



Trade Marketing Metrics

Situación

¿Cómo medir el impacto de Trade Marketing en el resultado global?

Los presupuestos “below-the-line” están aumentando constantemente en los últimos años, pero el impacto de esta inversión no se cuantifica adecuadamente, dejando al departamento de Trade Marketing en la incómoda situación de tener que justificar su actuación con pocos datos. Es importante medir el impacto detallado por marca y cliente de cada inversión realizada para poder analizar su efectividad.

Solución

¿Un sistema de medición para cada variable del Trade Marketing-Mix!

Tenemos que generar como mínimo una medida principal para cada variable del Trade Marketing-Mix (surtido, implantación, precio, promoción, exposición, lanzamientos etc.) con

- sistemática de recogida de datos
- contraste de ventas adicionales vs. inversión, integrándolo en un cuadro de mando global para el departamento de Trade Marketing.

Método

Trade Measurement System (TMS)

El método aplicado consiste en los siguientes pasos:

1. Análisis datos disponibles y flujos información
2. Definición Trade Marketing-Mix y otras tareas
3. Establecer medidas de variables y tareas
4. Diseño proceso recogida datos necesarios
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 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	●	●	●	●	●



Trade Marketing Metrics

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 8 horas con integrantes del departamento de Trade Marketing

Información y contacto

¡Con la garantía de The Shopsumer Institute!

Más información en:

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

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:

- Recogida e integración de datos empíricos (p.e. surtido, exposición etc.)
- Desarrollo e implantación de un sistema de PDAs para gestión punto de venta

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