



## El distribuidor de TI, Tech Data, hace propaganda de forma individualizada: mailings por fax con ofertas de precios personalizadas.

La competencia mundial y la constante presión de precios obligan a comercios y fabricantes a emprender continuamente nuevos caminos de fidelización de clientes y aplicar constantemente nuevas herramientas de marketing. Esto está ligado con frecuencia al desarrollo de nuevas herramientas de comunicación. Tal tarea encargó también el distribuidor de TI, Tech Data, a retarus GmbH en Munich, que desarrolla y comercializa soluciones de comunicación innovadoras desde 1992.

Hace tiempo, el precio del producto se ha convertido en un importante instrumento de marketing: en lugar de marcar un precio fijo para cada producto y, en el mejor de los casos, conceder condiciones especiales a los clientes asiduos, las empresas desean aprovechar de la flexibilidad que ofrecen las nuevas leyes y tecnologías, para poder presentar a sus clientes una "oferta de precios" individualizada. La concepción de estos precios individualizados generalmente ya no es un problema en particular, sin embargo, fracasa a menudo cuando llega la hora de realizarla: ¿Cómo se pueden comunicar precios individualizados de una amplia gama de productos de forma rápida y eficiente? El distribuidor de tecnología informática Tech Data de Munich ha solucionado estos problemas de comunicación mediante la externalización a los especialistas en mensajería de retarus GmbH. Incluso en campañas por fax extensas, con muchos productos y más de 50.000 destinatarios, cada receptor consigue, para cada producto, su precio individualizado.

"Para nosotros, la tarifa personalizada es la orientación estratégica y la base de todos los acuerdos con los clientes. Lo más importante para el éxito: sea por teléfono, Internet, correo electrónico o fax, el cliente debe recibir su precio individualizado en todos los canales de comunicación directa. Precios distintos confunden al cliente. Y los clientes irritados compran menos", explica Udo Fussbroich, Director de Comunicación de Marketing en Tech Data, describiendo este desafío. Al mismo tiempo, la tarifa personalizada ofrece ventajas importantes, como dice Fussbroich: "Quien apueste por la tarifa personalizada, lo cual tendrán que hacer, debido a la competencia, cada vez más proveedores, debe aplicarlo de forma consecuente en todos los medios y canales. Para mejorar las ventas, el precio no sólo debe ser atractivo, sino también estar claramente comunicado".



*“Para nosotros, la tarifa personalizada es la orientación estratégica y la base de todos los acuerdos con los clientes. Para mejorar las ventas, el precio no sólo debe ser atractivo, sino también estar claramente comunicado”.*

Udo Fussbroich, director de Comunicación y Marketing, Tech Data GmbH & Co. OHG

### Comunicación unitaria – canales diferentes

Tech Data GmbH & Co. OHG es uno de los mayores distribuidores de TI en Alemania. Una política de precios activa y orientada al cliente individual representa un desafío especial para la empresa: hay que comunicar, de manera eficiente, más de 20.000 productos de 140 fabricantes diferentes a más de 20.000 clientes. Los distribuidores y las tiendas especializadas cuentan con precios distintos que reflejan aspectos individuales diferentes. Por ejemplo su importancia en determinadas categorías de producto, en la facturación total, autorizaciones y el estado de colaborador para los más variados fabricantes. A ello se añaden campañas promocionales de duración limitada o para determinados grupos de comerciantes, o descensos generales de precios. Esto lleva a que el precio individual resulta difícil de ser calculado por el cliente mediante algoritmos clásicos de márgenes.

La comunicación entre Tech Data y sus clientes se realiza a través de distintos canales: una presencia en Internet con login para clientes y sistema de pedidos, correo electrónico y mailings por fax. Con la tarifa personalizada, los precios ya no se calculan a partir de un precio base y unos cuantos porcentajes de descuento. Más bien, se determina y se guarda en el sistema el precio para cada cliente y cada producto. Para la comunicación vía Internet o correo electrónico, esto no significaba un problema en particular, pero con los mailings por fax era otra historia. Ya que aproximadamente el 20 por ciento de los clientes de Tech Data prefieren la información por fax, era necesario encontrar nuevas técnicas.

### 60.000 faxes individualizados al día

Junto con Tech Data, Retarus ha puesto en marcha un proceso que permite enviar diariamente hasta 60.000 faxes con precios individuales a los clientes. En Tech Data se encarga de esta tarea una sola persona. Para ello se almacenó en el sistema una serie de plantillas de fax. Hay plantillas para informaciones por fax que se repiten regularmente, o faxes de campaña para reducciones actuales de precios de fabricantes determinados. El responsable en Tech Data sólo fija la selección de productos, formula los contenidos y comprueba la disponibilidad de los productos seleccionados.

### Índice de entrega del 99,9 por ciento

El envío directo de faxes desde StreamServe, el Output-Management System de Tech Data, se realiza automáticamente a través de los centros de cálculo de Retarus. Varios miles de líneas entrantes y salientes se encargan de enviar rápidamente grandes volúmenes. La tecnología NeverBusy de Retarus se

encarga, a su vez, de una cuota de entrega de hasta el 99,9 por ciento con máxima fiabilidad. Tras el envío, Retarus transmite un informe con mensajes de éxito o error, que permite revisar y actualizar los datos de los clientes. Para Tech Data, la externalización del envío de faxes supone una gran ventaja en costes. El distribuidor no tiene que invertir en hardware, mantenimiento, administración o informes. La facturación se realiza según el volumen real de faxes y es siempre transparente.

### La tarifa personalizada ofrece una clara ventaja competitiva

“Nuestra solución de fax ofrece a Tech Data una clara ventaja competitiva”, comenta el jefe de ventas de Retarus, Norbert Radmacher: “Hasta ahora,

#### FastFacts

- **Trato y precio individualizados para cada cliente**
- **Libre elección de los canales de comunicación específicos para cada cliente**
- **Posibilidad de enviar grandes volúmenes**
- **Mínimas necesidades de personal y rápidas respuestas**
- **Índice de entrega no inferior a 99,9 por ciento gracias a la tecnología NeverBusy**
- **Sin costes de hardware ni administración**
- **Informes que permiten un mantenimiento continuo de las direcciones de los clientes**
- **Costes transparentes por cuotas dependientes de las transacciones**

ningún otro distribuidor de TI de amplia gama pudo aplicar el sistema de la tarifa personalizada en sus mailings por fax, por lo que la capacidad de campaña de Tech Data aumenta considerablemente. Ahora también se pueden llevar a cabo, de manera flexible, acciones singulares con informaciones de precios individuales”. La competencia se ha visto obligada, por su parte, a abandonar la estrategia de la tarifa personalizada para campañas y se limitan a realizar campañas de precios aplicables para todos los clientes. La única elección es decantarse por precios mínimos con márgenes mínimos, o por precios que para los clientes que más facturan resultan poco atractivos.