



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN VISITA AL CLIENTE	VTA-S-I-06

ÍNDICE,

1. OBJETIVO	2
2. ALCANCE DEL PROCEDIMIENTO	2
3. POLÍTICAS	2
3.1. Aplicaciones	2
3.2. Reemplazos	2
3.3. Apego	2
4. ACTIVIDADES	3
4.1. Diagrama	3
5. DESCRIPCIÓN	6
6. GLOSARIO	9
7. AUTORIZACIÓN DE CAMBIOS	11
8. ANEXOS	11

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado Barquín	Porfirio Mercado Barquín	1 de 11
		Gerente de Ventas	Director de Operaciones	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN VISITA AL CLIENTE	VTA-S-I-06

1.- OBJETIVO.

Crear una guía práctica y comprensible de los principales conceptos que todo profesional del ámbito tecnológico debe tener en cuenta cuando se ejercita una actividad comercial en campo.

2.- ALCANCES.

El presente procedimiento aplica para todo el personal de ventas que tenga contacto directo con los clientes de manera presencial.

3.- POLITICAS.

3.1 Este procedimiento aplica para los procesos comerciales que menciona el Manual de Calidad.

3.2 Este procedimiento no reemplaza la necesidad para las mejoras por innovación.

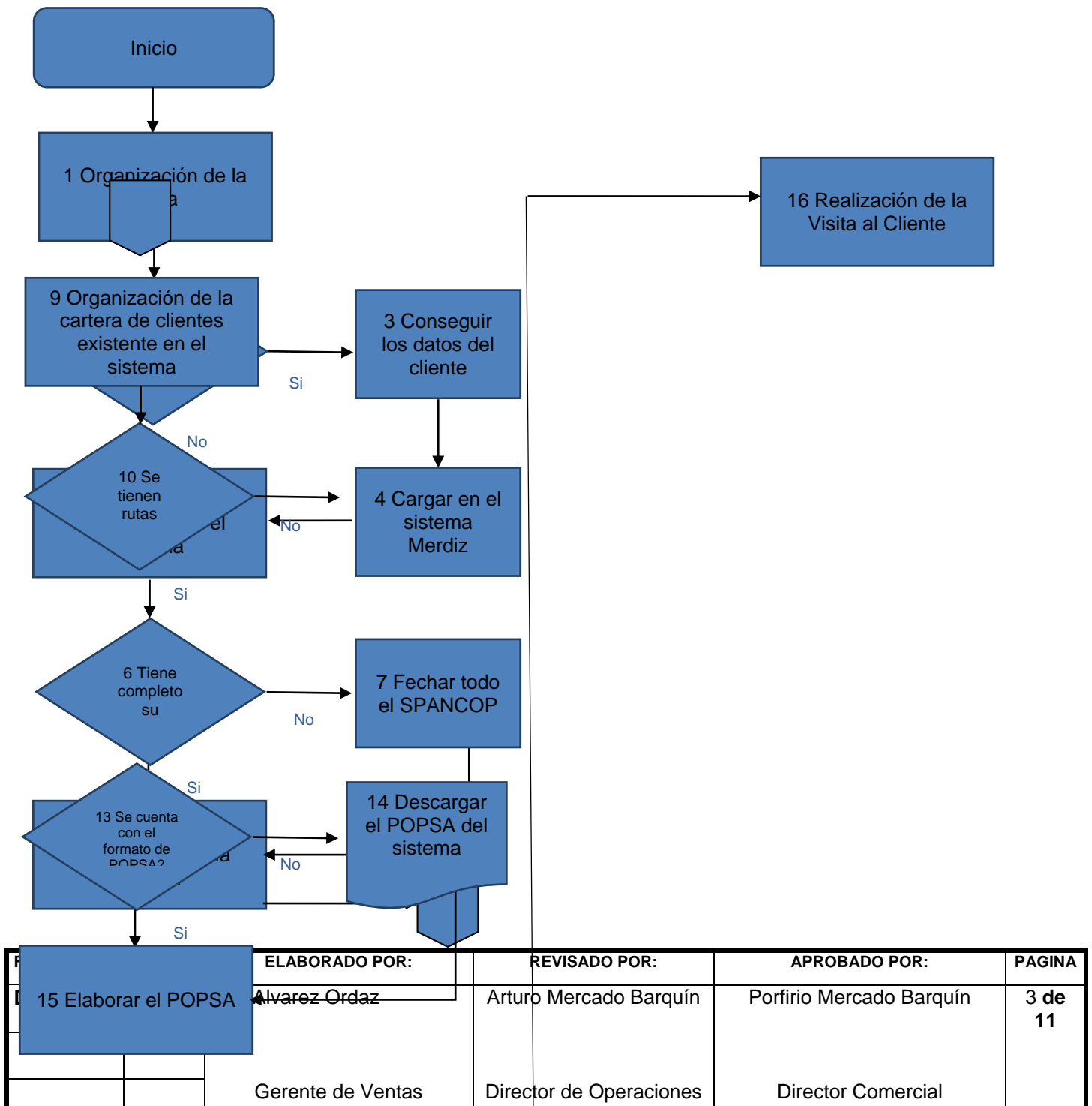
3.3 Todos los procedimientos de Visita al Cliente se apegaran a este procedimiento.

