Paola Zenteno (entrevistadora): Hola Jocelyn espero que te encuentres muy bien y de antemano te agradezco me hayas otorgado estos minutos para realizar esta entrevista. te omento que el contexto de esta instancia es que nos logres trasmitir el impacto que ha tenido la pandemia en tu rubro, el trabajo personal y tu empresa, te incomoda que grabe para poder trascribir de mejor manera.

Jocelyn Astudillo: No, no hay problema.

Paola Zenteno (entrevistadora): Genial empecemos entonces con las preguntas

1. ¿Primero cuéntame un poco de ti a que te dedicas , cuantos años de experiencia tienes y cuánto tiempo llevas en tu empresa actual?
2. ¿Cuáles han sido las consecuencias del coronavirus para el negocio de su empresa, el proceso de ventas y su trabajo/rol específico?

Trabajo en una empresa de servicios publicitarios (impresión e instalación de graficas publicitarias) por lo que el cierre de distintos rubros ha encarecido los ingresos entre un 60 a 70 %

Dándote ejemplos los eventos se han reducido en su totalidad, entonces ese ingreso ya no llega, las campañas de temporada que antes se tenía un presupuesto de 6 millones, ahora es de 3.5 con casi la misma cantidad de elementos, entonces los clientes quieren el mismo servicio y productos pero por un 40 o 50 % más barato por lo que para conservar a los clientes hemos debido reducir nuestra ganancia de 40% a 15 o 10 % debido a la disminución de mercado y en base a eso consideramos aunque sea poco el ingreso a las arcas es peor estar en cero…

El desarrollo de mi trabajo se ha visto complejo, el captar nuevos clientes, conseguir buenos precios con los proveedores, para ayudar a esto, hemos realizado un valor agregado como el servicio de diseño gráfico.

1. cuales son los mayores desafíos que usted y empresa enfrentan.

La reducción de las ventas, sin ventas no se tiene ingresos, eso conlleva a tener que reducir personal y asumir labores adicionales para reducir costos y que la empresa pueda seguir…Lograr buenas alianzas con los proveedores para así ambos ganar.

Entrevistador - ¿Existen oportunidades que hayan surgido a base del coronavirus?

El aprender de múltiples tareas que antes de esto no se consideraban y abrir tus miradas a nuevos servicios para complementar el base.

1. Que ha hecho la empresa y usted hasta ahora para abordar los desafíos y oportunidades

Como empresa se añadió el servicio de diseño y así facilitar a cliente sus requerimientos, los servicios de instalación los asumimos nosotros, de ese modo el monto no se va en pago a externos por este servicio y queda en la empresa una mejor ganancia. Se está trabajando en simplificar la página web y explotar más las redes sociales.

Que ha funcionado bien hasta ahora y que no

El servicio de diseño e instalaciones ha funcionado bien, lo que no ha funcionado del todo bien debido a abarcar más cargos para ahorrarnos en mano de obra, hemos dejado de lado la simplificación de la página y hemos desatendido las redes sociales.

Cuál es el rol de la tecnología en este proceso.

Importantísima, sin ella en realidad muchas variantes del desarrollo de nuestros trabajos no se podrían haber concretado, las comunicaciones son fundamental, implica rapidez, eficacia y muchas veces ahorro. Al estar conectados y comunicados se puede optimizar recursos en trayectos, compras y simplificación de problemas.

1. que ha aprendido al lidiar con esta situación

Que es fundamental tener una buena y franca relación con tus equipos de trabajo, proveedores y colaboradores.

Cuáles son las principales conclusiones y enseñanzas hasta a hora que la pueden ayudar a usted y empresa a enfrentar situaciones similares en el futuro.

Considerar el ahorro, tener un colchón para emergencias, haber aprendido más de otras áreas de mi rubro para poder realizar un mejor trabajo, con las herramientas que hemos adquirido en la transformación de las mismas, podríamos estar mejor parados para una situación similar.

1. Cree que el proceso de ventas, en su empresa y la forma en la que interactúan con los clientes, cambiara una vez que la situación del coronavirus haya terminado.

En realidad, no creo que el proceso de ventas cambie mucho después del coronavirus, ya que se necesitara tiempo para que nuestro mercado se reactive, además los clientes se quedaran con los valores que ya se establecieron en pandemia, y será complejo el poder actualizarlos en corto o mediano plazo. Con la interacción creo que esta sí mejorara, ahora no se pueden hacer reuniones como antes, las cuales consistían en aprobación de muestras físicas para campañas publicitarias o levantamientos en terreno de los cuales siempre se conseguían más proyectos.

En relación a esto, como se hacía esto antes que llegara el virus, cambio o sigue igual.

Antes de la pandemia, los clientes no ejercían tanta presión con los valores, consideraban más importante la calidad del producto, obviamente por un valor justo, ahora es lo contrario.

La interacción con los clientes y colaboradores nos ayuda a que se generen más oportunidades de trabajo, ahora ya no se puede, casi todo es correo y solicitudes específicas, esto disminuye las posibilidades de generar negocios y buenas relaciones, es más complejo.

