



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

ÍNDICE,

1. OBJETIVO	2
2. ALCANCE DEL INSTRUCTIVO	2
3. POLÍTICAS	3
3.1. Ingreso al sistema Merdiz	3
3.2. Usuario y contraseña	3
3.3. Responsabilidad	3
3.4. Privilegios	3
4. DIAGRAMA	4
5. ACTIVIDADES	4
5.1. Cargar el SPANCOP de un cliente	4
5.1.1. Apartado de Sospechoso	4
5.1.2. Convertir a Prospecto	4
5.1.3. Plan de desarrollo SPANCOP	4
5.1.4. Herramientas de Prospección	4
5.1.5. Generalidades Operativas	4
5.1.6. Levantamiento de Planta	4

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	1 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

1. OBJETIVO

El objetivo de este instructivo es que se tenga una guía rápida y concisa para la Carga del SPANCOP en el Sistema Merdiz.

2. ALCANCE

El presente instructivo está dirigido al personal de ventas y marketing.

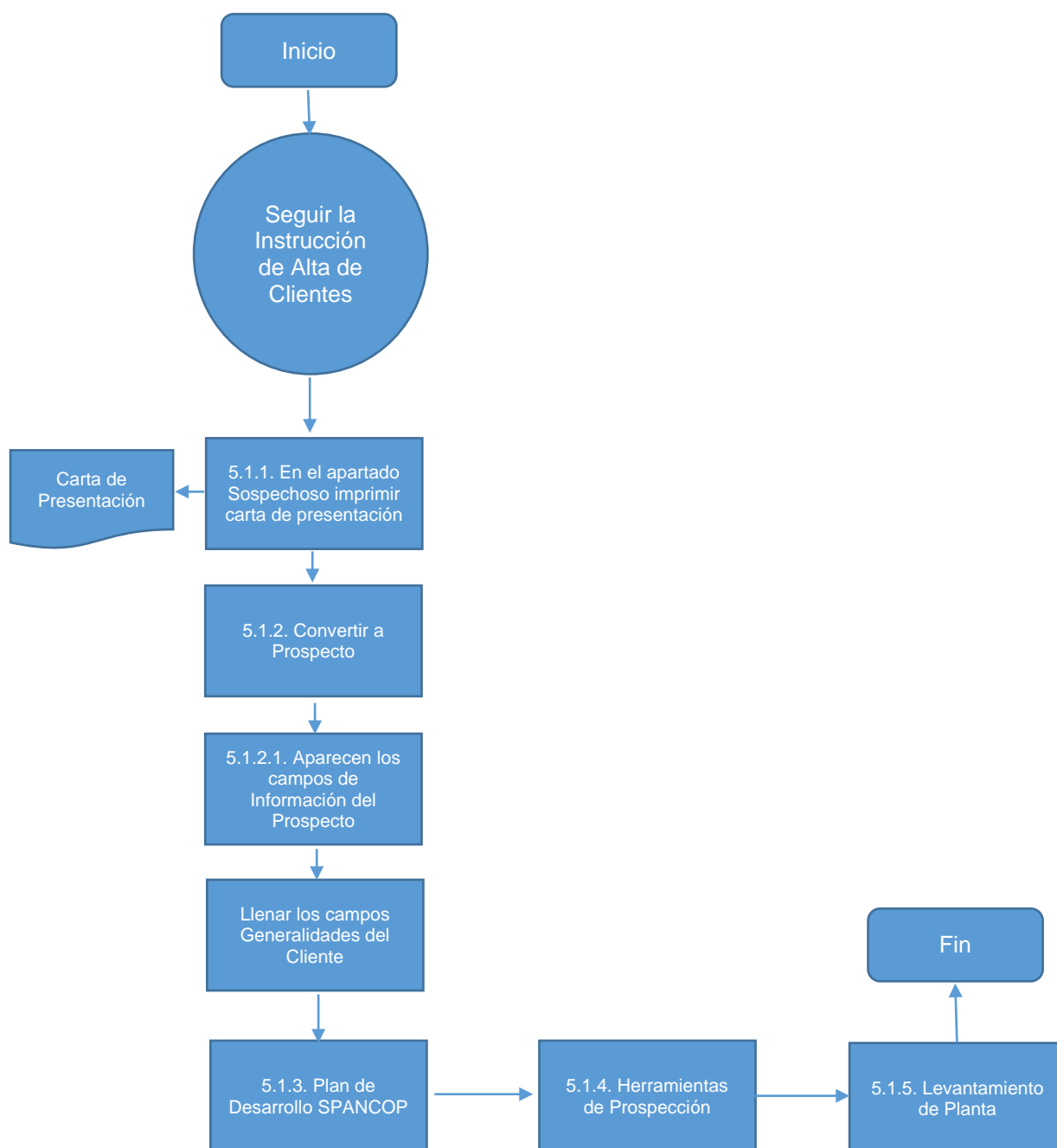
3. POLÍTICAS

- 3.1. Toda persona que requiera de acceso deberá contar con usuario y contraseña para ingresar al sistema Merdiz asignado por el administrador del sistema.
- 3.2. El usuario y contraseña asignados son de uso personal e intransferible.
- 3.3. Todas las acciones realizadas dentro del sistema Merdiz son responsabilidad del usuario de la cuenta.
- 3.4. Los privilegios serán asignados por el área administrativa de acuerdo al cargo y actividad del usuario.

