

Crédito: Imagen iStock – Galeanu Mihai

SECTOR B2B

FICHA DE REGISTRO DE
CLIENTE O DISTRIBUIDOR

FICHA DE CLIENTE

La ficha de cliente o de prospecto es una herramienta que ayuda a tener información de los clientes (o potenciales clientes), con el objetivo de definir estrategias que permitan aumentar las ventas.

Veremos a continuación distintos tipos de fichas, señalando también tipo de empresas que las utilizaron.

Su empresa puede extraer ideas de estas fichas y construir la propia o utilizar una de las que se muestran.

Veremos 5 fichas aplicadas a distintos sectores de negocios.

1

FICHA SECTOR
ELECTRONICA

FICHA APLICADA POR EMPRESAS DEL SECTOR DE VENTA DE PRODUCTOS DE ELECTRONICA QUE LE VENDEN A COMERCIOS.

PLANILLA DE REGISTRO DE CLIENTE (COMERCIO)

Nombre de la Empresa			
Dirección			
Localidad		Provincia	
Página web			
Facebook		Instagram	
Compra últimos 3 meses		Compra Ultimo mes	

Cantidad de Sucursales		Años en el Mercado	
Sucursales tipo 1		Facturación Total Estimada	\$
Sucursales tipo 2		Facturación Total Estimada	\$
Sucursales tipo 3		Facturación Total Estimada	\$
		Facturación Total Empresa	\$
		Nuestra Venta Mensual	\$
		% que le vendemos	%

Suc Tipo 1: local en la calle hasta dos empleados Fact mínima: \$ 1 millón

Suc Tipo 2: local en la calle hasta 5 empleados Fact mínima: \$ 2 millones

Suc Tipo 3: local en supermercado – shopping – o más de 5 empleados Fact mínima: \$ 4 mill

Qué le vendemos (% en \$ sobre el total de nuestras ventas)

Auriculares	\$		%
Audio	\$		%
Fundas	\$		%
Celulares	\$		%
_____	\$		%
_____	\$		%
	\$		100 %

Ejemplo de ficha completa

PLANILLA DE REGISTRO DE CLIENTE (COMERCIO)

Nombre de la Empresa	COMERCIO ABC		
Dirección	ITUZAINGO 325		
Localidad	MERLO	Provincia	SAN LUIS
Página web	NO POSEE		
Facebook	FACEBOOK/ABC	Instagram	NO POSEE
Compra últimos 3 meses	\$ 3,0 MILLONES	Compra Ultimo mes	NO COMPRO

Cantidad de Sucursales	4	Años en el Mercado	
Sucursales tipo 1	1	Facturación Total Estimada	\$ 1 MILLÓN
Sucursales tipo 2	2	Facturación Total Estimada	\$ 4 MILLONES
Sucursales tipo 3	1	Facturación Total Estimada	\$ 4 MILLONES
		Facturación Total Empresa	\$ 9 MILLONES
		Nuestra Venta Mensual	\$ 1 MILLO
		% que le vendemos	11 %

Suc Tipo 1: local en la calle hasta dos empleados Fact mínima: \$ 1 millón

Suc Tipo 2: local en la calle hasta 5 empleados Fact mínima: \$ 2 millones

Suc Tipo 3: local en supermercado – shopping – o más de 5 empleados Fact mínima: \$ 4 mill

Qué le vendemos (% en \$ sobre el total de nuestras ventas)

Auriculares	\$ 500 MIL	50 %
Audio	\$ 100 MIL	10 %
Fundas	\$ NO TRABAJA	%
Celulares	\$ NO NOS COMPRA	%
PROTECC. PANTALLA	\$ 400 MIL	40 %
_____	\$	%
	\$	100 %

% que ocupan nuestros productos en la exhibición total del cliente

5 %

Otras marcas que vende el cliente:

SAMSUNG

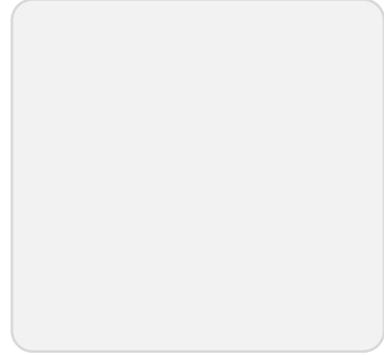
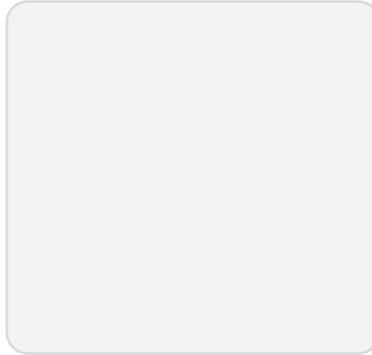
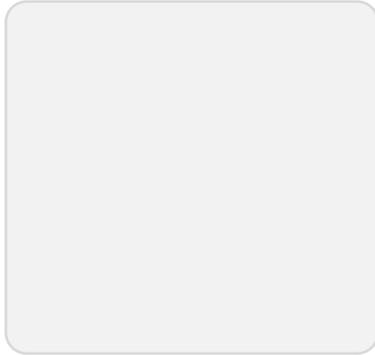
NG

