



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS DEL CLIENTE	RCO-S-I-02-01

ÍNDICE

1. OBJETIVO
2. ALCANCE
3. POLITICAS
4. ACTIVIDADES
 - DIAGRAMA
 - DESCRIPCION
5. HOJA DE AUTORIZACIÓN DE CAMBIOS A DOCUMENTOS DEL SISTEMA DE CALIDAD.
6. DEFINICIONES
7. ANEXOS

1. OBJETIVO

El objetivo de este instructivo es generar los parámetros que garanticen la correcta elaboración del documento de plan de negocio, sustentado en el desarrollo del cliente.

2. ALCANCE

El presente instructivo está dirigido al personal comercial que trabajara con los clientes en la operación.

3. POLÍTICAS

El plan de negocios del distribuidor se desarrolla anualmente con cada distribuidor y se utiliza para gerenciar la relación entre la empresa y el distribuidor.

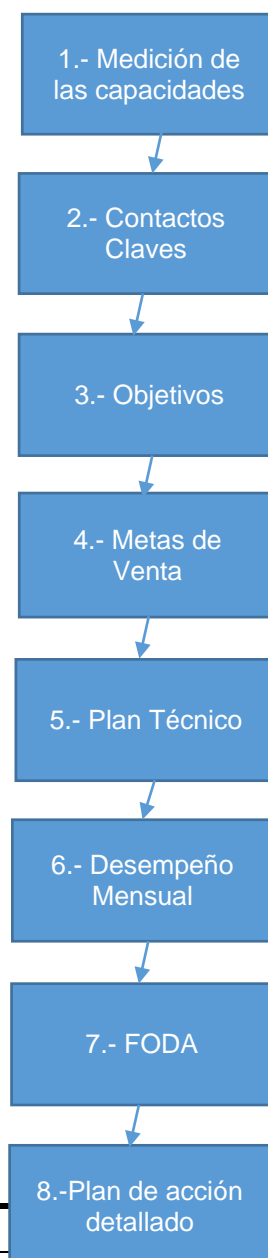
Es un documento vivo que debe ser revisado y modificado mensualmente para reflejar la situación competitiva de cada distribuidor y para poder efectuar los cambios tácticos necesarios que sean necesarios para facilitar el logro de las metas por parte de cada distribuidor.

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENE 2016	A	Arturo Mercado	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	1 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	Director de Comercial	

AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS DEL CLIENTE	RCO-S-I-02-01

4. ACTIVIDADES

4.1. Diagrama



FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENE 2016	A	Arturo Mercado	Arturo Mercado	2 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	
			Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS DEL CLIENTE	RCO-S-I-02-01

4.2. Descripción

Elaboración conjunta del plan de negocios.

ACTIVIDAD	DESARROLLO/INSTRUCCIÓN / LINEAMIENTO	PROCEDIMIENTOS/INSTRUCCIONES APLICABLES
1	Medición de la Capacidad: La medición de capacidades es un documento donde se practica una revisión del cliente conforme a un perfil preestablecido haciendo un análisis de su la solidez financiera, alineamiento estratégico, contactos en el canal, Procesos administrativos, Capacidad para implementar CVP en los diferentes sectores y capacidades específicas , este análisis que se basa en escala del 1 al 5 donde 1 es malo 3 es bueno y 5 es excelente, nos da como resultado el estado actual del cumplimiento al perfil , las diferencias y el plan de desarrollo de las capacidades.	Formato Medición de las capacidades RCO-S-F-02-01-01
2	Contactos Claves: Es una investigación de los diferentes contactos dentro de la organización del cliente que tiene 4 partes fundamentales que son : Detalles del contacto principal o apoderado legal, donde se recopila el nombre de la empresa teléfono, mail dirección fiscal , etc.; Otros contactos clave, aquí se recopila el nombre , teléfono y mail de todos los contactos y su rol en la compañía; Descripción de la Relación, aquí se define el propósito de la relación comercial entre el cliente y Merca; Áreas Claves del contrato, en esta parte se hace un resumen de las áreas clave a enfocarnos del contrato para desarrollar con el cliente.	Formato Contactos Clave RCO-S-F-02-01-02
3	Objetivos: Los objetivos son definidos por el cliente por volumen total de venta a alcanzar en el año y los porcentajes por sector así como la penetración por mercado además de las estrategias fundamentales por cada uno de ellos.	Formato Objetivos RCO-S-F-02-01-03
4	Metas de Venta: En las ventas de venta el cliente establecerá con relación a los objetivos las metas por sector y familia de producto que deberá cumplir en el transcurso del plan.	Formato Metas de venta RCO-S-F-02-01-04
5	Plan Técnico: Basado en las metas y objetivos se establecen las acciones de desarrollo de servicio técnico pos venta así como las metas incrementales por sector .	Formato Plan Técnico RCO-S-F-02-01-05
6	Desempeño Mensual: En el formato de desempeño mensual se reportan las ventas, compras e inventarios del mes cerrado que el cliente tuvo en el mes comparándolos con los objetivos establecidos, estos resultados se deberán revisar mes a mes haciendo acciones de mejora en caso de diferencias negativas con respecto a lo planeado.	Formato Desempeño Mensual RCO-S-F-02-01-06
7	FODA: El FODA es uno de los elementos mas importantes de la planeación ya que de el se derivan los planes principales de acción , este análisis consiste en detectar las Fuerzas que el cliente tiene	Formato FODA RCO-S-F-02-01-07 Procedimiento Plan

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENE 2016	A	Arturo Mercado	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	3 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	Director de Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS DEL CLIENTE	RCO-S-I-02-01

	dentro de su operación que ayudaran a superar los objetivos; Las Oportunidades que tenemos en el mercado y que podemos aprovechar para superar a la competencia; Las Debilidades que afectaran a la consecución del plan y Las amenazas del entorno que podrían afectar a la compañía y no llegar a los objetivos	de Negocio GER-S-P-01
8	Plan de acción Detallado: En el plan de acción detallado el cliente deberá establecer las estrategias y las acciones suficientes para robustecer las fortalezas, tomar las oportunidades, eliminar las debilidades y enfrentar las amenazas enfocados al cumplimiento de los objetivos comprometidos.	Formato Plan de acción detallado RCO-S-F-02-01-08

5. HOJA DE AUTORIZACIÓN DE CAMBIOS A DOCUMENTOS DEL SISTEMA DE CALIDAD.

Descripción del Cambio	Fecha del Último cambio	Autorizado por

6 DEFINICIONES

No aplica

7. ANEXOS

No aplica

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENE 2016	A	Arturo Mercado	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	4 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	Director de Comercial	