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	2 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	

AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

4. DIAGRAMA



FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	3 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

5. ACTIVIDADES

CARGAR EL SPANCOP DE UN CLIENTE

Deberá seguir los pasos del Instructivo de Alta, Consulta y Edición de Clientes en el Sistema Merdiz VTA-S-1-01-06 hasta el punto 4.3.7.

- 5.1.1. En el apartado Sospechoso podremos imprimir la Carta de Presentación que dirigiremos al cliente

En esta etapa debemos calcular el potencial de negocio y la disposición del cliente para adquirir nuestros productos.

Debe ser un consumidor, vendedor o intermediario en el proceso de lubricación de maquinarias y equipos ya sea de transporte o industriales.

- 5.1.2. En el apartado Prospecto pulsar el apartado Pendiente

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	4 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

5.1.2.1. Información del prospecto

Llenar todos los campos de Generalidades del Cliente

system.dimsa-mexico.com/administracion/consulta_prospecto_flota.php?valor=valor&prospecto=31

Aplicaciones Comercializadora M... DIMSA Dimsa Merdiz Supplier Informatio... Columna Perforando UniMarine Energía a debate ... Otros marcadores

Tareas

- Prospectos
- Cerrar Sesión

Información del Prospecto

Etapas: PROSPECTO

Generalidades del Cliente

Nombre del Cliente: Auto Todo Mexicana SA de CV

Sector: Seleccione

Fecha: 11 Dic 2014

Mail: miguel_ulloa@autotodo.cc

Consumo Mensual Estimado: Más de 2,000 Litros

Marca: Shell

Plan de Desarrollo

Última visita: 05 Dic 2014

Sospechoso: 05 Dic 2014

Prospecto: 10 Dic 2014

Análisis: 30 Dic 2014

Negociación: 15 Ene 2015

Cierre: 31 Ene 2015

Orden: 15 Ene 2015

Pago: 15 Feb 2015

Contacto del Cliente

Nombre: Javier

Apellido Paterno: Cervantes

Apellido Materno:

Cargo:

Herramientas de Prospección

Objetivo del Contacto

Elementos del CVP

Interés del Contacto

Nivel de la Empresa

11:49 a. m. 25/02/2016

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	5 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

5.1.3. Plan de desarrollo SPANCOP.

El sistema dará una calificación del Sospechoso lo cual nos indica si es viable o se suspende el proceso de prospección.

Las fechas deben ser calculadas de acuerdo con la información recabada con el cliente que nos indique los elementos necesarios para el desarrollo del proceso de venta. Las fechas apoyan a la programación de las actividades de las áreas involucradas en el proceso del servicio y atención al cliente.

Para pasar de la etapa Sospechoso a Prospecto debe tomar máximo	7 días
Para pasar de la etapa Prospecto a Análisis debe tomar máximo	7 días
Para pasar de la etapa Análisis a Negociación debe tomar máximo	15 días
Para pasar de la etapa Negociación a Cierre debe tomar máximo	15 días
Para pasar de la etapa Cierre a Orden debe tomar máximo	7 días
Para pasar de la etapa Orden a Pago debe tomar máximo	45 días

Etapas Sospechoso.- Se determina si el cliente tiene potencial y si existen oportunidades estratégicas. Se requiere conseguir para esta etapa:

- Nombre completo de la empresa
- Dirección

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	6 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

- c) Contacto
- d) Teléfono
- e) Correo electrónico
- f) Sector al que pertenece la empresa
- g) Potencial estimado

Etapas Prospecto.- En la visita al cliente se determina si existe oportunidad para presentar nuestra propuesta de valor. Se requiere para esta etapa:

- a) Secuencia de salida
- b) POPSA
- c) Carta de presentación
- d) Solicitud de crédito
- e) Formato de levantamiento

Etapas Análisis.- En la visita a planta se detectan las necesidades y problemas del cliente. Se requiere para esta etapa:

- a) Secuencia de salida
- b) POPSA
- c) Formato de levantamiento
- d) Calculadora de valor

Etapas Negociación.- Se presenta de manera formal el CVP en donde se resaltan los beneficios de la propuesta de valor. Se requiere para esta etapa:

- a) Secuencia de salida
- b) POPSA
- c) Cotización
- d) CVP
- e) Folletería

Etapas Cierre.- Es el acuerdo final que se establece con el cliente, se acuerdan términos y condiciones. Se requiere para esta etapa:

- a) Secuencia de salida
- b) POPSA
- c) Cotización
- d) CVP

Etapas Orden.- Es la formalización de los términos y condiciones establecidas con el cliente. Se requiere para esta etapa:

- a) Secuencia de salida
- b) POPSA
- c) Orden de compra, pedido o contrato
- d) LubPlaner

Etapas Pago.- Seguimiento del proceso y trámites hasta recibir el pago. Se requiere para esta etapa:

- a) Secuencia de salida
- b) Orden de compra, pedido o contrato
- c) Factura

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	7 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

5.1.4. Herramientas de Prospección

- El objetivo del contacto debe estar basado en una compra por valor o marca
- Los elementos del CVP nos indicarán el trabajo previo de Análisis que se requiere desarrollar antes de avanzar con el proceso de venta
- El interés del contacto nos da la viabilidad del proyecto
- El nivel de la empresa nos ayuda a determinar el potencial de compra
- El nivel de descuento refiere a la calidad que compra el cliente
- La relación actual es in indicativo del acercamiento que hemos logrado
- La toma de decisiones nos indica la complejidad de la operación comercial
- Los influenciadores calve se refieren a las oportunidades que hemos detectado y aprovecharemos como recursos de venta.

