

CÓMO USAR LOS DATOS DE SU CRM

PARA VOLVER A VENDER



Seis ideas para usar la información que ya tiene sobre los tostadores, mejorar la retención, venderles más a los mismos compradores y volver a calentar los leads que se enfriaron.

Algrano le da un montón de datos sobre los tostadores que ya le compraron y sobre los que pidieron una muestra en el pasado. Explorar esa información le ayuda a armar un plan de contacto, para que arranque la nueva temporada con el pie derecho.

La lealtad es donde el comercio directo de verdad paga

El mayor valor de usar la plataforma es conseguir compradores recurrentes. Convertir a un tostador por segunda vez siempre es más fácil que la primera.

Los productores y exportadores con mejor retención en Algrano son los que hablan seguido con los tostadores.

Hay relaciones tan sólidas que ya ni siquiera recibimos muestras. No pasa siempre, pero puede volverse normal si usted y Algrano trabajan juntos.

Por eso le compartimos algunas ideas para sacarle el jugo a los datos de su CRM



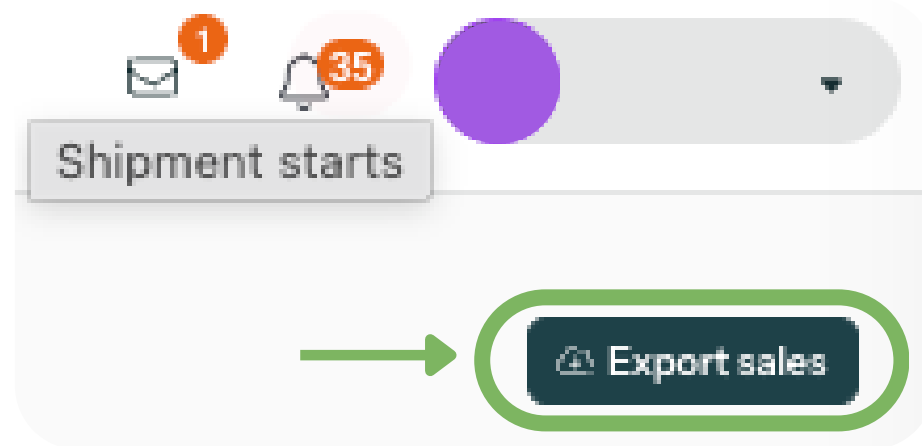
Lo que su CRM le cuenta

Su CRM tiene un montón de información sobre clientes y leads que puede usar para planear sus ofertas, calcular costos, priorizar a qué tostadores contactar, enganchar leads calientes y más. Con el CRM puede responder preguntas como:

- ¿Quiénes son mis grandes compradores?
- ¿Quiénes son mis tostadores fieles?
- ¿Cuál es mi volumen promedio de pedido?
- ¿Perdí algún cliente importante el año pasado?
- ¿Los tostadores siempre compran los mismos cafés?
- ¿Compran un solo café o varios?
- ¿El tostador ya pidió una muestra (cuando hay muestras publicadas)?
- ¿Quién dijo que le interesaba un café pero no lo compró?

Exporte los datos de sus ventas

Esto es lo que le recomendamos hacer la próxima vez que abra su dashboard. Para empezar, exporte los datos de sus ventas. Las tablas del CRM no se pueden editar, así que la forma más fácil de sacar información de su cuenta es exportar las ventas en CSV y subirlas a una hoja de cálculo, donde sí puede ordenar y filtrar las columnas.



Compradores prioritarios: pre-contratación, diversificación y ofertas en diff

Después de exportar las ventas, es fácil ver quiénes son sus compradores más grandes. Solo organice la hoja ordenando la columna de volumen de mayor a menor.

Estos son sus compradores de primera prioridad, y todos deberían recibir un mensaje personal, si todavía no lo han recibido.

Si un tostador compró más de 100 sacos de alguna de sus ofertas públicas, vale la pena contactarlo temprano en el ciclo de ventas, incluso antes de que haya muestras disponibles, porque es más probable que quiera pre-contratar.

Si un tostador compró un contenedor completo, puede estar abierto a ofertas en diferencial. Nuestro equipo le puede ayudar con eso.

Si usted pone precio a sus ofertas públicas pensando en volúmenes pequeños, porque no sabe cuál va a ser el volumen final, estos tostadores son buenos candidatos para una oferta privada con mejor precio. Tostadores así también son buenos candidatos para diversificar, así que puede prepararles ofertas exclusivas.





COMPRADORES FIELES:

explore cafés nuevos y crezcan juntos

Los tostadores que llevan años comprándole, incluso si no son grandes, también merecen atención especial. Hemos visto a muchos tostadores empezar pequeños y crecer en sociedad con los productores. Esas suelen ser las relaciones más fuertes que tenemos.

Si un tostador le compra más de un café, pruebe con otros lotes que todavía no ha ofrecido en el marketplace. Ahí hay potencial de upsell y también de medir la demanda de los procesos nuevos que está experimentando.

Los tostadores que conocen bien su menú también son una gran fuente de retroalimentación, porque pueden comparar cafés y contarle cómo reaccionan sus clientes a distintos perfiles de sabor.

