

# WÜRTH 365

NOVIEMBRE 2020

WÜRTH 365  
noviembre 2020.  
Primera edición  
Cód: 00999 000 018

**30**  
AÑOS  
*en México*



**WÜRTH MÉXICO**

Carr. Temixco- E. Zapata Lote 17 Bodega 1

Col. Palo Escrito, Emiliano Zapata, Morelos

C.P. 62760

Tel. +52 (777) 101 25 20

[www.wurthmex.com.mx](http://www.wurthmex.com.mx)

## **ESTE** NÚMERO

- 1** Editorial
- 2** Copa Latam
- 3** Crecimiento de Reventa
- 4** Orsy Akademie
- 5** Metal
- 6** Grandes Cuentas

# 1

## EDITORIAL

PALABRAS DE NUESTRO  
DIRECTOR

Por José Antonio Aisa

# SOMOS WÜRTH MÉXICO



## QUERIDOS COMPAÑEROS Y COMPAÑERAS:

Estoy feliz de poder abrir estas páginas de nuestra nueva revista, que espero nos acompañe por mucho tiempo.

Buscamos compartir "nuestras cosas", que la revista hable de lo que nos interesa, de lo que nos mueve mes a mes en Würth México.

Deseamos que sea una revista entretenida para todos nosotros, capaz de captar nuestro interés como para que estemos al tanto esperando el próximo número.

Nos encantaría que tú participes en algún momento, todos somos protagonistas de lo que sucede en la empresa, éste es un buen camino para resaltar nuestras mejores cosas, nuestros mejores momentos, las cosas que nos aportan impulsos que nos ayudan a hacer...

Iremos mejorando con vuestras ideas, manden por favor las que consideren más relevantes y trataremos de aprovecharlas.

A pesar de todas las circunstancias tan adversas que nos ha dejado la pandemia, estamos haciendo un año extraordinario, pocas empresas pueden presumir de estar creciendo y nosotros lo estamos haciendo...

¡Muchas gracias, sois los mejores! Vamos a ponerle el moñito.

Nos vemos pronto, un abrazo.

**Checku**

2

**COPA LATAM**

¡VAMOS POR LA COPA!



## ABRAHAM CÓRDOVA

**Gerente Región 1 Noreste "Los espartanos".**

Recuerdo que cuando iniciamos por primera vez la Copa Latam fue en los meses que más fuerte estaba el tema de la pandemia del Covid y se puso premios por los que más venta y pedidos tuvieran en cada grupo y en ese día que se lanzó el concurso todos nos demostramos que si podemos hacer 4 o 5 y hasta más pedidos en un solo día y que no importaban las adversidades si uno se propone un objetivo claro y ahora que estamos en competencia con los demás países de latino américa todos los vendedores están involucrados para que México sobresalga ante los demás países.



## ERICK MARTÍNEZ

**Gerente División Reventa  
"Los 100 al 100".**

Estamos viviendo un año diferente, con nuevos retos y sin duda uno de los más importantes es adaptarnos para seguir creciendo.

En reventa estamos dentro de la competencia como un gran equipo que es Würth México, La COPA LATAM ha motivado al equipo para trabajar de una forma divertida en el cumplimiento de los indicadores como son el número de pedidos por día y la creación de clientes nuevos que son la base para hacer crecer nuestras zonas de trabajo. Actitud y compromiso para obtener el mejor resultado en esta COPA

A todos nos queda muy claro que tenemos que trabajar de forma diferente para lograr resultados diferentes. Vamos equipo a demostrar de que esta hecho Würth México.

## FEDERICO SANTAMARÍA

**Gerente Región 4 sureste "Los piratas del caribe".**

La competencia siempre será buen motivo para demostrar mis capacidades

En un año tan atípico en el que la motivación y la disciplina pasaron a ser fundamentales para nuestras actividades. Encontrar razones para salir a trabajar, a buscar el sustento para nuestras familias, porque al final de eso se trata todo esto, tener el sustento para que los nuestros estén bien. Campañas como la COPA LATAM llegaron para darnos el enfoque de que tenemos para hacer mejor nuestro trabajo cada día. Y ¿Por qué no? encontrar una forma divertida y competitiva de demostrar que podemos hacer cosas distintas, hacerlas mejor.

