

¿QUE ES UN COMERCIAL FREELANCE?

- Hay muchos agentes comerciales que a lo largo de sus búsquedas laborales, se encuentran más a menudo con el término freelance.
- Ser comercial freelance o agente libre supone un conflicto para aquellos que buscan un salario fijo y seguro, pero sin embargo se ha convertido en una forma de crecimiento y prestigio para muchos freelance que día a día ven aumentada su facturación mediante constancia, trabajo duro y perseverancia.
- El freelance no deja de ser una empresa en si misma y el perfil del comercial freelance se prevé, en el contexto actual, como uno de los más atractivos para aquellas empresas que requieren una reducción de los costos fijos en favor de la variabilización de los mismos. La pretensión es, obviamente, no reducir la capacidad de venta y visibilidad en sus cuentas, ni reducir en captación de captar nuevos clientes. En ese aspecto, el comercial freelance tiene una muy buena carta de invitación para las empresas (su cartera de clientes) y la posibilidad de ofrecer un alto valor agregado (en función de la relación que tenga con su cartera).
- Pero qué características debe cumplir un comercial freelance y como se debe desenvolver en el entorno actual? Si es el comercial freelance una empresa en si mismo, porque no debería entonces tomarse en serio su modelo de negocio, su oferta de valor, su mercado potencial, su competencia, su plan comercial o incluso su plan económico? Porqué esperar a que tus potenciales clientes te vengan a buscar sabiendo que tu tienes lo que ellos quieren?.

EJEMPLOS DE COMERCIALES FREELANCE.

- **El agente comercial libre;** a pesar de que las empresas querrán trabajar contigo probablemente en exclusividad, esta no te contrata por horas sino por los contactos y las ventas que le puedes generar. Un agente libre por lo general empieza su vida comercial con un producto o servicio y va incorporando nuevos. Haz valer tu condición de agente libre y esto te permitirá además mantener un contacto constante y continuado con tu cartera de cliente.
- **El agente libre especializado;** si bien no es válido que seas monoproducción (o servicio) no es en absoluto productivo llenar tu portfolio con servicios que no tengan nada que ver el uno con el otro. Tu base de datos no tardará en cansarse y perder confianza en ti. Especialízate en servicios del sector en el que tienes mayor afinidad o de acuerdo a los estudios de mercado y necesidades que te expresen tus clientes. Por otro lado, recuerda no incluir en tu cartera servicios competentes o concurrentes, esto hará que TUS clientes pierdan la confianza en ti.
- **El agente libre sectorizado;** sabemos que en nuestro portfolio no debe haber productos competentes o concurrentes, pero es muy interesante incluir productos y/o servicios sinérgicos, por ejemplo productos que requieren integración o soporte. No solo podrás vender tus productos sino que podrás generar ventas recurrentes, por ejemplo, por soporte tangencial a tu venta. Al estar relacionando los productos y servicios entre sí, también te será más fácil venderte a TUS clientes, ya que valoraran tu grado de especialización.
- **Agente de nicho;** El agente de nicho proviene por lo general de cargos directivos o de agentes empresariales de grandes cuentas. Tu principal activo es tu bbdd, que por sus características la convierte en "casi única". No necesariamente tiene que ser muy amplia, pero tienes acceso a aquellas empresas o una relación de confianza específica con los directivos de dichas empresas que te hacen imprescindible para generar lobby para grandes proyectos. Quizá no serás un agente que facture todos los meses, pero sin duda tus ventas serán de volumen y tus comisiones muy atractivas. Ten en cuenta que en este caso TÚ eres el producto principal, cuida especialmente tu reputación.