

## Caso Ericsson

La empresa Ericsson se ha dado a conocer de manera internacional gracias a sus celulares, sin embargo también es un proveedor mundial de sistemas de telecomunicaciones con sede en Suecia. Mats Roos, un sueco que vende a empresas telefónicas visitaba a Renita Davis un ingeniero de una compañía de gran relevancia en el país. El objetivo de la visita era que Renita conveniera hacer una cita dentro de las próximas semanas para que Mats hiciera la presentación ante el comité de ingeniería.

**MATS:** Nuestros sistemas de conmutación pueden admitir las normas digitales tanto del país como de Europa, lo que quiere decir que, con ciertos cambios técnicos en su red, sus clientes podrán usar sus teléfonos en ambos continentes.

**RENITA:** Mats, lo he pensado bien y creo que los conmutadores que hace Nortel son la norma en la industria. ¿Cuál es la diferencia con los conmutadores Ericsson?

**MATS:** La calidad es algo que tomamos muy en serio en Ericsson, pero no es suficiente tener el viejo producto mejor fabricado, ¿o sí? Así que hemos establecido, en cinco años, lo que probablemente sea el personal de ingeniería con mayor calidad que se puede encontrar. El resultado es una línea de productos que acaba de ganar el Premio Sultán de Ingeniería por Innovaciones en Egipto, tan sólo el mes pasado.

**RENITA:** Es impresionante y tiene razón. Un producto bien construido con la tecnología del pasado no nos sirve mucho. Pero, ¿cuánta demanda hay para uso bicontinental?

**MATS:** No tanta como la que habrá, pero más de lo que usted piensa. Las investigaciones de DataMark indican que 25% de todos los agentes viajeros intercontinentales en el país ya tienen un teléfono aparte para cada continente y otro 20% renta un teléfono cuando está en Europa. También pronostican crecimientos anuales mayores a 20%, durante los tres años próximos. ¿Qué ha oído acerca de esta demanda bicontinental?

**RENITA:** He visto esos datos de DataMark, así como un artículo en el último número de *Telephony*; sin embargo, no tenemos planes para estos teléfonos.

**MATS:** ¿Por qué?

**RENITA:** No sabemos cuántos de nuestros usuarios lo deseen, no creemos tener tantos viajeros intercontinentales entre nuestros usuarios actuales.

**MATS:** ¿Qué se consideraría un porcentaje importante, quiero decir de la población total de sus usuarios?

**RENITA:** Creo que 5% sería aceptable. ¿Cuántos tienen los demás?

**MATS:** Tuvimos una empresa con apenas más del 5% y otra con menos de 5%. ¿Cómo le suena?

**RENITA:** Es intrigante, aunque nosotros nos somos como los demás.

**MATS:** Ya lo sé, por eso me gustaría organizar una junta con su personal de ingeniería en el futuro próximo. Pero es probable que también necesitemos a alguien de marketing, ¿de acuerdo?

**RENITA:** Sí, supongo que lo necesitamos.

**MATS:** ¿Me da su aprobación para la junta?

**RENITA:** Esperemos para ver. Necesito información sobre las cifras que me ha dado y me gustaría tenerla antes de organizar la junta.

**Preguntas:**

1. ¿Qué forma de cierre usó Mats para obtener el compromiso de Renita con la idea? ¿Fue adecuado? ¿Por qué?
2. Haz una lista de cómo tratarías de obtener el compromiso usando otros tres métodos de su elección. Escriba exactamente lo que diría en cada método (y no deje de identificar el método).
3. Aunque sólo conoce una parte de la conversación, evalúe el desempeño de Mats respecto a lo siguiente:
  - a. Vender beneficios y no propiedades.
  - b. Usar cierres de prueba.
  - c. Usar auxiliares de comunicación para robustecer la presentación.
  - d. Responder a objeciones.
  - e. Tratar de obtener el compromiso en el momento correcto.

Obtenido de:

Weitz, B. A., Castleberry, S.B. y Tanner, J. F. (2005) *Ventas. Construyendo sociedades* (pp. 389-390). México: McGraw-Hill.