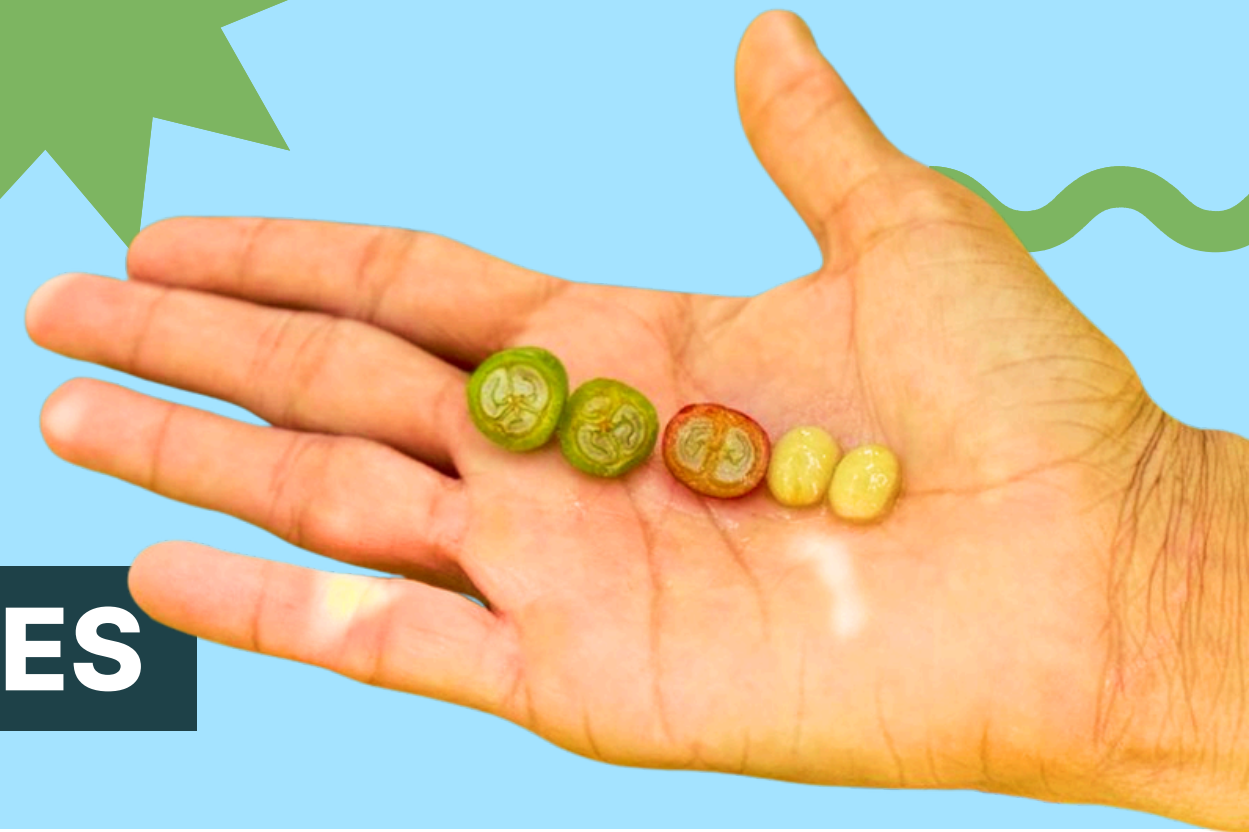


HACIENDO LA POSVENTA:

CUÁNDO HABLAR CON SUS TOSTADORES



Conozca cuáles son los tres momentos más importantes para fortalecer las relaciones con sus compradores y mejorar la retención de clientes.

Hay tres momentos claves a lo largo del año que ayudan a los productores a fortalecer la relación con sus compradores: cuando el café se está **preparando para el embarque**, cuando el **comprador empieza a tostar**, y cuando **entra la nueva cosecha**.

En Algrano vemos muchos productores que solo mandan mensaje cuando recibimos las

muestras y después desaparecen el resto del año. ¡Es el caso del **70%** de los mensajes enviados! Solo unos pocos productores mantienen una **presencia constante todo el año**.

Eso hace que la conversación con el cliente termine siendo más transaccional. Pero, si sus tostadores saben de usted seguido, van a estar mucho más abiertos cuando sus cafés estén listos.

Mire cómo y por qué vale la pena hablar con sus compradores a lo largo del año:

1 CUANDO ESTÁ PREPARANDO EL CONTENEDOR

Los tostadores ya han visto cientos de fotos de fincas de café. Pero no es tan común que vean su propio café siendo empacado y cargado en el contenedor. **Y les encantan esas fotos.**



Esas fotos siempre han sido más **operativas**, parte de los reportes de logística. Pero ahí está el producto final que el tostador va a recibir, muchas veces con **su logo impreso en el saco.**

Este tipo de foto lleva al tostador **más cerca del origen.** Y pueden usar las imágenes para mostrar **su filosofía de originación.** Solo quien trabaja con comercio directo recibe fotos así.

Y no tiene que mandar un update detallado del llenado. **Al grano ya les manda a los tostadores actualizaciones semanales de los embarques.**

CUANDO EL COMPRADOR EMPIEZA A TOSTAR

Este es un momento buenísimo para **pedir feedback**. El tostador está haciendo el perfil de tueste del café, el control de calidad y las primeras cataciones con su equipo y sus clientes.

¿Y cómo saber cuándo están sacando café de la bodega? **Usted recibe una notificación** cada vez que un tostador hace el primer retiro. Así sabe exactamente cuándo escribirle. También puede ver el estado de cada contenedor en la pestaña **Envíos:**

- **Landed:** el café está pasando por aduana para hacer el in-housing. Todavía no se puede sacar de la bodega.
- **At warehouse:** el café ya se puede liberar (a menos que haya transferencia entre bodegas).

Si el tostador va a vender su café como **single origin**, también va a necesitar fotos e información para **lanzar un producto nuevo**. Al **adelantarse con material de marketing**, usted le está dando un servicio de primera.



3 CUANDO EMPIEZA LA NUEVA COSECHA

Aquí es donde usted empieza a crear interés. Y como está preparando los cafés, el mensaje sale bien natural, sin ser cansado ni insistir en una compra.

Aquí basta con compartir fotos de la(s) finca(s), con el café siendo recolectado y procesado, más un resumen rápido de la cosecha. ¿Cómo va su volumen de producción? ¿Qué está pasando en el mercado local? ¿Cómo está el clima?

Los tostadores grandes quieren saber del mercado. Los compradores de microlotes,

en cambio, quieren saber del clima y de las condiciones de proceso, porque eso afecta la calidad.

Digamos que el mercado local está muy competido y le está tocando pagar más por el pergamino. Si eso va a impactar su precio FOB, es bueno **avisarles a los compradores con tiempo.**

Si tiene cuentas que compren **contenedor lleno o medio contenedor**, también es hora de hacer un **precontrato**. Eso ayuda a planear la cosecha y le da acceso a los anticipos de Algrano.



Al crear más puntos de contacto en su comunicación con los tostadores, usted construye relaciones más fuertes y mejora la retención. De ahí pueden salir oportunidades nuevas, como recibir la visita de un tostador o cuadrar una reunión en un evento internacional.

Al final, sus ventas quedan más predecibles, lo que es buenísimo para el operativo, y facilita la **planeación de las necesidades de compra y de financiación.**