OBIS

NOKIA

RH

Adjuntar foto de sucursales



Oportunidades

SEÑALA QUE TIENE PROBLEMAS CON OTROS PROVEEDORES

LE PEDIMOS QUE NOS DE LA POSIBILIDAD COMPRANDO MAS PRODUCTOS

SEÑALO QUE LO PENSARA Y QUEDAMOS EN HACERLE UNA MEJOR PROPUESTA

Plan de Acción:

CAPACITAR A LOS VENDEDORES P/ QUE SEPAN VENDER NUESTROS PRODUCTOS

MEJORAR LOS TIEMPOS DE ENTREGA PARA TENER MAS OPORTUNIDADES

OFRECER PACK 10+1 Y PLAN DE PAGO EN 30, 60, 90 DÍAS

2

FICHA SECTOR
AGRONEGOCIOS

FICHA APLICADA POR EMPRESAS DEL SECTOR DE AGRONEGOCIOS A SUS CLIENTES DISTRIBUIDORES

FICHA DE DISTRIBUIDOR

Empresa: _____

Vendedor: _____

Región: _____

Nombre del Propietario	
Dirección	
Teléfonos	
Web	

Km2 de cobertura	
Marcas que vende	
Facturación Total	
Nuestra Facturación	
% sobre el total de su Fact	
Cantidad de Sucursales	
Cantidad de Empleados	
Antigüedad de la Empresa	
% de Mercado que tiene	
Ubicación de sus locales	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Imagen de sus locales	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Calidad de los Productos	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Variedad de Productos	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Cordialidad en la Atención	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Nivel de Asesoramiento	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Precio y Financiamiento	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Logística	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Publicidad y Difusión	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Capacita a sus empleados	() Si () No
Conocen bien n/ productos	() Si () No
Visita periódica de clientes	() Siempre () Regular () No

Realiza Fidelización clientes	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
Satisfacción de sus clientes	<input type="checkbox"/> Alta	<input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Baja
Tiene plan de desarrollo de clientes	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
Somos importante para ellos	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
Argumentar la respuesta		

¿Qué es lo que resaltan de Nuestra Empresa?

Calidad de Productos	<input type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Variedad de Productos	<input type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Precio	<input type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Financiamiento	<input type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Logística y Entrega	<input type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Gestión Administrativa	<input type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Comunicación	<input type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Apoyo Comercial	<input type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Otro aspecto Positivo			
Otro aspecto Negativo			

Proyección de Ventas

	Sorgo	Girasol	Pasturas	
Venta actual con Nosotros							
Nuestra Venta proyectada							
Que planea desarrollar							

Categorización del Distribuidor: () A () B () C

Distrib. A. Tiene gran potencial de desarrollo con nuestra empresa
 Acepta desarrollar a su gente, capacitarla.
 Quiere hacer acciones conjuntas (Ensayos, Charlas, etc)
 Es ordenado y tiene una buena base de clientes
 Hace esfuerzos en fidelizarlos

Distrib. B. Es importante para nuestra empresa pero con bajo potencial de desarrollo
 Son limitadas las posibilidades de trabajar con su equipo comercial
 Para el distribuidor nosotros no somos importante o no quiere que tengamos más
 presencia en sus compras

Distrib. C. Sin potencial de desarrollo
 Bajo perfil comercial. Más que vender despacha
 No está interesado en formar a su gente ni busca fidelizar a los clientes
 Deberíamos buscar otros distribuidores si la zona se considera importante.

