

1. Propósito del cargo

Gestionar, desarrollar y fidelizar clientes de carga internacional y soluciones logísticas integrales, identificando oportunidades de negocio en importación, exportación, courier, aduana, carga aérea, marítima, terrestre, última milla, soluciones tecnológicas y servicios 100% integrados de ANICAM Cargo.

El ejecutivo no vende únicamente fletes. Es responsable de construir relaciones comerciales de largo plazo y ampliar la participación de ANICAM dentro de cada cuenta.

2. Nombre sugerido del cargo

Ejecutivo Comercial de Soluciones Logísticas Integrales

3. A quién le reporta

Reporta al Gerente de Línea Cargo / Director Comercial Cargo.

Trabaja coordinadamente con:

- * Pricing.
- * Operaciones aéreas.
- * Operaciones marítimas.
- * Courier.
- * Aduanas.
- * Última milla.
- * Tecnología.
- * Marketing.
- * Finanzas.

4. Clientes objetivo

Debe enfocarse en clientes con necesidades recurrentes o potencial de integración logística:

- * Importadores.
- * Exportadores.
- * Empresas industriales.
- * Retail.
- * Agroindustria.
- * Tecnología.
- * Salud y equipos médicos.
- * Repuestos.
- * Maquinaria.
- * E-commerce corporativo.
- * Distribuidores.
- * Empresas que compran en USA, Europa o Asia.
- * Empresas que requieren distribución nacional.

5. Portafolio que debe dominar

El vendedor de Cargo debe conocer y saber conectar:

- * Carga aérea internacional.
- * Carga marítima FCL / LCL.
- * Transporte terrestre internacional.
- * Aduana.
- * Courier corporativo.
- * Casillero empresarial.
- * Express Time.
- * Casillero de exportación.
- * Última milla.
- * DE UNA.

- * Soluciones 100%.
- * B2B de proveedores.
- * Catálogos digitales.
- * Marketplace corporativo.
- * Consolidaciones.
- * Freight forwarding especializado.
- * Proyectos especiales.

Esto responde a la necesidad de aprovechar la diversidad de líneas de negocio y red de aliados internacionales identificadas como fortalezas de ANICAM.

6. Responsabilidades principales

Prospectación

- * Buscar clientes nuevos semanalmente.
- * Identificar empresas importadoras y exportadoras.
- * Construir bases por sector.
- * Investigar competencia actual del cliente.
- * Identificar tomadores de decisión.
- * Registrar prospectos en CRM.

Diagnóstico comercial

Debe levantar información sobre:

- * Qué importa o exporta el cliente.
- * Origen y destino.
- * Frecuencia.
- * Volumen.

- * Valor estimado.
- * Incoterm.
- * Modalidad actual.
- * Proveedor logístico actual.
- * Dolor principal.
- * Necesidad de aduana.
- * Necesidad de distribución nacional.
- * Necesidad de tecnología o trazabilidad.

Venta consultiva

Debe proponer soluciones integrales, no solo tarifas.

Ejemplo:

“Cliente importa mercancía marítima desde Asia, requiere nacionalización, almacenamiento, distribución nacional y entregas urbanas. Se propone solución integrada: marítimo + aduana + distribución + última milla.”

Cotización

Debe:

- * Solicitar pricing correctamente.
- * Entregar información completa.
- * Validar costos.
- * Enviar propuesta clara.
- * Registrar cotización en CRM.
- * Hacer seguimiento obligatorio.

Seguimiento comercial

Debe cumplir la frecuencia definida:

- * Día 1: confirmar recepción.
- * Día 3: validar revisión.
- * Día 7: resolver dudas.
- * Día 15: buscar decisión.
- * Día 30: cerrar, posponer o clasificar.

Fidelización

Debe hacer seguimiento a clientes activos:

- * Contacto mensual.
- * Revisión trimestral de cuenta.
- * Identificación de nuevas oportunidades.
- * Revisión de satisfacción.
- * Detección de problemas operativos.