Se hicieron cosas distintas, motivadoras, competitivas, buscando cada día ser mejores. Seguro estoy que estas actividades dejan secuelas muy marcadas de que somos buenos en lo que hacemos pero también de que podemos ser mejores cuando nos enfocamos en hacerlo, cuando buscamos hacerlo.

Si quieres cambio verdadero... pues camina distinto.

# 3

## CRECIMIENTO REVENTA

Por Erick Martínez  
Gerente División Reventa



**LA  
NO**



---

## CRECIMIENTO DE REVENTA DURANTE LA PANDEMIA

Estamos viviendo una nueva dinámica en todos los ámbitos, es una oportunidad para cambiar la forma en que veníamos trabajando en donde la disciplina, actitud y compromiso juegan un factor muy importante para adaptarnos y cumplir con nuestros objetivos

Quiero agradecer a todo el equipo de reventa por el resultado logrado en estos meses obteniendo un crecimiento contra el año anterior del **35.9%**, demostrando que aun con las adversidades somos capaces de aprovechar las oportunidades para seguir creciendo y esto demuestra el compromiso y lealtad a nuestra empresa.

Seguiremos trabajando con disciplina y constancia para el logro de nuestros objetivos.

**PANDEMIA**

**NOS DETIENE**

# 4

## ORSY AKADEMIE

Por Benjamín Delgado  
Director División Auto/ Cargo/Reventa

A partir de enero 2018, se integró a la empresa un nuevo elemento de entrenamiento, a partir de entonces realizaron capacitaciones teóricas-prácticas alrededor de la república mexicana, dirigidas a los agentes de venta, por medio de las camionetas adaptadas para tener todos los instrumentos necesarios.

Otra de sus aplicaciones de hoy en día es hacer demostraciones, y tanto como recomendaciones del uso adecuado de la

herramienta y químicos, para un correcto funcionamiento y rendimiento de estos; en este año estamos desarrollando mucho más la demostración a clientes y realización de clínicas de productos.

De acuerdo a los comentarios de los vendedores el **Würth Akademie**, es una gran herramienta para recibir conocimientos, ya que aprenden el uso adecuado de cada herramienta, así como

terminología de las partes automotrices o industriales donde se aplica, esto da como resultado mayor confianza y mejores argumentos de venta ante los clientes.

