**Nuevas herramientas de comunicación se afianzan en la industria de la maquinaria agrícola**

*Bajo esta premisa, Massey Ferguson fue una de las primeras marcas en confirmar su presencia en La Capital Digital de los Agronegocios.*

Desde que comenzó la pandemia de COVID-19, la experiencia de adecuar todo el funcionamiento de una compañía que produce y comercializa maquinaria agrícola es una muestra fiel de cómo este sector pudo seguir gestionando la fabricación, el servicio técnico y la comercialización de sus productos.

“Vivimos esta experiencia de manera muy intensa y no nos quedamos de brazos cruzados”, así lo expresó **Gustavo Meyer, gerente comercial de AGCO Argentina**. En este sentido, explicó: “De alguna manera, intentamos normalizar todo lo que hacíamos, continuar creciendo, trabajando cada día más y animarnos. Hicimos de todo, mucho más de lo que nos hubiéramos imaginado cuando estábamos en Expoagro -a mediados de marzo- y nos teníamos que volver. **Nos pusimos como bandera dentro de la compañía que los clientes nos sientan cerca, y nos sientan cerca a través de soluciones**”.

Meyer reconoció que, si bien la situación los sorprendió como a todos, rápidamente analizaron que en ese momento lo importante era sostener el servicio relacionado con la cosecha.

Con el paso de los días, y con los protocolos de seguridad muy estrictos y las habilitaciones necesarias, retomaron la producción de tractores y cosechadoras en la planta de General Rodríguez. “**Todos comenzamos a trabajar de manera remota y virtual desde nuestras casas, excepto aquellos vinculados con las actividades productivas y de logística**. Nos sentimos muy cuidados por la compañía, siempre se puso en primera instancia la salud de la gente y el resultado fue positivo. **Nos dimos cuenta cuántas cosas se podían hacer de otra manera, que los resultados no cambiaban e inclusive en algunos aspectos hasta mejoraban**”, aseguró Meyer.

En sintonía con el universo virtual y remoto, cabe destacar que **Massey Ferguson** fue una de las primeras empresas en apostar y sumarse a la primera exposición virtual de la agroindustria. Al respecto, Meyer sostuvo: “**Decidimos participar en Expoagro Digital porque está totalmente en línea con la búsqueda de alternativas digitales, remotas y virtuales**. Cuando recibimos la propuesta **nos pareció espectacular este concepto creativo,** distinto, adaptado a esta realidad. Nos entusiasma mucho”.

**Más herramientas para seguir conectados**

Con respecto a las herramientas que comenzaron a utilizar para la gestión comercial, Meyer mencionó una plataforma global de ventas llamada **Salesforce**, donde se deja registro de cada contacto con el cliente y de cada operación o venta.

Por otro lado, el formato de las reuniones también cambió. “Antes se daban de una manera más espontánea en la oficina, ahora se empezaron a fijar agendas para hacerlo más metódico y buscar eficiencia”, indicó el gerente comercial de AGCO.

Otras de las herramientas muy utilizadas son las **redes sociales**. “A través de Instagram hay mucha interacción, los clientes o potenciales interesados se contactan y, dependiendo de la zona, se asigna a una persona de la compañía o a un concesionario. Los productores y contratistas están totalmente actualizados sobre el uso de herramientas digitales y de redes sociales, tanto para comunicarse, compartir experiencias o generar contactos más transaccionales, ya sea por interés en el producto o en las condiciones comerciales”, aseguró.

Además, los concesionarios y las guardias usan la aplicación de **WhatsApp**. Otro de los canales digitales que utiliza para generar contactos es su sitio web.

La capacitación no es ajena a lo virtual. “Tenemos el **Aula Web**, con la que ya contábamos desde antes. La mayoría de la gente a la que buscamos capacitar se encuentra en el interior y la posibilidad de dar estas charlas de manera virtual genera una eficiencia enorme, con resultados excelentes y buenas devoluciones de los participantes”, detalló el ejecutivo.

Para seguir fortaleciendo sus herramientas de contacto con productores y contratistas, **Massey Ferguson será la Maquinaria de Pastura Oficial de Expoagro Digital**. El próximo 9 y 10 de septiembre, a través de la Capital Digital de los Agronegocios, podrán conocer su línea de productos, contactarse con expertos, servicio técnico y demás servicios que ofrece la compañía.

Por último, el gerente comercial de AGCO Argentina fue claro y contundente: “**La marca Expoagro convoca**. La maquinaria agrícola en Expoagro es sinónimo de cerrar negocios, vincularnos con clientes y conocer gente. De nuestro lado hay expectativa y una disposición enorme. Nos interesa que la gente nos contacte y tenemos mucha fe en los productos y servicios que brindamos”.

Más información en: <https://www.expoagro.com.ar/expoagrodigital/>