Cross-selling

Debe identificar oportunidades para vender:

- * Aéreo a clientes marítimos.
- * Courier a clientes de carga.
- * Casillero corporativo a pymes.
- * Última milla a importadores.
- * DE UNA a clientes con distribución urbana.
- * B2B a clientes con catálogo de productos.
- * Express Time a clientes con envíos urgentes.

Inteligencia comercial

Debe presentar:

- * Competidores detectados.
- * Tarifas o diferenciales del mercado.
- * Nuevos nichos.
- * Nuevas rutas.
- * Necesidades recurrentes.
- * Riesgos de clientes.

7. Responsabilidad sobre CRM

El ejecutivo debe registrar:

- * Prospectos.
- * Contactos.
- * Actividades.
- * Cotizaciones.
- * Seguimientos.
- * Próxima acción.
- * Valor estimado.
- * Fecha probable de cierre.
- * Probabilidad.
- * Motivo de pérdida.

Regla:

Si no está en CRM, no ocurrió.

8. Indicadores del Ejecutivo Comercial Cargo

Resultado

- * Ventas cerradas.
- * Profit generado.
- * Margen por operación.
- * Clientes nuevos.
- * Clientes recuperados.

Gestión

- * Prospectos nuevos.
- * Reuniones realizadas.
- * Cotizaciones enviadas.
- * Seguimientos ejecutados.
- * CRM actualizado.

Conversión

- * Prospecto a reunión.
- * Reunión a cotización.
- * Cotización a venta.
- * Cliente activo a cross-selling.

Calidad

- * Información completa en CRM.
- * Oportunidades con próxima acción.
- * Cotizaciones con seguimiento.
- * Clientes activos con contacto mensual.

9. Metas sugeridas mensuales

Estas metas pueden ajustarse por línea y seniority:

- * 20 prospectos nuevos calificados.
- * 12 contactos efectivos.
- * 6 reuniones.
- * 8 cotizaciones.
- * 100% cotizaciones con seguimiento.
- * 95% CRM actualizado.
- * 1 hallazgo de mercado semanal.
- * 1 propuesta de oportunidad mensual.
- * 1 cliente recuperado mensual.

10. Perfil técnico requerido

Debe tener conocimiento en:

- * Freight forwarding.
- * Carga aérea.
- * Carga marítima.
- * Incoterms.
- * Documentación internacional.
- * Aduana básica.
- * Tarifas y recargos.
- * Operación logística.
- * Costeo básico.
- * CRM.
- * Excel.

* Inglés mínimo 80%.

11. Competencias clave

- * Venta consultiva.
- * Orientación a resultados.
- * Disciplina de seguimiento.
- * Capacidad analítica.
- * Comunicación clara.
- * Negociación.
- * Organización.
- * Orientación al cliente.
- * Capacidad de detectar oportunidades.
- * Trabajo con áreas internas.

12. Lo que NO debe hacer

- * Vender solo por precio.
- * Cotizar sin diagnóstico.
- * Manejar oportunidades fuera del CRM.
- * Dejar cotizaciones sin seguimiento.
- * Prometer tiempos sin validar operación.
- * Crear descuentos sin autorización.
- * Saltarse pricing.
- * Visitar clientes sin plan.

13. Rol en comité comercial semanal

Debe presentar:

- * 3 oportunidades principales.
- * 3 riesgos.
- * 1 hallazgo de mercado.
- * 1 propuesta de mejora.
- * Cotizaciones próximas a cierre.
- * Clientes inactivos.
- * Apoyos requeridos.

Declaración de responsabilidad

Yo, _____, declaro haber leído y entendido mis responsabilidades como Administrador CRM / Odoo.

Me comprometo a mantener información confiable, preparar los reportes requeridos y apoyar la gobernabilidad comercial de ANICAM mediante datos claros, oportunos y medibles.

Nombre: _____

Cargo: _____

Firma: _____

Fecha: _____