interactuar amb els productes.
2. Realitzar demostracions en viu de tècniques de fabricació o característiques especials dels mobles (resistència, funcionalitat, sostenibilitat).
3. Oferir promocions especials exclusives per als assistents a la fira, com a descomptes per primeres comandes o condicions avantatjoses de finançament.
4. Preparar material informatiu de qualitat com a catàlegs, fitxes tècniques i mostres de materials que els visitants puguin emportar-se.
5. Organitzar petites presentacions o xerrades sobre tendències al sector del moble o innovacions en materials i dissenys.
6. Utilitzar tecnologia com a realitat augmentada perquè els clients potencials puguin visualitzar com quedarien els mobles a diferents espais.
7. Recopilar dades de contacte dels visitants interessats mitjançant un sistema digital per a un seguiment posterior.

Dos avantatges principals de localitzar clients industrials a fires:

1. Interacció directa i personal: Les fires permeten establir un contacte cara a cara amb potencials clients, cosa que facilita generar confiança i entendre millor les seves necessitats específiques. La comunicació és més rica i efectiva que mitjançant mitjans digitals o telefònics, permetent resoldre dubtes tècnics immediatament i adaptar el discurs segons les reaccions de l'interlocutor.



Venda de productes industrials

2. Concentració de clients potencials qualificats: Les fires sectorials com Fimma + Maderalia reuneixen en un mateix espai i temps nombrosos professionals del sector que assisteixen amb interès real a conèixer nous productes i proveïdors. Això permet optimitzar recursos comercials en poder contactar amb molts clients potencials de qualitat en pocs dies, cosa que altrament requeriria setmanes o mesos de treball comercial.

Tècniques de venda aplicades al client industrial

7. A continuació es mostren diferents frases que un venedor industrial podria fer servir amb un client. Identifica la tècnica de venda emprada en cada cas:

a) «Faig visites de manera habitual als meus clients per assegurar-me que tot funciona correctament. Si en qualsevol moment us sorgeix un dubte o necessita assessorament, no dubteu a contactar amb mi».

Venda relacional, ja que busca crear i mantenir una relació a llarg termini amb el client, oferint seguiment i suport continu més enllà de la venda puntual.

b) «Millor que aquest model, li recomano la nova versió que acabem de treure al mercat: té més capacitat de producció i ofereix suport tècnic en menys de 24 hores».

Up-selling (venda addicional o ascendent), ja que anima el client a adquirir una versió més actualitzada o de més qualitat del producte que està considerant comprar, destacant-ne els avantatges addicionals.

8. Quin és l'objectiu principal de la venda relacional?

L'objectiu principal de la venda relacional és crear i mantenir relacions comercials sòlides i duradores amb els clients a llarg termini, en comptes d'enfocar-se únicament per aconseguir vendes puntuals o immediates.

Aquesta tècnica de venda cerca establir vincles de confiança i proximitat amb els clients, entenent que el valor real no està només en la transacció inicial, sinó en totes les possibles transaccions futures que poden sorgir duna relació comercial satisfactòria i duradora.



Venda de productes industrials

La venda relacional es basa en:

1. Crear connexions personals amb el client, mostrant un interès genuí pel seu negoci i necessitats
2. Oferir una atenció excel·lent i personalitzada abans, durant i després de la venda
3. Mantenir un contacte regular amb el client, no només per vendre més productes, sinó per conèixer el seu nivell de satisfacció
4. Proporcionar valor afegit constant, com ara assessorament, formació o informació rellevant per al seu negoci
5. Anticipar-se a les necessitats futures del client i proposar solucions proactivament

Al mercat industrial, on els processos de compra són complexos i les inversions solen ser significatives, la venda relacional resulta especialment efectiva, ja que els clients valoren tenir proveïdors de confiança que entenguin el seu negoci i els ofereixin solucions adaptades a llarg termini.

Argumentari de venda de productes industrials

9. L'empresa THP es dedica a la fabricació d'equips de protecció individual (EPI). Un dels seus productes són uns cascos aïllants de soroll. Un tipus de client habitual són els aeroports que compren aquest tipus de cascos per protegir els seus treballadors de pista del soroll dels motors dels avions:

a) Elabora dos arguments per incloure a la part de «proposta de valor» de l'argumentari de vendes.

Argument 1: "Els nostres cascos aïllants de soroll estan específicament dissenyats per a entorns aeroportuaris, reduint l'exposició al soroll dels motors d'avions fins a 35 dB, cosa que situa els nivells per sota dels 85 dB establerts com a límit segur per la normativa de prevenció de riscos laborals. Això no només garanteix el compliment legal treballadors de pista, disminuint les baixes laborals i possibles reclamacions per danys auditius."



Venda de productes industrials

Argument 2: "A diferència d'altres cascos del mercat, el nostre model Airport-Pro incorpora tecnologia de comunicació integrada que permet als seus treballadors mantenir una comunicació clara amb la torre de control i entre ells, fins i tot en condicions de soroll extrem. Això millora la coordinació de l'equip i la seguretat operativa a pista, sense comprometre la protecció auditiva. Els aeroports que han implementat els nostres cascos han reportat una millora del 27 els incidents per fallades de comunicació."

b) Elabora un argument per contestar la següent objecció habitual que solen plantejar els clients: «Aquests cascos no semblen gaire còmodes per utilitzar durant una jornada laboral completa».