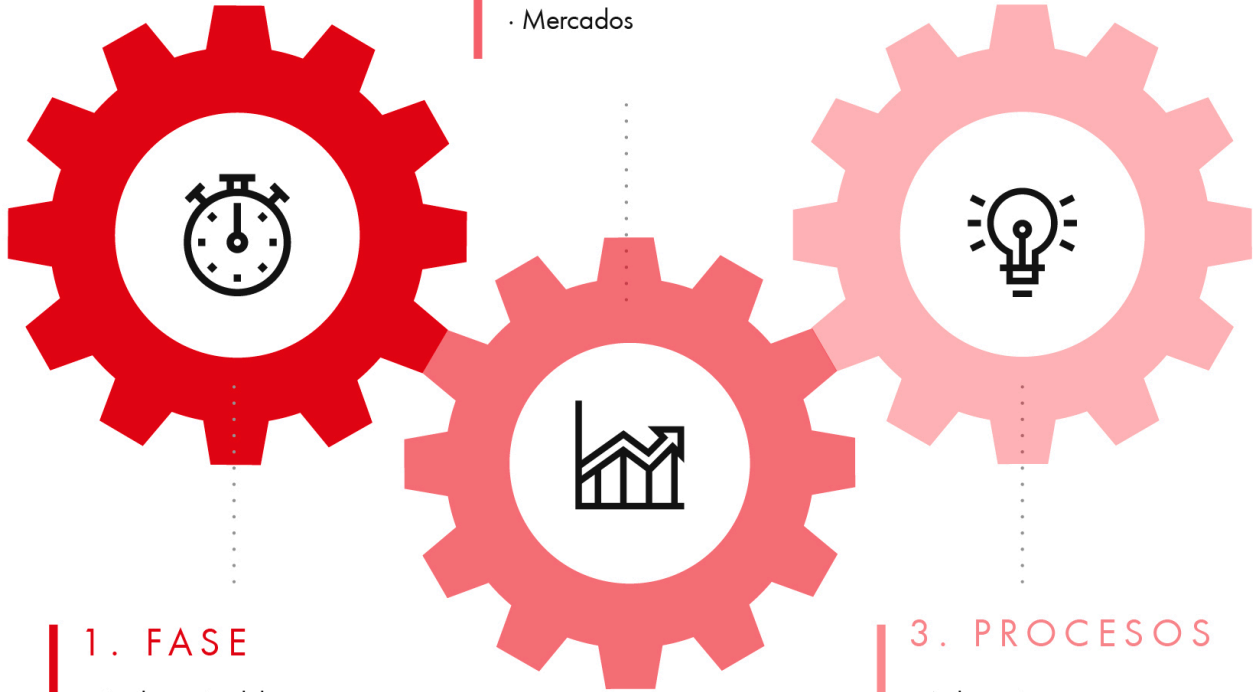
Tenemos la firme intención de hacer más productiva esta herramienta, estamos en la búsqueda de optimizar procesos y recursos para que todavía se logren tener más efecto en las ventas.





## 2. TEMAS

- Mercados



## 1. FASE

- Explicación del sistema
- Terminología

## 3. PROCESOS

- Aplicación.
- Explicación del producto.



# 5

## DIVISIÓN METAL

### NOS REINVENTAMOS

Por Ricardo Quintas

Director División Metal/Mantenimiento

#### 2020... ¡El año de la nueva división Metal!

La Dirección de Würth México decidió que 2020, sería el año en el que daría el paso para la creación de una nueva división Metal.

Würth México, al largo de su historia desarrolló su División Metal enfocando una parte importante del negocio, a lo que llamamos en el Grupo Würth "Metal-Mantenimiento".

Podemos decir que esa es una de las partes exitosas del negocio de la empresa, al que seguiremos dando toda nuestra atención, para que se pueda desarrollar mucho más en los próximos años.

Pero por la experiencia que tiene el Grupo Würth en muchos otros países, sabemos que, si pretendemos desarrollar el gran Metal de forma sólida y sostenible, debemos mirar hacia otros dos grandes grupos de clientes a los que llamamos "Metal-Metal" y "Metal-Instaladores".

Un proceso de creación de Divisiones o de sub Divisiones es bastante complejo, ya que, para hacerlo, una empresa necesita trabajar mucho en análisis de mercado, desarrollo e incorporación de gamas de productos enfocados a las necesidades de los clientes, garantizando la calidad por la cual el grupo Würth es reconocido en todos los mercados y definir una estrategia de precios adecuada, que atienda a las expectativas de los clientes para los niveles de calidad que ofrecemos.

Aparte de estas dimensiones más técnicas del negocio, para lograr crear una nueva División, también necesitamos entender que, todos los que hacemos parte de ese proyecto, debemos cambiar nuestra mentalidad, nuestros comportamientos y la forma como hacíamos las cosas.

Para que podamos ser exitosos en este nuevo rumbo, no es suficiente con que hagamos muchas cosas diferentes dentro de la empresa.

