**ÍNDICE,**

[1. OBJETIVO](#_Toc129596536) 2

[2. Alcance del INSTRUCTIVO](#_Toc129596540) 2

[3. POLÍTICAS 3](#_Toc129596541)

[3.1. Ingreso al sistema Merdiz](#_Toc129596537) 3

[3.2. Usuario y contraseña](#_Toc129596537) 3

[3.3. Responsabilidad](#_Toc129596537) 3

[4. Diagrama](#_Toc129596562) 4

[5. ACTIVIDADES](#_Toc129596562) 4

5.1 Planeacion Estrategica.

5.2 Planeacion Operativa.

1. **OBJETIVO**

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

1. **ALCANCE**

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

1. **POLÍTICAS**
   1. Toda persona que requiera de acceso deberá contar con usuario y contraseña para ingresar al sistema Merdiz asignado por el administrador del sistema.
   2. El usuario y contraseña asignados son de uso personal e intransferible.
   3. Todas las acciones realizadas dentro del sistema Merdiz son responsabilidad del usuario de la cuenta.
   4. Los privilegios serán asignados por el área administrativa de acuerdo al cargo y actividad del usuario.
2. **DIAGRAMA**

2.- Análisis de ciclo de vida (producto/servicio)

3.- Análisis de Posición Estratégica (FODA)

1.- Definición de Marco filosófico

Visión Misión Valores

Introducción, Crecimiento, Madurez, Declinación, Abandono

4.- Objetivos y Metas

5.- Estrategias

7.- Plan Administración (Recurso Humano, Informática)

6.- Plan de Logística

8.- Plan Comercial (Ventas, Marketing, Técnico, Servicios)

9.- Plan Financiero

10.- Presupuesto

11.- Evaluación y Seguimiento

1. **ACTIVIDADES**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Actividad** | **Descripción** | **Referencias** |
| 1 | Generación de Estadística de Consumo. La generación estadística del consumo se obtiene de la facturación efectuada a cada cliente y el sistema genera un reporte con promedios mensuales que se obtiene de la opción del menu de Blance Score Card , sub menu Reportes    La opción Reportes por cliente |  |
| 2 | Comunicación continua con clientes. Basado en el seguimiento continua a las necesidades del cliente se efectúa una comunicación continua de con los diferentes contactos de la estructura de operación del cliente buscando la información de sus requerimiento futuros tanto de producto como de servicio. | Instrucción Visita al cliente VTA-S-I-01-07  Procedimiento de Servicio SRV-S-P-10  Instrucción de alta de cliente VTA-S-I-01-06 |
| 3 | Planeación Operativa Anual. Dentro de la planeación operativa uno de los puntos mas importantes es la predicción de los volúmenes de compra de nuestros clientes activos y prospectos , esto se hace con la estadística de consumo mas la información obtenida de los contactos con el cliente donde se captan los futuros requerimientos. | Procedimiento Planeación del Negocio GER-P04 |
| 4 | Carga de Forecast Anual una vez determinados los consumos anuales por cliente se cargan en el sistema en la opción en el sub menu de Fore Cast     1. Seleccionada la opción de Forecast el menu saca la lista de vendedores capturando el nombre del vendedor que va a hacer el forcasteo de sus clientes asignados.       b) Seleccionado el vendedor el sistema presenta todos los clientes asignados a el.     1. Se captura el nombre del cliente que se va a forecastear.      1. En esta pantalla se selecciona la opción de anual        1. En esta pantalla de captura la proyección anual del año siguiente y dos años mas por producto y presentación. |  |
| 5 | Una vez teniendo el volumen de Venta se genera una simulación de estados de resultados anuales con el que se evalúa financieramente si el viable el forecast propuesto, las proyecciones de gastos se hacen sobre historico al igual que los precios y costos promedio qué salen de los estados de resultados acumulados del año |  |
| 6 | Otro análisis incluido en la proyección financiera es el análisis FODA de donde salen las estrategias fundamentales para mejorará nuestras ventajas y disminuir nuestras debilidades en la captación de volumen del Forecast |  |
| 7 | Una vez teniendo toda esta información se establecen los objetivos de la empresa que serán difundido mensualmente por las gerencias de sucursal |  |

**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** |
| **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 escencial para la preparación de la Visita al Cliente en donde las siglas representan P= Propósito; O= Objetivo; P= Primisa; S= eStrategia; A= Anticipación en donde cada etapa tiene un propósito definido** |
| **Presentación al Cliente** | **Presentar de manera personal nuestras credeciales y las de nuestros acompañantes y presentar de manera concisa a Merdiz con el objeto de mostrar seguridad y sovencia al cliente** |
| **CVP (Customer Value Proposition)** | **Propuesta de valor al clinte que incluye programas técnicos y de marketing que diferencían 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 didrigido a Industria y otro a transporte** |
| **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