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado Barquín	Porfirio Mercado Barquín	2 de 11
		Gerente de Ventas	Director de Operaciones	Director Comercial	

AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN VISITA AL CLIENTE	VTA-S-I-06

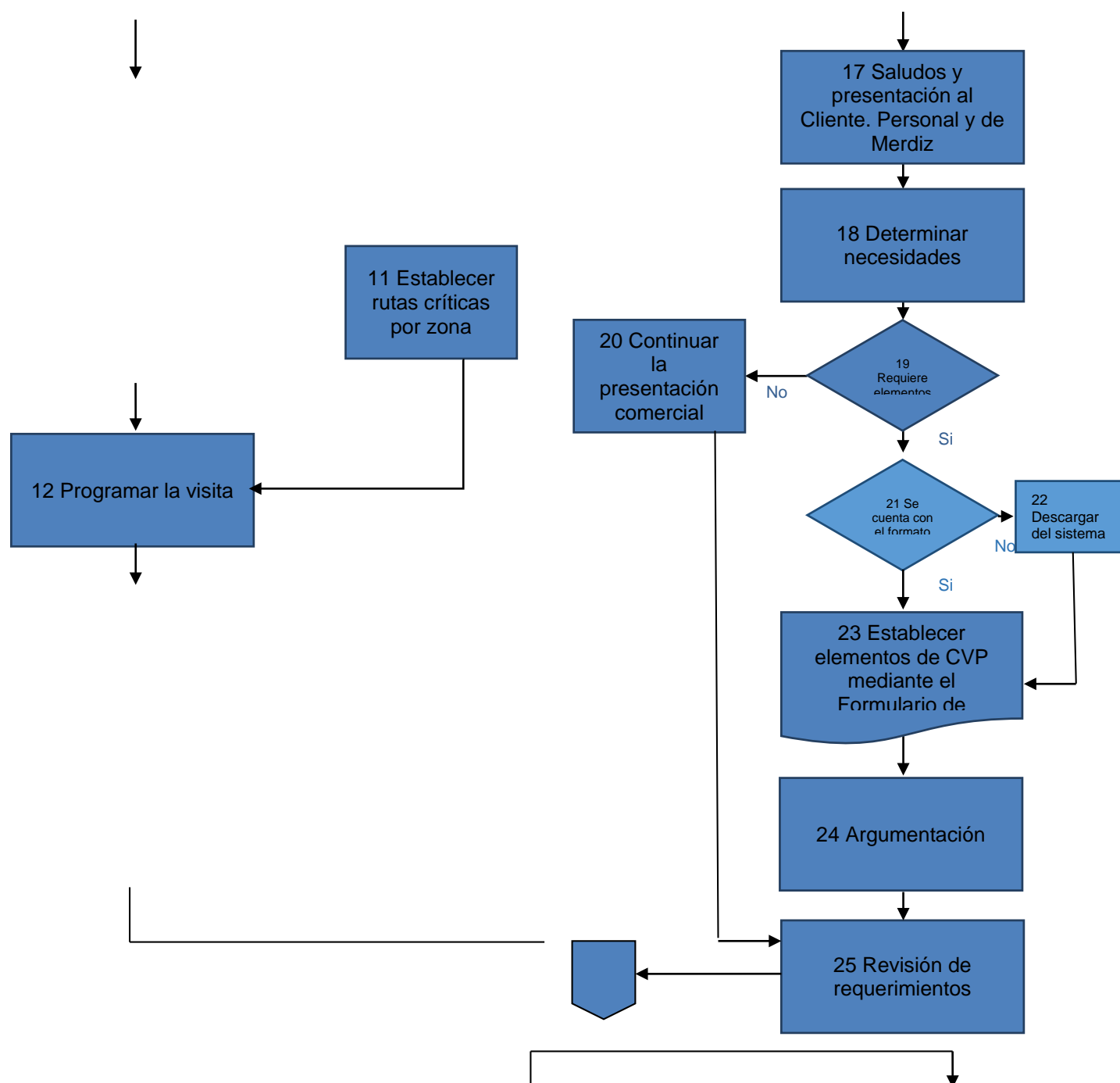
