



# Medición y planificación de promociones

## Situación

¿Promocionamos para complacer al distribuidor a para vender más?

Especialmente con el actual clima económico, la promoción es una de las soluciones más recorridas por los fabricantes para mejorar su situación de ventas. Sin embargo, muchas de las actividades que realizamos son deficitarias y no consiguen el impacto deseado en el cliente final. La asignación de recursos adecuados a la promoción como elemento del Marketing-Mix se ha convertido en una cuestión estratégica de supervivencia para la empresa.

## Solución

¡Establecer ratios de rendimiento mínimo para todas las promociones!

Tenemos que medir tanto el impacto de nuestras actividades en el mercado como el resultado financiero para la empresa, con

- sistema de análisis unificado y universal
- visión de mercado y visión financiera
- revisión de datos a nivel cliente y marca
- asignación de costes reales a cada actividad para definir el punto de inversión óptima y seleccionar las actividades con mayor rendimiento.

## Método

Perfect Promo Planning (PPP)

El método aplicado consiste en los siguientes pasos:

1. Análisis datos disponibles y flujos información
2. Definición ratios de performance
3. Crear sistema evaluación por promoción
4. Diseño proceso y flujos información
5. Creación herramientas informáticas (Excel)
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 Shoppersum 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		●	●	●	●	●



## Medición y planificación de promociones

### Tiempo

¡En sólo 7 días!

- 7 días desde el inicio hasta el informe final, de los cuales 3 días en sus oficinas
- Entrevistas de aproximadamente 8 horas con cada responsable implicado (Marketing, Trade Marketing/Merchandising, Ventas)

### Información y contacto

¡Con la garantía de The Shopsumer Institute!

Más información en:

[www.theshopsumerinstitute.com](http://www.theshopsumerinstitute.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@theshopsumerinstitute.com](mailto:info@theshopsumerinstitute.com)

### Servicios

¡Un presupuesto sin sorpresas!

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

Opciones adicionales:

- Preparación de análisis puntual con modelización de datos a través de ACCURIS®
- Outsourcing de integración de datos financieros, del mercado y ventas internas a través de ACCURIS®

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