REVISE CÓMO VA SU INVENTARIO

Analizar qué cafés se están vendiendo le ayuda a revisar cómo va su inventario. ¿Hay algún café que antes iba bien y le cayeron las ventas? Algo puede estar pasando.

Algrano le puede dar un panorama de cómo se ha evaluado la calidad de sus cafés con el tiempo. Si el perfil de un café cambia, los tostadores pueden migrar a otro lote o cambiarse de productor. Le podemos ayudar a mirar más a fondo y entender qué hay detrás de eso.

MIRE SI SUS COMPRADORES PIDIERON MUESTRAS NUEVAS

Quando tenga cafés publicados, échele un ojo a la pestaña **Sample Orders** por lo menos una vez a la semana. Cada cliente recibe un correo cuando un café que compró el año pasado vuelve a estar disponible. Todos los tostadores también reciben un newsletter quincenal con la lista de todos los cafés nuevos del marketplace.

Si sus compradores no han pedido muestra en las 2 semanas siguientes a la publicación, les puede caer bien un empujoncito suyo. Mándeles un mensaje con el link de la nueva oferta, recordándoles lo que compraron antes y preguntándoles si les interesa volver a llevar el mismo café.

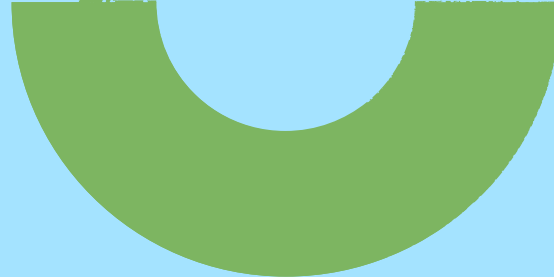
Pedidos de muestra

Select an option...
Select an option...
Select an option...

Pedidos de amostra: **1044** Torradores(as): **425** Enviado: **1044** Match: **113**

COSECHA	TOSTADOR	PAÍS DEL TOSTADOR	FECHA DE PEDIDO	ESTADO	
	 Ver relación		Agosto 13, 2026	Enviado	View details Get in touch
	 Ver relación		Agosto 13, 2026	Enviado	View details Get in touch
	 Ver relación		Agosto 12, 2026	Enviado	View details Get in touch
	 Ver relación		Agosto 12, 2026	Enviado	View details Get in touch
	 Ver relación		Agosto 12, 2026	Enviado	View details Get in touch
	 Ver relación		Agosto 12, 2026	Enviado	View details Get in touch
	 Ver relación		Agosto 12, 2026	Enviado	View details Get in touch
	 Ver relación		Agosto 10, 2026	Enviado	View details Get in touch
	 Ver relación		Agosto 07, 2026	Enviado	View details Get in touch
	 Ver relación		Agosto 06, 2026	Pedido	View details Get in touch
	 Ver relación		Julho 22, 2026	Enviado	View details Get in touch

Algrano Cómo funciona Aprende Certificaciones Ayuda Contacto Términos

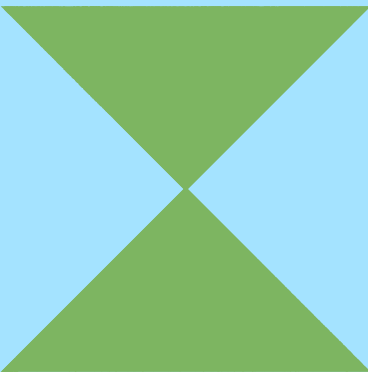


REACTIVE A LOS COMPRADORES PERDIDOS CON MUESTRAS NUEVAS

Tener muestras disponibles le da la oportunidad de reactivar a los tostadores que dejaron de comprar, contándoles por qué ahora es un buen momento para probar una muestra nueva.

Va a necesitar un gancho. Quizás el precio de mercado está bajo y consiguen mejor precio. Quizás el clima estuvo especialmente bueno y usted está muy confiado en la calidad del café.

Siempre es bueno mencionar lo que compraron antes (por si no se acuerdan) y darles una actualización sobre la cosecha. Cuando necesitamos recuperar a un tostador, recomendamos el mismo café. Si ya no está disponible, recomendamos uno con un perfil y un precio parecidos al que compraron antes.



PREPARE OFERTAS PARA LOS PROSPECTOS QUE DEJARON RETROALIMENTACIÓN (FEEDBACK)

Revise la pestaña Sample Orders buscando feedback. La columna Status muestra quién marcó el café como “match” y como “no match”.

Un tostador que marcó una muestra como “**match**” siempre es más fácil de reactivar. Y los que la marcaron como “**no match**” también pueden estar más enganchados y responder mejor, porque se tomaron el tiempo de dar feedback.

No hay coincidencia	Ver detalles	Contactar
Enviado	Ver detalles	Contactar

Cosecha	
Tostador	
Fecha de pedido	15 de junio de 2026
Estado	No hay coincidencia
Revisar	el perfil sensorial no es lo que busco

Antes de escribirles, mire por qué el café no fue match. Haga clic en el botón “**View Details**” para ver la razón por la que el tostador no se interesó en el café. Esa información es muy útil para arrancar una conversación con un posible comprador nuevo.