

InfoCano

Novedades Cano, SL. - C/. Romea nº17 bajo - Apdo postal nº2 - 23700 Linares - Jaén (España)
Tel. 00-34-953 694 407 Fax 00-34-953 652 289 www.novedadescano.com



Noviembre 2009

“Comunicamos para Unir”

A RÍO REVUELTO... GANANCIAS DE PESCADORES



Rosa M.º Cano
Departamento de Marketing y
Relación con los clientes

Como es sabido, es nuestro culto refranero quien, en muchas de las ocasiones que nos presenta nuestra vida comercial, nos suele encender esa “bombilla” en nuestras mentes, para entender que con posturas inertes y pasivas sólo haremos que otros más avisados y con más pericia profesional “pesquen” más de lo habitual en un actual contexto económico revuelto, incrementado (a mi modesto juicio) y sin negar estas circunstancias de excesivo pesimismo.

Este símil referido a la actividad de los pescadores parece como suficientemente venido al caso dentro de la interpretación que podemos darle en nuestro propio contexto profesional.

Por supuesto que para el buen ejemplo y uso de esta definición deberíamos entender que es imprescindible tener muy claro que hay que “mojarse”, adelantarse y diferenciarse (dentro de un comedido riesgo), buscando nuevos medios de reclamo, más valores añadidos sin por ello repercutir en precios, una nueva imagen o nuevos y diferentes productos que el mercado nos solicite; incluso para el más aventurero: abrir, por sí solo, nuevas tendencias.

Pues ...está claro y es una tónica generalizada, en cualquier sector relacionado con el comercio, que... “quien no arriesga... no gana” o más difícil lo tendrá.



A dos meses vista del término de nuestra pasada feria de muestras, y aunque en el desarrollo de la misma ya se deslumbraba un aceptable volumen de negocio, que anima a contrarrestar el bajo ánimo comercial experimentado desde los primeros meses de este año, sinceramente, debemos de felicitarnos, aunque guardando, como es de lógica, una cierta cautela, en observar que nuestro sector bisutero empieza a remontar; por lo menos en lo referido al ejercicio de un nuevo y renovado criterio del de-

UN INESPERADO ÉXITO EN BUENAS EXPECTATIVAS. BISUTEX – IFEMA (Feria de Septiembre 2009)

tallista, más receptivo y si cabe más convencido de que nadie mejor que él mismo para forzar “el cambio” de ánimo positivista, que sus escaparates y clientes les están reclamando, desde ya, para la renovación nece-



saria con la que afrontar nuestro fin de año.

Este cambio positivo que, igualmente proporcionado, se ha visto

constatado en el volumen de negocio realizado, así como su máxima urgencia requerida en el servicio, nos augura que vamos por un buen camino, que abre buenas expectativas para nuestro querido sector que aprende rápido en adaptarse a cualquier circunstancia adversa, paciente e ilusionado por mejores tiempos económicos, que como todo lo que es cíclico, terminarán por llegar.





Eladio Cañada Zavala
Director Comercial
Novedades Cano, S.L.

Observando los tiempos en que vivimos, donde todo es prisa y modernidad, y después de haber pasado por algunos sinsabores que da la vida, cuando la salud empieza a olvidarse un poco de uno, me he puesto a reflexionar sobre el desarrollo de mi vida profesional y,

COSAS DE NUESTRO SECTOR

El Viajante de Comercio: UNA RELACIÓN PERSONALIZADA

créanme, que he tenido dos sensaciones muy contradictorias, pero no por ello ilógicas: Miedo y un inmenso Orgullo.

El Miedo me sobrevino cuando el pensamiento se me nubló con tanto ordenador, con tanto robot y pensando que todo este mundo se mueve en torno a la Informática e Internet. Fue entonces cuando se produjo en mí una inquietante pregunta:

¿Hasta cuándo perdurará la figura del Viajante o Agente Comercial?

Esta incertidumbre es lógica cuando pienso que, hoy en día, todo se compra por Internet, por Televisión e incluso hasta las Entidades Bancarias se han propuesto en dejarnos anticuados y obsoletos a estas personas que bajo un impresionante número de kilómetros llevamos la imagen más directa y personal de nuestras marcas comerciales, nuestros máximos deseos de éxito para nuestros clientes y nuestro incansable esfuerzo en intentar solucionar, con la máxima celeridad, los problemas de

dichos clientes..., y ¡cómo no! ese abrazo de amistad, que después de tantos años surge de una manera espontánea entre cliente y proveedor.

En definitiva, esa Relación Personal que considero tan necesaria e importante y que se encuentra como un bien tan escaso dentro de esta sociedad que de tan moderna como la pintamos, a veces, ni nosotros mismos la conocemos.

Por eso y, después de reflexionar sobre todo esto, me vino el "subidón de Orgullo", cuando todavía, y después de treinta años de profesión, puedo dirigirme a mis amigos clientes para mandarles un abrazo y decirles, que si Dios me lo permite, seguiré pasando a visitarles personalmente, ya que considero imprescindible la continuidad de la Relación Personal entre cliente y proveedor; aprovechando esta ocasión para hacer extensible dicho abrazo a todos los clientes de mis admirados y queridos compañeros de Novedades Cano, S.L.

NUESTROS CLIENTES HAN ELEGIDO...



CADA DÍA MÁS CERCA...

Como cada año la prensa especializada hace mención a nuestra firma y a las actividades que paralelamente a la Feria venimos desarrollando. Esta última edición de DUPLEXBIJOUX se centra en las Bodas de Oro de Cano. Un acontecimiento que cada vez está más cerca

Nuestros clientes opinan: Comparte con nosotros algún tema o experiencia. Envíanos un e-mail. infocano@novedadescano.es

La extensión del escrito no puede superar los 780 caracteres.

duplexBijoux 010
Octubre / Noviembre 2009
Periódico oficial del salón
Año VI

La firma cumple 50 años en 2010 y lo celebrará en la edición de septiembre de Bisutex

Novedades Cano, S.L. prepara su segunda Pasarela

El objetivo es reforzar el vínculo de unión de la marca homenajeando a sus clientes

El mejor Regalo: Una Joya en Bisutería fina