Plan de Trabajo con el Distribuidor

En el caso que se haya elegido trabajar con este distribuidor especificar las acciones que se desarrollarán

Recordar la proyección de ventas que se definió en página anterior

	En	Fb	Mz	Ab	My	Jn	Jl	Ag	St	Oc	Nv	Dc
Capacitar vendedores												
Acompañarlos a los campos												
Desarrollo de Ensayos												
Charlas con Productores												
Publicidad con el Distribuidor												
Acción Promocional												

Comentarios:

Ejemplo de ficha completa

FICHA DE DISTRIBUIDOR

Empresa: SEMILLERÍA RUSH NOS

Vendedor: EMILIANO SANZ

Región: LA PAMPA

Nombre del Propietario	ROBERTO RUSH
Dirección	PUEYRREDON 322
Teléfonos	328594223
Web	WWW.RUESCH.COM
Km2 de cobertura	200 KM HACIA EL SUR DE LA PAMPA
Marcas que vende	MONSANTO - SEMILLAS DON MARIO - SINGENTA - PDK
Facturación Total	\$ 32 MILLONES MES
Nuestra Facturación	\$ 3 MILLONES MES
% sobre el total de su Fact	10%
Cantidad de Sucursales	3
Cantidad de Empleados	30
Antigüedad de la Empresa	25 AÑOS
% de Mercado que tiene	20% DEL MERCADO
Ubicación de sus locales	(X) 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Imagen de sus locales	(X) 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Calidad de los Productos	(X) 5 () 4 () 3 () 2 () 1
Variedad de Productos	() 5 (X) 4 () 3 () 2 () 1
Cordialidad en la Atención	() 5 () 4 (X) 3 () 2 () 1
Nivel de Asesoramiento	() 5 (X) 4 () 3 () 2 () 1
Precio y Financiamiento	() 5 (X) 4 () 3 () 2 () 1
Logística	() 5 () 4 () 3 (X) 2 () 1
Publicidad y Difusión	() 5 () 4 () 3 (X) 2 () 1
Capacita a sus empleados	(X) Si () No

Conocen bien n/ productos	<input type="checkbox"/> Si	<input checked="" type="checkbox"/> No
Visita periódica de clientes	<input checked="" type="checkbox"/> Siempre	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> No
Realiza Fidelización clientes	<input type="checkbox"/> Si	<input checked="" type="checkbox"/> No
Satisfacción de sus clientes	<input checked="" type="checkbox"/> Alta	<input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Baja
Tiene plan de desarrollo de clientes	<input type="checkbox"/> Si	<input checked="" type="checkbox"/> No
Somos importante para ellos	<input type="checkbox"/> Si	<input checked="" type="checkbox"/> No
Argumentar la respuesta	ACOSTUMBRADA A VENDER OTRAS MARCAS CON LAS QUE TRABAJA HACE MÁS DE 20 AÑOS	

¿Qué es lo que resaltan de Nuestra Empresa?

Calidad de Productos	<input checked="" type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Variedad de Productos	<input checked="" type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Precio	<input type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input checked="" type="checkbox"/> Negativo
Financiamiento	<input type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input checked="" type="checkbox"/> Negativo
Logística y Entrega	<input type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input checked="" type="checkbox"/> Negativo
Gestión Administrativa	<input type="checkbox"/> Positivo	<input checked="" type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Comunicación	<input checked="" type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Apoyo Comercial	<input checked="" type="checkbox"/> Positivo	<input type="checkbox"/> Neutro	<input type="checkbox"/> Negativo
Otro aspecto Positivo	QUE LES COMENTAMOS LOS NUEVOS PRODUCTOS QUE LOS VISITAMOS CON FRECUENCIA		
Otro aspecto Negativo	PROBLEMAS EN LA ENTREGA DIFICULTAD EN ENTENDER LAS FACTURAS		

Proyección de Ventas

	Sorgo	Girasol	Pasturas	MAIZ	
Venta actual con Nosotros	SI	NO	NO	SI			
Nuestra Venta proyectada	\$ 3M			\$ 4M			
Que planea desarrollar	QUIERE ABRIR 3 SUCURSALES EN LOS PROXIMOS 24 MESES Y SUMAR 10 VENEDORES, ADEMAS DE DARLE MAS FUERZA AL ECOMMERCE						

Categorización del Distribuidor: A B C

Distrib. A. Tiene gran potencial de desarrollo con nuestra empresa
 Acepta desarrollar a su gente, capacitarla.
 Quiere hacer acciones conjuntas (Ensayos, Charlas, etc)
 Es ordenado y tiene una buena base de clientes
 Hace esfuerzos en fidelizarlos

Distrib. B. Es importante para nuestra empresa pero con bajo potencial de desarrollo
 Son limitadas las posibilidades de trabajar con su equipo comercial
 Para el distribuidor nosotros no somos importante o no quiere que tengamos más
 presencia en sus compras

Distrib. C. Sin potencial de desarrollo
 Bajo perfil comercial. Más que vender despacha
 No está interesado en formar a su gente ni busca fidelizar a los clientes
 Deberíamos buscar otros distribuidores si la zona se considera importante.