4.- ACTIVIDADES

4.1. DIAGRAMA



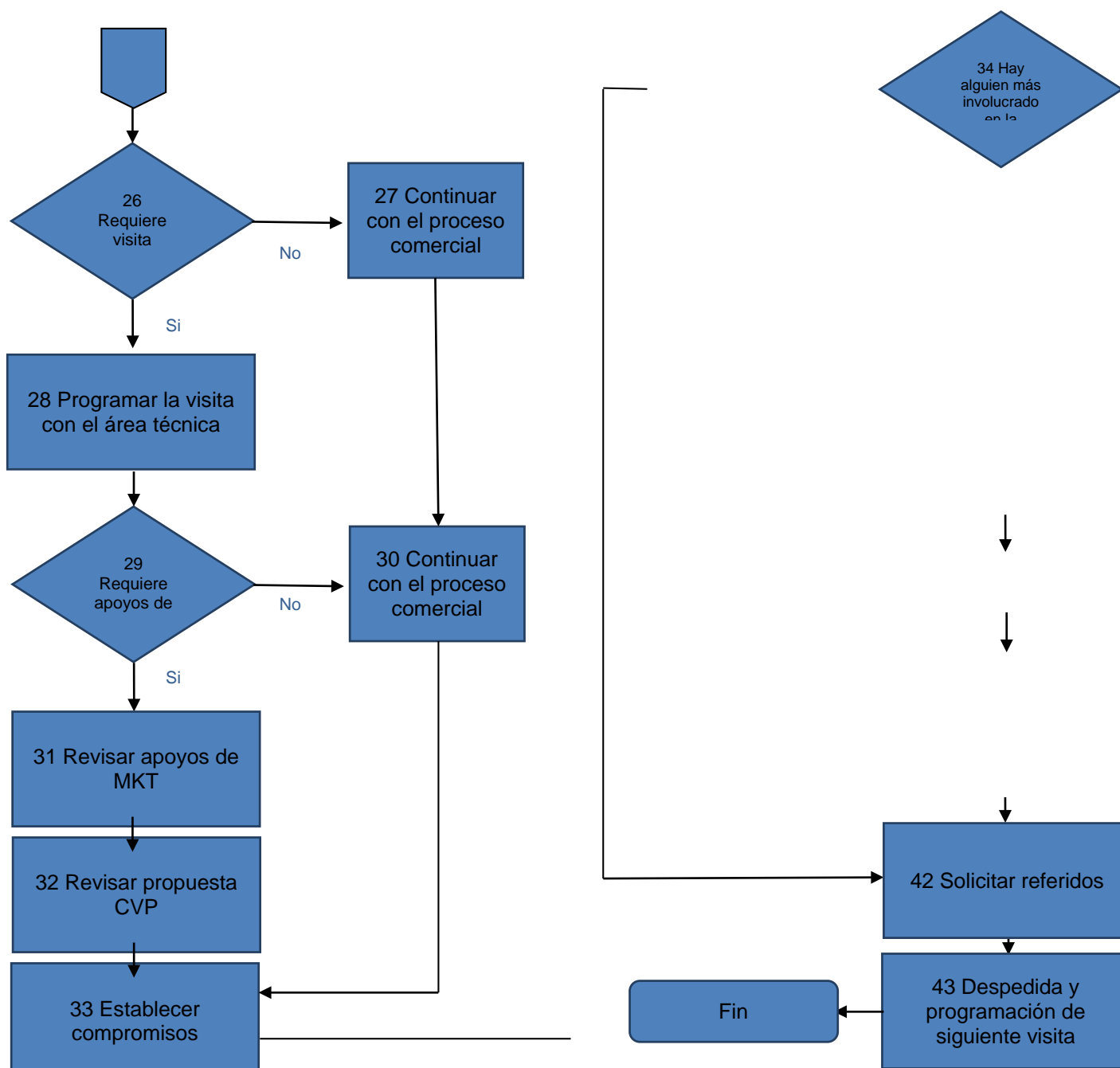
15 Elaborar el POPSA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
	Alvarez Ordaz	Arturo Mercado Barquín	Porfirio Mercado Barquín	3 de 11
	Gerente de Ventas	Director de Operaciones	Director Comercial	

AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN VISITA AL CLIENTE	VTA-S-I-06



FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado	Arturo Mercado Barquín	4 de 11
		Gerente de Ventas	Director de Operaciones	Director Comercial	

AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN VISITA AL CLIENTE	VTA-S-I-06



5.- DESCRIPCION

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado Barquín	Porfirio Mercado Barquín	5 de 11
		Gerente de Ventas	Director de Operaciones	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN VISITA AL CLIENTE	VTA-S-I-06

ACTIVIDAD	DESARROLLO/INSTRUCCIÓN/LINEAMIENTO	PROCEDIMIENTO REFERENCIADO
1	Organización de la visita: Pasos para la planeación de la visita presencial con un prospecto de cliente, objetivo de este manual.	
2	El cliente es nuevo?: Revisar en el sistema Merdiz si el cliente está cargado en la base de datos del sistema.	Instrucción para la consulta, edición y alta de clientes en el sistema Merdiz VTA-S-I-06
3	Conseguir los datos del cliente: Solicitar a nuestro contacto la dirección fiscal, RFC, nombre, correo electrónico y teléfonos de los involucrados en la decisión de compra de los lubricantes.	
4	Cargar en el sistema Merdiz: Llenar los campos obligatorios del sistema Merdiz con los datos veraces del cliente.	Instrucción para la consulta, edición y alta de clientes en el sistema Merdiz VTA-S-I-06
5	Revisar la información en el sistema: Corroborar la veracidad y precisión de los datos cargados en el sistema con el objeto de tener siempre información correcta de todos los clientes.	Instrucción para la consulta, edición y alta de clientes en el sistema Merdiz VTA-S-I-06
6	Tiene completo el SPANCOP?: Revisar que los datos del SPANCOP estén puestos en el sistema.	Instrucción para la carga del SPANCOP en el sistema Merdiz VTA-S-I-02
7	Fechar todo el SPANCOP: En caso de no estar el SPANCOP cargado en el sistema, se deberán colocar las fechas del pronóstico de cada etapa de avance en el sistema.	Instrucción para la carga del SPANCOP en el sistema Merdiz VTA-S-I-02
8	Proseguir con la organización de la cartera : Continuar los trámites habiendo corroborado o llenado la información en el sistema.	
9	Organización de la cartera de clientes existentes en el sistema: Tomar los clientes del sistema y agruparlos por tamaño de potencial y zona geográfica.	Instrucción para la consulta, edición y alta de clientes en el sistema Merdiz VTA-S-I-06
10	Se tienen rutas establecidas?: Revisar si se cuenta con una planeación semanal de rutas de venta	