Resposta a l'objecció: "Entenc perfectament la seva preocupació per la comoditat, ja que és crucial per a equips que s'utilitzen durant jornades completes. Precisament per això, els nostres cascos Airport-Pro han estat redissenyats amb la col·laboració d'ergonomistes i després de fer proves amb més de 200 treballadors aeroportuaris. redueix la pressió en un 35% comparat amb models estàndard, i materials transpirables que eviten l'acumulació de calor i humitat . comprovar per si mateixos la diferència en comoditat."

Propostes d'ofertes de productes industrials

10. Com podries millorar la redacció de les condicions comercials següents incloses en una proposta d'oferta de productes industrials perquè figurin de forma clara i específica, evitant així futurs problemes amb els clients?

a) Preu: 15500 euros.

Redacció millorada: "Preu: 15.500 euros (quinze mil cinc-cents euros), IVA no inclòs (21% adicional). Aquest preu inclou el producte, transport fins a les seves instal·lacions, instal·lació bàsica i formació inicial per al seu personal. Qualsevol servei adicional es facturarà per separat segons les tarifes vigents. Oferta vàlida fins al 31/12/2023."

b) Termini de lliurament: «Com més aviat millor».



Venda de productes industrials

Redacció millorada: "Termini de lliurament: 15 dies laborables des de la confirmació de la comanda i recepció del pagament inicial. En cas de circumstàncies excepcionals que poguessin endarrerir el lliurament, es notificarà al client amb un mínim de 72 hores d'antelació, establint una nova data de lliurament que no excedirà els 10 dies laborables addicionals."

c) Garantia: «Inclou durant un temps».

Redacció millorada: "Garantia: 2 anys complets des de la data d'instal·lació per a defectes de fabricació i funcionament. La garantia cobreix peces, mà d'obra i desplaçament del tècnic. No inclou desgast per ús normal, danys per ús indegut o manteniment inadequat. Temps de resposta davant d'incidències: màxim 48 hores laborables. Possibilitat d'ampliar equip."

Intermediaris comercials i serveis de suport financer en la venda de productes industrials

11. Per què les asseguradores tenen un paper fonamental al mercat dels productes industrials?

Les asseguradores tenen un paper fonamental en el mercat dels productes industrials per les raons següents:

1. Mitigació de riscos: Protegeixen les empreses davant de possibles sinistres com incendis, robatoris, danys materials o avaries de maquinària, permetent continuar la seva activitat sense patir pèrdues econòmiques devastadores.
2. Generació de confiança: Proporcionen seguretat tant a fabricants com a clients, ja que saben que davant d'un incident compten amb suport financer per garantir la continuïtat del negoci.
3. Facilitació d'operacions comercials: Moltes transaccions industrials d'alt valor requereixen assegurances específiques com a condició per tancar acords, especialment en operacions internacionals.



Venda de productes industrials

4. Protecció davant de responsabilitat civil: Cobreixen possibles indemnitzacions per danys a tercers causats per productes defectuosos o accidents relacionats amb l'activitat industrial.
5. Cobertura durant el transport: Asseguren els productes durant la distribució, minimitzant les pèrdues per danys, deterioraments o robatoris en trànsit.
6. Suport per a inversions: Faciliten l'adquisició de maquinària costosa en reduir el risc financer associat a possibles avaries o danys.
7. Compliment normatiu: Ajuden les empreses a complir requisits legals que exigeixen determinades cobertures d'assegurança per operar en certs sectors industrials.
8. Estabilitat financera: Permeten a les empreses planificar les seves finances amb més certesa, convertint riscos potencialment catastròfics en costos fixos predictibles (primes).
9. Assessorament en prevenció: Moltes asseguradores ofereixen serveis d'avaluació i prevenció de riscos, contribuint a millorar la seguretat en els processos industrials.
10. Recuperació després de sinistres: Proporcionen els recursos necessaris per reconstruir, reparar o reemplaçar actius danyats, permetent la represa ràpida de l'activitat empresarial.

En resum, les asseguradores actuen com un pilar d'estabilitat al mercat industrial, permetent que les empreses operin amb més seguretat i confiança en un entorn on els riscos financers potencials poden ser molt elevats.

12. Indica si les afirmacions següents són avantatges o inconvenients de treballar amb un agent comercial:

a) Garanteixen que el venedor controla totalment la seva feina i la manera com es ven.



Venda de productes industrials

Inconvenient. Aquesta afirmació és incorrecta i representa un inconvenient de treballar amb agents comercials. Els agents són independents i tenen llibertat per gestionar de forma autònoma la seva feina, cosa que fa que l'empresa tingui més complicat supervisar i controlar de manera exhaustiva aspectes com la forma en què representen la marca o el tracte que donen als clients.

b) No suposen un cost fix per a l'empresa, ja que solen cobrar una comissió únicament per les vendes que duu a terme.

Avantatge. Aquesta afirmació és correcta i representa un avantatge de treballar amb agents comercials. En cobrar principalment per comissions sobre vendes realitzades, els agents comercials suposen un cost variable per a l'empresa, cosa que resulta més flexible i rendible, especialment per a empreses petites o que estan explorant nous mercats. Si l'agent no ven, no suposa una despesa per a l'empresa, a diferència d'un venedor de plantilla que rep un salari fix independentment dels resultats.



Repte professional

Resposta oberta.