Plan de Trabajo con el Distribuidor

En el caso que se haya elegido trabajar con este distribuidor especificar las acciones que se desarrollarán

Recordar la proyección de ventas que se definió en página anterior

	En	Fb	Mz	Ab	My	Jn	Jl	Ag	St	Oc	Nv	Dc
Capacitar vendedores				x								
Acompañarlos a los campos							x					
Desarrollo de Ensayos									x			
Charlas con Productores				x			x					
Publicidad con el Distribuidor									x	x		
Acción Promocional												

Comentarios:

TENEMOS MUY BUENA RELACION CON EL PROPIETARIO, SOLO QUE ESTA MUY SATISFECHO CON LAS MARCAS LIDERES, PERO RECONOCE QUE ALGUNOS DE NUESTROS PRODUCTOS TIENEN MUY BUENA CALIDAD Y ESPERA PODER VENDERLOS EN LAS NUEVAS SUCURSALES QUE ABRIRA.

3

FICHA SECTOR
PILETAS

FICHA APLICADA POR FABRICA DE PILETAS PARA EL RELEVAMIENTO DE SUS DISTRIBUIDORES

Ficha de Distribuidor

Información General

Distribuidor	
Localidad	
Habitantes zona de influencia	
Casas Individuales (no Deptos)	
Principales Marcas en la Zona	

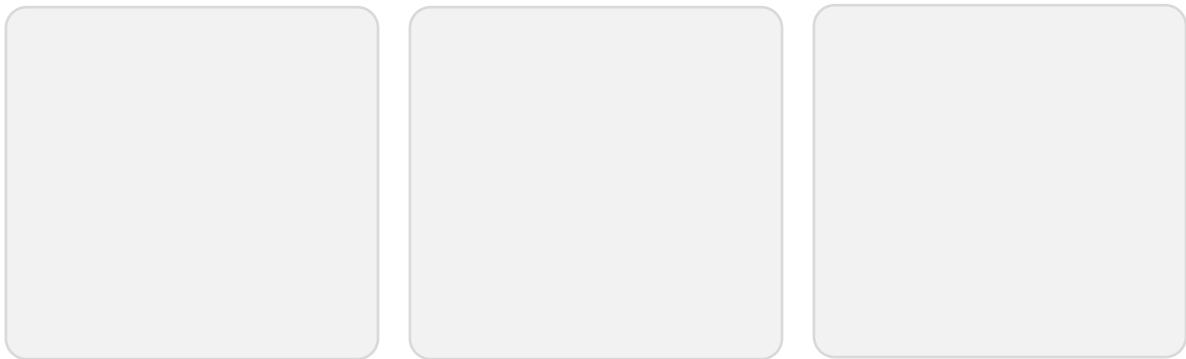
Distribuidor

Trayectoria (experiencia)	
Teléfono	
Email	

Dirección Web	
Dirección Facebook	
Dirección LinkedIn	
Opinión sobre el local	

Opinión sobre uso de RRSS / Web

Adjuntar fotos del local y otra información que sea de interés



Ventas Logradas con Nuestra Empresa en el año (Distribuidores Actuales)

Total de Piletas Vendidas Año	
Relación Piletas / Casas en zona	
Relación con año anterior	

Ejemplo de ficha completa

Ficha de Distribuidor

Información General

Distribuidor	Héctor R
Localidad	Santa Maria del Valle
Habitantes zona de influencia	250.000
Casas Individuales (no Deptos)	8.000
Principales Marcas en la zona	Piletas M - NH Piletas - Olas - Mr.Piletas