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado Barquín	Porfirio Mercado Barquín	6 de 11
		Gerente de Ventas	Director de Operaciones	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN VISITA AL CLIENTE	VTA-S-I-06

11	Establecer rutas críticas por zona: Organizar los grupos de clientes con el fin de que se encuentren en una sola región para optimizar tiempo de desplazamiento y combustible.	Instrucción para la carga de secuencia en el sistema Merdiz VTA-S-I-05
12	Programar la visita: Teniendo ya las rutas críticas establecidas contactar a los clientes para concertar citas.	Instrucción telemarketing VTA-S-I-01
13	Se cuenta con el formato POPSA?: Búsqueda y revisión del formato POPSA	Instrucción POPSA VTA-S-I-03
14	Descargar el POPSA del sistema: Bajar del sistema el formato POPSA	Procedimiento para la descarga del POPSA en el sistema Merdiz VTA-S-I-03
15	Elaborar el POPSA: De acuerdo con la capacitación recibida elaborar el llenado total del POPSA. Llevar la folletería necesaria de acuerdo al cliente.	Instrucción POPSA VTA-S-I-03
16	Realización de la visita al cliente: Visitar al cliente en sus instalaciones. Llegar puntual, con carro limpio y uniforme de la empresa. Utilizar equipo de protección personal como botas de seguridad, casco, lentes protectores, tapones auditivos y chaleco reflejante de la marca.	Programa Capacitación Continua ADI-S-F-03-01
17	Saludos y presentación al cliente. Personal y de Merdiz : Saludar cordialmente al cliente y presentarse personalmente como representante de la empresa. Mencionar cargo y entregar tarjeta de presentación. Presentar a Merdiz como Macro Distribuidor de Shell Lubricantes y dar una breve reseña.	
18	Determinar necesidades: Establecer el tipo, marca, precio y cantidades de lubricante que utilizan así como el CVP del cliente.	Programa Capacitación Continua ADI-S-F-03-01
19	Requiere elementos de CVP: Establecer elementos del CVP técnico y de marketing del cliente	Programa Capacitación Continua ADI-S-F-03-01
20	Continuar con la presentación comercial: En caso de no requerir elementos de CVP continuar con la oferta del producto lubricante	
21	Se cuenta con el formato CVP?: En todas las visitas se debe llevar el formato de levantamiento industrial y de flota	Procedimiento de descarga de los formatos de levantamiento en el sistema Merdiz SRV-S-I-10-01

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado Barquín	Porfirio Mercado Barquín	7 de 11
		Gerente de Ventas	Director de Operaciones	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN VISITA AL CLIENTE	VTA-S-I-06