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	8 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

5.1.5. Generalidades Operativas

- Conocer qué fabrica el cliente nos permite saber que productos y servicios vamos a promover con él
- Tener el conocimiento de sus clientes nos ayuda para ofrecer nuestros productos a toda la cadena productiva
- El horario de operación nos sirve para programar nuestras visitas técnicas y comerciales

Comercializadora Merdiz

sistema.merdizshell.com/merdiz/administracion/alta_prospecto.php?valor=valor&prospecto=1127

Nivel de Descuento: Más de 20%

Relación Actual: Socio de Negocios

Toma de decisiones: Pulverizada

Influenciadores Clave: Validados / Confirmados

Generalidades Operativas

¿Qué fabrica la compañía? Construcción de plataformas marinas y perforación de pozos petroleros

¿Quiénes son sus clientes? PEMEX

¿Cuál es el horario de operación? 24 horas, 365 días del año

Levantamiento de Planta

PROVEEDOR ACTUAL DE LUBRICANTES

Principal marca en uso

¿Le compra directo o a distribuidor?

¿Qué es lo que más aprecia del distribuidor actual?

¿Qué le gustaría cambiar?

ACEPTAR

Copyright © 2012 MERDIZ

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	9 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

5.1.6. Levantamiento de Planta

- Conocer la principal marca en uso nos indica el nivel de calidad que requiere el cliente y si el precio será factor decisivo en la compra
- Saber si compra directo o a un distribuidor nos habla del nivel de precios que maneja en sus compras así como el tratamiento técnico con el que cuenta
- Entender cuál es lado fuerte de su proveedor actual nos permite desarrollar una estrategia de venta y comunicación con el que está habituado y aprecia
- Tener el conocimiento del lado débil de su proveedor actual es necesario para atacar las deficiencias en producto o servicio y ofrecer algo mejor a lo que tiene actualmente

Pulsar Aceptar para guardar los cambios en el sistema

6.- GLOSARIO

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	10 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

TERMINOLOGÍA APLICADA EN EL MANUAL	
Merdiz	Compañía Industrial Merdiz, comercializadora de productos lubricantes de la marca Shell
Sistema	Software destinado al servicio del personal de ventas y administración de Merdiz registrados y con clave de usuario
SPANCOP	Sistema de Gestión de clientes para su seguimiento metódico en donde las siglas representan S= Sospechoso; P= Prospecto; A= Análisis; N= Negociación; C= Cierre; O= Orden; P= Pago en donde cada etapa tiene un propósito definido
Cartera	Grupo de clientes (prospectos o activos) asignados a una persona de ventas para su capatación, prospección, seguimiento y atención
Ruta Crítica	Ruta establecida buscando eficiencia en tiempo y en economía de combustible
POPSA	Herramienta esencial para la preparación de la Visita al Cliente en donde las siglas representan P= Propósito; O= Objetivo; P= Promesa; S= eStrategia; A= Anticipación en donde cada etapa tiene un propósito definido
Presentación al Cliente	Presentar de manera personal nuestras credenciales y las de nuestros acompañantes y presentar de manera concisa a Merdiz con el objeto de mostrar seguridad y solvencia al cliente
CVP (Customer Value Proposition)	Propuesta de valor al cliente que incluye programas técnicos y de marketing que diferencian las propuestas de Merdiz contra la competencia
Formulario de Levantamiento	Documento descargable del sistema para determinar las necesidades del cliente y establecer su CVP. Existe un formato dirigido a Industria y otro a transporte

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	11 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN CARGA DE SPANCOP	VTA-S-I-01-02

Área Técnica	Departamento interno de Merdiz especializado en servicios como LubeAnalyst, LubeCoach, LubeExpert, LubeMatch, LubeVideochek, LubeExpress, LubeAdvisor
MKT	Departamento interno de Merdiz especializado en promociones, equipamiento e incentivos así como programas internos y externos para el estímulo de la venta
Referidos	Personas o empresas conocidas por nuestro prospecto o cliente que puden ser susceptibles a consumir nuestros lubricantes Shell

7.- HOJA DE AUTORIZACIÓN DE CAMBIOS A DOCUMENTOS DEL SISTEMA DE CALIDAD.

Descripción del Cambio	Fecha del Último cambio	Autorizado por

8.- ANEXOS

No aplica

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	12 de 10
		Gerente de Ventas	Sistemas de Calidad	Director de Comercial	