

**John P. Griffin**

**El Comercio Internacional  
y las  
Redes de Distribución**

 **EDICIONES MACCHI**

**T**  
**m**  
EDITORES

## INDICE

Introducción .....	1
<b>Capítulo 1</b>	
<b>FUNDAMENTOS</b> .....	9
Una relación equilibrada .....	10
Que el distribuidor juegue a favor .....	10
El verdadero competidor .....	12
El “síndrome de la viuda negra” .....	12
El tratamiento del hongo .....	14
Desagradable pero cierto .....	16
<b>Capítulo 2</b>	
<b>ANALISIS</b> .....	17
En marcha .....	18
Representación y abastecimiento .....	19

Elija y clasifique .....	20
Las diferentes culturas comerciales .....	22
Un factor difícil de predecir .....	23
A la búsqueda de “incautos” .....	25
¡No se deje abrumar por la información! .....	26
De buena fuente .....	28
Elija su baluarte .....	30

### Capítulo 3

<b>MECANISMOS</b> .....	33
Para las carreras, caballos .....	33
Algunos “clásicos” sobre redes de distribución.....	35
Opciones amplias .....	38
La regla.....	39
Mentiras y evasiones.....	40
Determine los clientes potenciales .....	42
Qué, Por qué, Cómo, Cuándo y Dónde .....	43
Quién.....	45
No se deje influenciar .....	46

### Capítulo 4

<b>SELECCION</b> .....	49
Aves de rapiña .....	50
Vulnerabilidad .....	53
Controles y balances .....	55

Verificación.....	59
Compre ahora, pague después .....	60
Algunos motivos erróneos .....	62
Cuidado con las quemaduras .....	64
Voracidad.....	66
Clubes .....	68

## Capítulo 5

<b>CONTRATACIONES .....</b>	<b>71</b>
Luna de miel .....	72
Los tiempos cambian .....	73
La fantasía .....	74
La venta total.....	76
Fantasmas .....	77
Apariencias.....	78
Lo específico .....	79
Conceptos erróneos .....	82
El contrato .....	83
Concesiones .....	89

## Capítulo 6

<b>INICIACION.....</b>	<b>93</b>
Falsas ilusiones .....	93
El cierre del contrato .....	95
Seleccione ganadores.....	97

La novedad ..... 98  
Folletería ..... 98  
Exposición de los productos ..... 99  
Perfil bajo ..... 100  
Entrenamiento ..... 101  
Hombre de confianza ..... 103

**Capítulo 7**

**ENTRENAMIENTO ..... 107**

Haciendo amigos ..... 107  
Las presentaciones ..... 109  
El público ..... 110  
Técnica ..... 112  
La pirámide ..... 116  
El equipo de ventas ..... 123

**Capítulo 8**

**MOTIVACION DEL DISTRIBUIDOR ..... 125**

Estrategia de precios ..... 127  
Márgenes ..... 130  
Incentivos ..... 132  
Abastecimiento ..... 134  
Pagos ..... 138  
Promoción interna ..... 140

**Capítulo 9**

<b>MOTIVACION DEL CLIENTE</b> .....	143
Molestias .....	144
El plan .....	146
Paridad .....	148
Orientación .....	150
Simplicidad .....	150
Publicaciones .....	150
Prueba piloto .....	151
<i>Target</i> .....	151
Evitar la atrofia .....	152
Bases para un pronóstico de ventas .....	154
Incentivos para todos .....	154
Ahorre para después .....	156
Esfuerzo compartido .....	156
Valorice todo lo relativo a la promoción .....	157
Negocios .....	158

**Capítulo 10**

<b>CRECIMIENTO</b> .....	161
Cambio .....	161
Expansión geográfica .....	163
Concentración geográfica .....	164
Concentración en las franquicias .....	165
Precauciones .....	166
Acercándose .....	167

Operaciones directas, pero sin exponerse .....	168
La elección .....	170
Crecimiento del producto .....	174

## **Capítulo 11**

<b>Y ALGO MAS.....</b>	<b>177</b>
La visión .....	178
Otras consideraciones .....	179
La comunicación con el distribuidor.....	185
Los recursos humanos .....	187
Desafíos en los niveles internos .....	191

## **Resumen de conceptos**

Fundamentos .....	199
Análisis .....	200
Mecanismos .....	200
Selección .....	202
Contratación.....	202
Iniciación .....	204
Entrenamiento .....	205
Motivación del distribuidor .....	206
Motivación del cliente .....	206
Crecimiento .....	207
Y algo más .....	208