22	Descargar del sistema : Descargar del sistema el formato correspondiente al levantamiento industrial o de flota de acuerdo al tipo de cliente.	
23	Establecer elementos del CVP mediante el formulario de levantamiento: Llenar completamente el formulario de levantamiento para determinar los elementos de CVP con los que cuenta el cliente y determinar los faltantes	Programa Capacitación Continua ADI-S-F-03-01
24	Argumentación: Con conocimiento de causa, argumentar los beneficios de utilizar nuestra marca Shell así como cada elemento del CVP ofrecido resaltando el porque de su elección y el beneficio que trae consigo	Programa Capacitación Continua ADI-S-F-03-01
25	Revisión de requerimientos: En conjunto con el cliente revisar los requerimientos Vs nuestra propuesta de valor con el objeto de garantizar el cumplimiento de las necesidades del cliente.	Programa Capacitación Continua ADI-S-F-03-01
26	Requiere visita técnica?: Establecer fecha de visita técnica.	
27	Programar visita con el área técnica: Coordinar visita con el Gerente Técnico. Determinar necesidades de análisis, cursos y soporte en sitio.	
28	Programar la visita con el área técnica: Revisar con el Gerente Técnico la disponibilidad de agenda para realizar los requerimientos del cliente.	
29	Requiere apoyos de MKT: Determinar necesidades de equipamiento y/o apoyos de marketing como gorras, playeras, identificadores de equipos, eventos y cualquier necesidad no técnica.	Instruccion telemarketing VTA-S-I-01
30	Continuar el proceso comercial: Si el cliente no requiere de apoyos de marketing continuar con la propuesta del lubricante.	
31	Revisar apoyos de marketing: Establecer ofrecimientos de marketing que estén dentro de los volúmenes de compra y políticas de marketing	Instruccion telemarketing VTA-S-I-01
32	Revisar propuesta CVP: En conjunto con el cliente revisar los requerimientos Vs nuestra propuesta de valor con el objeto de garantizar el cumplimiento de las necesidades del cliente.	Programa Capacitación Continua ADI-S-F-03-01
33	Establecer compromisos: Revisión de todos los compromisos establecidos y checar si están acordes los volúmenes de compra con el programa de marketing.	Instruccion telemarketing VTA-S-I-01
34	Hay alguien más involucrado en la decisión?: Establecer la técnica 3x3 en donde se determinan los posibles involucrados en las decisiones de compra del lubricante.	Programa Capacitación Continua ADI-S-F-03-01

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado Barquín	Porfirio Mercado Barquín	8 de 11
		Gerente de Ventas	Director de Operaciones	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN VISITA AL CLIENTE	VTA-S-I-06

35	Continuar con el proceso: Si se está tratando con la(s) persona(s) adecuada(s), continuar la negociación.	
36	Solicitar datos: Pedir todos los datos de todos los involucrados en la decisión de compra.	
37	Podemos verlo?: Solicitar ver a los involucrados en la decisión de compra.	
38	Cuándo?: Solicitar fecha para programar cita con la persona que interviene en la decisión pero no está presente.	
39	Agendar cita: Establecer compromiso de visita con la(s) otra(s) persona(s) involucrada(s) en la decisión.	
40	Saludos y presentación al cliente. Personal y de Merdiz: Saludar cordialmente al cliente y presentarse personalmente como representante de la empresa. Mencionar cargo y entregar tarjeta de presentación. Presentar a Merdiz como Macro Distribuidor de Shell Lubricantes y dar una breve reseña.	
41	Enterar de los detalles pactados y en su caso ajustar: Breve reseña de los compromisos establecidos, checar si no existe otro requerimiento y ajustar las necesidades en caso necesario.	
42	Solicitar referidos: Preguntar abiertamente si hay algún otro posible interesado en nuestra gama de productos y oferta de valor dentro o fuera del cliente.	Programa Capacitación Continua ADI-S-F-03-01
43	Despedida y programación de la siguiente visita : Despedirnos con un breve resumen de la visita, preguntar si hace falta algo más y solicitar fecha para entregar personalmente la propuesta de valor con todos los elementos de CVP integrados y/o la visita técnica.	Instrucción para la carga de secuencia en el sistema Merdiz VTA-S-I-05

6.- GLOSARIO

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

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Ana Alvarez Ordaz	Arturo Mercado Barquín	Porfirio Mercado Barquín	9 de 11
		Gerente de Ventas	Director de Operaciones	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN VISITA AL CLIENTE	VT-A-S-I-06

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 captación, 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
Área Técnica	Departamento interno de Merdiz especializado en servicios como LubeAnalyst, LubeCoach, LubeExpert, LubeMatch, LubeVideocheck, 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

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



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	INSTRUCCIÓN VISITA AL CLIENTE	VTA-S-I-06

Referidos	Personas o empresas conocidas por nuestro prospecto o cliente que pueden 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 Barquín	Porfirio Mercado Barquín	11 de 11
		Gerente de Ventas	Director de Operaciones	Director Comercial	