



# Shopsumer Marketing

## Situación

### ¿Estamos todos contribuyendo a la satisfacción del Shopsumer?

Cuanto más grande la organización, más se especializan los departamentos en partes del proceso comercial, corriendo el riesgo de perder el último objetivo de la satisfacción del cliente final de vista. Marketing, Trade Marketing, Gestión por Categorías y Ventas se rigen por objetivos diferentes, a veces hasta contradictorios y no se persigue un mismo objetivo que no deje de lado partes esenciales que inciden de forma determinante en el impacto ante el Shopsumer.

## Solución

### ¡Alinear los procesos internos para contribuir a un mismo objetivo!

Partiendo de la base de un sólido cuadro de mando, tenemos que definir flujos de información y medición en cada departamento para

- enlazar funciones con procesos formales
- medir efectividad del Marketing-Mix global
- conocer principales dinamizadores categoría
- reajustar presupuesto global según impacto consiguiendo así una clara focalización de la organización en el objetivo final de nuestras actividades.

## Método

### Streamlined Shopsumer Marketing (SSM)

El método aplicado consiste en los siguientes pasos:

1. Análisis procesos actuales y flujos información
2. Evaluación enlaces departamentos en 360°
3. Establecer ratios de eficiencia departamentos
4. Definición cuadro de mando
5. Crear procesos y flujos información óptimos
6. Formación personal
7. Informe final

En todos nuestros proyectos de consultoría utilizamos tanto en la evaluación inicial como en la implantación de las mejoras nuestra metodología **SHOPSUMER SATISFACTION STRATEGY®**, en la que tratamos de alinear 5 pasos para mejorar la satisfacción del Shopsumer con los elementos fundamentales de la empresa: las personas, los procesos y las prioridades.

SHOPSUMER SATISFACTION STRATEGY					
PROCESO	1	2	3	4	5
EMPRESA	Conocimiento cliente final	Alineación personas, procesos y prioridades	Colaboración dentro y fuera de la empresa	Desarrollo actividades comerciales	Ejecución, medición y results
Personas	●	●	●	●	●
Procesos	●	●	●	●	●
Prioridades	●	●	●	●	●



## Shopsumer Marketing

### Tiempo

¡En sólo 7 días!

- 7 días desde el inicio hasta el informe final, de los cuales 4 días en sus oficinas
- Entrevistas de aproximadamente 16 horas con cada responsable implicado (Marketing, Trade Marketing/Merchandising/Gestión por Categorías, Ventas)

### Información y contacto

¡Con la garantía de The Shopsumer Institute!

Más información en:

[www.theshopsuperinstitute.com](http://www.theshopsuperinstitute.com)

Pide tu cita personal en:

The Shopsumer Institute  
Pasaje Forasté 9, 1º 2º  
08022 Barcelona

Tel. / Fax: 934 189 371  
Móvil: 609 845 724

[info@theshopsuperinstitute.com](mailto:info@theshopsuperinstitute.com)

### Servicios

¡Un presupuesto sin sorpresas!

- Pida nuestro presupuesto singular para este servicio básico que incluye:
  - 7 días de consultoría
  - Flow-chart organizativo
  - Formación personal
  - Informe final

Opciones adicionales:

- Creación de herramienta de seguimiento de ratios establecidos para alimentar cuadro de mando global
- Programa de formación exhaustiva de cada unidad organizativa en las tareas más relevantes para la eficiencia organizativa

Condiciones generales:

- Los gastos de desplazamiento fuera del ámbito de la Provincia de Barcelona, alquiler de sala, material (p.e. proyector) y documentación entregada (si es en un medio físico) a participantes se facturarán aparte. The Shopsumer Institute se compromete a aprovechar las tarifas más económicas posibles en desplazamiento y alojamiento, siempre previa aprobación del cliente
- Los precios indicados no incluyen el Impuesto sobre el Valor Añadido (I.V.A.); en servicios prestados fuera del ámbito español se aplica la legislación vigente del I.V.A.
- Facturación y forma de pago: 100 % al contado contra factura
- The Shopsumer Institute garantiza la presente propuesta en todos sus términos y condiciones hasta el 31 de diciembre de 2009