Necesitamos más que nunca, que nuestra red de ventas de Metal, desde el gerente regional, a los Supervisores y sobretodo los vendedores, entiendan la enorme oportunidad de desarrollo y crecimiento que tienen en sus manos y para que esa oportunidad se convierta en una nueva realidad, debemos salir de nuestra zona de confort y de todo lo que ya conocemos. Debemos hacer diferente. Visitar otros clientes, hablar de otros productos. Necesitamos estar mucho más preparados, ser especialistas en cada una de las sub divisiones, conocer bien a nuestros clientes y a sus necesidades, conocer nuestra gama de productos para poder ofertarla adecuadamente y sobretodo ser vistos como profesionales de ventas competentes y conocedores.

En el 2020, ya incorporamos más de 500 productos enfocados a los clientes Metal - Mantenimiento - Instaladores. Este enorme esfuerzo de inversión en productos y estoque hecho por la empresa, tiene que verse reflejado en nuestros resultados diarios. Tenemos que lograr crear más clientes nuevos, hacer más pedidos al día con más posiciones por pedido y vender más productos diferentes.

¡Estamos seguros de que esta División Metal nos dará muchos frutos y que su empuje ayudará a que Würth México siga creciendo de forma sólida en los próximos años!



# 6

## GRANDES CUENTAS

WÜRTH MX

Por Oscar Dircio

Key Account Manager

### GRANDES CUENTAS DE WÜRTH MÉXICO 2020

Si bien para Grandes Cuentas antes de la pandemia, los medios digitales ya eran elementos claves para la comunicación con cliente y prospectos, es una realidad que tuvimos la necesidad de reinventar la fórmula, de cómo prospectar, dar continuidad a nuestros clientes, nuestras ventas y nuestro futuros clientes.

Entre los cambios provocados por la pandemia destacan principalmente los comportamientos actitudinales de todo el equipo de Grandes Cuentas, adaptándonos de manera inmediata a esta nueva manera de tener contacto con nuestro día a día, nuestros prospectos y clientes.

Lo que en algún momento podíamos realizar en una reunión, en una sala de junta, en una comida, hoy necesitábamos avanzar con la misma línea de comunicación, pero con el factor distancia.

El llamado de la Dirección General manos a la obra para apoyar el impacto por la contingencia, nos llevó a formar dos estrategias: La primera para cliente y la segunda para prospectos.



### PARA CLIENTES:

Nuestro objetivo a pesar del cierre de la industria de la construcción, metal y la caída de ventas de la industria Automotriz era que los impactos de reducción en ventas y cobranza fuera el menor posible. Algunas acciones que desarrollamos:

### HYUNDAI:

- Desarrollo de un programa de capacitaciones para los asesores de servicio de las agencias Hyundai, esto con la finalidad de incentivar las ventas de los kits especiales de esta marca. Realizamos hasta ahora 16 capacitaciones Web de los kit de Limpieza de Motor y Kit afinación (Boya y presurizado).
- En los próximo meses realizaremos más capacitaciones de los 6 kits faltantes.
- Incorporación de productos de contingencia (sanitizantes, desinfectantes, gel antibacterial y equipo de protección personal).

### PEUGEOT:

- Realizamos un kit de desinfección exclusivo Peugeot, este kit está en todos los distribuidores y tiene el objetivo de proteger a los técnico que recibe el vehículo y al cliente al momento de la entrega.
- Se dieron de alta todos los productos de contingencia.
- Reuniones Web, con el objetivo de buscar nuevas estrategias de promociones Würth, apoyos en lanzamiento de nuevos productos.





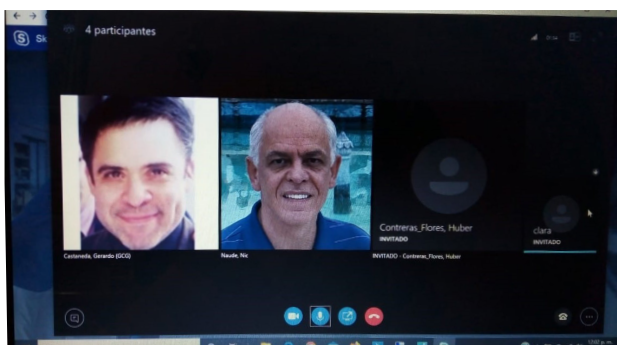
## VOLVO:

- Apertura de un nuevo distribuidor en CDMX una nueva oportunidad de venta como cliente nuevo.
- En un corto plazo la apertura de 4 nuevos distribuidores.
- Si bien al catálogo es limitado, se trabajó para incorporar 20 referencias más al catálogo.

