

Cierro la distancia entre lo que las organizaciones prometen y lo que sus clientes experimentan.



Managua, Nicaragua · dmelara100@gmail.com · davidmelara.com

PERFIL

Estratega comercial senior en salud –industria farmacéutica y odontología–, formado en el terreno: décadas de convertir necesidad clínica en decisiones de compra, y decisiones de compra en relaciones que permanecen. Gestión de cuentas clave, relacionamiento clínico y comunicación de valor técnico en mercados donde la confianza es la condición de entrada.

El diferencial no está en la venta sino después de ella: liderar la postventa operativa –coordinando con producción y diseño– para que lo acordado con el cliente llegue completo. Vender es solo la mitad del trabajo; la otra mitad es proteger la promesa mientras atraviesa la organización.

CAPACIDADES

Toda promesa pasa por cuatro momentos: nace, se acuerda, se cumple y se recuerda.

01 Marketing estratégico

Leer el mercado antes de prometerle algo: a quién se le crea valor, con qué argumento y frente a qué alternativas.

02 Venta consultiva

Diagnóstico de la necesidad clínica y compromiso solo de lo que la organización puede cumplir, con seguimiento disciplinado hasta el cierre.

03 Experiencia del cliente

Postventa técnica que blindo la confianza en cuentas clave: la primera compra la gana el argumento; las siguientes, lo que el cliente vive después.

04 CRM, IA y automatización

Tecnología al servicio de la memoria del sistema: información ordenada, seguimiento sin huecos y conocimiento del cliente convertido en acción.

TRAYECTORIA

2022 – 2025

Innova Dental Laboratorio

VISITADOR MÉDICO · CUENTAS CLAVE (ODONTOLOGÍA)

Gestión de cuentas clave con enfoque en retención, reactivación y expansión, combinando visita técnica y seguimiento consultivo en soluciones de restauración y estética. El crecimiento se sostuvo con argumentación técnica; la permanencia, coordinando correcciones con producción y fortaleciendo la comunicación doctor-laboratorio para asegurar entregas consistentes y prevenir retrabajos.

2009 – 2011

UAM / UNICA

CATEDRÁTICO DE POSGRADO

Docencia en mercadeo estratégico, administración de ventas y psicología del consumidor; facilitación en negociación y resolución de conflictos ejecutivos.

2006 – 2009

INPYME

RESPONSABLE DE MERCADEO E INNOVACIÓN

Diseño y ejecución de iniciativas de mercadeo e innovación para la competitividad de MIPYMES: procesos de salida a mercado, posicionamiento y oferta, con acompañamiento práctico a empresarios en la ejecución comercial.

1996 – 2004

Laprin S.A.

VISITADOR MÉDICO SENIOR · LÍNEA ÉTICA

Gestión integral de territorio con comunicación científica: construcción de relacionamiento con el cuerpo médico y continuidad de marcas.

1992 – 1996

Laboratorios Unipharm

REPRESENTANTE DE VENTAS

Apertura y consolidación de territorios y desarrollo de cartera, con distinción regional por comunicación científica y presentación de productos complejos.

Respondo personalmente.

FORMACIÓN

Posgrado en Gerencia de Mercadeo
UCA, 2004

Posgrado en Docencia Universitaria
AUPRICA, 2010

Diplomado en Mediación y Arbitraje
UAM + BID, 2010

Licenciatura en Administración de Negocios
UCEM, 2003

FORMACIÓN INTERNACIONAL

Japón – JICA / PREX
Distribución y promoción comercial, 2007

España – AIDECA
Competitividad de pymes, 2008

España – REDBUS
Inteligencia comercial, 2009

DISTINCIÓN

1.º lugar Centroamérica – REPS / IMS, 1992
Mención regional por comunicación científica y presentación de productos complejos.