## PEPSICO:

- Una cuenta que durante la contingencia tuvo incremento 16% (Mar-Sept) vs el mismo periodo del año pasado, lo importante es que tenemos más centros PepsiCo que consumen nuestros productos.
- Actualización del catálogo de productos donde se integraron a la lista TODOS los artículos de contingencia, estos son productos obligados para las labores diarias en las plantas, talleres y almacenes PepsiCo.
- Reuniones web para el desarrollo de productos "Grado Alimenticio" uso en toda las plantas (Sabritas y Gamesa).

Una parte muy importante de una empresa es la cobranza, donde hemos logrado 116% de cumplimiento acumulado (Ene-Sept).



### **PARA PROSPECTOS:**

Nuestro objetivo era adaptarnos al medio de comunicación para seguir avanzando con presentaciones, negociaciones, contratos y cierres con los que ya estábamos trabajando.

El camino no fue fácil, con toda precaución sanitaria realizamos presentaciones y comparativas producto de manera presencial, videos In-Situ, reuniones On-Line (Vía Zoom), llamadas, WhatsApp, correos electrónicos. Tras meses de seguimiento, hoy se incorpora a las filas de Grandes Cuentas, dos importantes marcas de la industria automotriz:

**Mitsubishi Motors de México**, una red de 54 distribuidores, estimamos que en el último trimestre del año será nuestra 2da mejor cuenta en compras mensuales.

Tras su incorporación en el mes de marzo con alguna limitantes en compra de productos, Hoy hemos logrado tener el 100% de los productos del catálogo validados para venta y la incorporación de un kit de mantenimiento para todos los clientes mitsubishi que realicen su servicio de mantenimiento.

**Subaru de México**, una red más pequeña pero no menos importante con tan solo 14 distribuidores. Pero con un plan muy dirigido en las agencias.

De inicio con el lanzamiento de 8 kits para venta cliente Subaru y un mes después con la apertura del 100% del catálogo.

Se han realizado capacitaciones en cada agencia por parte de cada agente asignado, así como dos capacitaciones Web a todas la red de distribuidores, con los beneficios de los productos y respaldo de nuestra marca Würth.

**Estos logros no hubieran sido de la misma manera sin el apoyo de todo el equipo de ventas y administrativo. El camino no ha sido fácil, ni lo seguirá siendo.**

Pero hoy, en Grandes Cuentas seguiremos haciendo crecer a nuestros clientes: Con más productos, más posiciones y más venta. Para ello necesitamos del esfuerzo día a día de todos nuestros agentes asignados. Continuaremos tocando puertas en búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, y alianzas comerciales; Así como cerrando las cuentas importantes con las que tenemos avance.

Este año es importante para terminar de consolidar las marcas Automotrices y de la mano continuamos avanzando para empezar el 2021 para darle fuerza a la industria del metal.



Würth México, S.A. de C.V.  
Carretera Temixco-Emiliano Zapata, Lote 17, Bodega 1  
Col. Palo Escrito Emiliano Zapata, Morelos  
C.P. 62760. México. Tel.: +777 101 25 20, +777 101 25 21  
RFC: WME-900307-8U2

© by Würth México S.A. de C.V.

Prohibida la reproducción total o parcial sin permiso.  
Nos reservamos el derecho de cambios de productos que sirven a nuestra mejora de la calidad, sin previo aviso o notificación para llevar a cabo en cualquier momento. Las fotografías pueden ser fotos de la muestra, que pueden diferir en apariencia de los productos entregados. Nos reservamos el derecho a errores de impresión, no asumimos ninguna responsabilidad. Nos referimos a nuestros términos y condiciones.