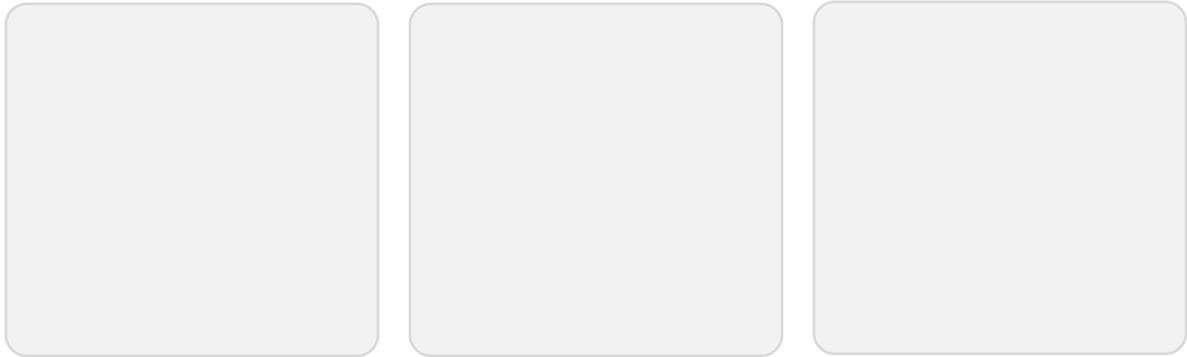
Distribuidor

Trayectoria (experiencia)	12 años en el mercado. Antes vendió Mr.Piletas. Muy reconocido. Hace 2 años trabaja con la empresa. Matrimonio e hijos al frente del negocio.
Teléfono	0324-2332402
Email	Hector.Piletas@gmail.com
Dirección Web	www.HectorPiletas.com.ar
Dirección Facebook	www.facebook.HectorPile...
Dirección LinkedIn	no posee
Opinión sobre el local	Muy bien ubicado. 180 m2. En zona muy comercial y con buen estacionamiento.

Opinión sobre uso de RRSS / Web

Recién ahora empiezan a trabajar las RRSS. Aún bajo nivel de utilización. Precisa mejorar imágenes, subir más fotos de piletas, etc. Demoran en responder consultas.

Adjuntar fotos del local y otra información que sea de interés



Ventas Logradas con Nuestra Empresa en el año (Distribuidores Actuales)

Total de Piletas Vendidas Año	35
Relación Piletas / Casas en zona	$350/8.000 = 4$ piletas cada 1000 viviendas
Relación con año anterior	subió 10 piletas 35 vs 25

Venta de Unidades por Modelo

Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5
15	12	8	0	0

Análisis de la Venta Lograda

Se concentra en la venta de los modelos tradicionales y en especial las de menor precio.

Plan de Crecimiento

Aumentar difusión en Redes Sociales.

Mejorar el local.

Nueva Cartelería

Mejorar la Atención (en temporada alta demoran muchos días en presupuestar)

No hacen seguimiento de Presupuestos.

Comentarios Relación con el Distribuidor

Fecha	Desde la Empresa	Desde Distribuidor
15 Ene	Envíe medidas para cartelería	Lo envió 10 Feb
20 Ene	Publicite en RRSS imágenes	---
12 Feb	De respuesta a Reclamo del Cliente AA	Está en ese tema, lo resuelve en la semana.
25 Feb		Solicita envío de folletería
05 Mar	Se envía folletería solicitada	
12 Mar		Precisa información de nuevos modelos
15 Mar	Se envía información nuevos modelos	
30 Mar	Se instala nueva cartelería	

4

FICHA SECTOR
MULTINIVEL

Ejemplo de ficha completa

Nombre de Líder	Andrea XX		
Cantidad de Asesores	12	Asesoras que venden por mes en promedio	3
Venta Total por mes Equipo	\$ 32.500	Unidades promedio por mes	21
Región (zona)	Zona de Entre Ríos entre xxxx		
Habitantes en la zona	450.000	Unidades x año c/ 1.000 hab.	0,5
Principales Prod que venden	Térmicas - Exprimidoras - Termos - Zapatos		
Asesores que sobresalen	Josefina P - María A - Mercedes R		

Fecha	Qué se le pide	Qué comenta / logra
15 Ene	Que ponga énfasis en Tecnología	Luego del reclamo de reloj con problema tienen miedo de enviar esos productos
21 Feb	Que hable con María F y Josefina R que hace 3 meses que no compran	

5

FICHA SECTOR
CONSUMO MASIVO

FICHA APLICADA POR FABRICA DE CONSUMO MASIVO PARA EL RELEVAMIENTO DE SUS DISTRIBUIDORES

Formulario de DISTRIBUIDOR

1. Datos Generales

Razón Social	
Zona	
Tipo Societario	
Nombre de los Socios	
Antigüedad en el mercado	
Referencias Comerciales	
Referencias Bancarias	

2. Aspectos Comerciales

Total de Comercios Activos	
Principales Marcas	
Total Fuerza de Venta	
Perfil y antigüedad F. Venta	
Esquema crediticio de venta	

Cantidad de clientes que visita por día cada vendedor	Menos de 30	30 a 40	Más de 40
Frecuencia de visita	Cada 7 días	Cada 15 días	Cada 21 días
	Cada 30 días	Otra (indicar)	

3. Infraestructura

Logística			
Depósito	Propio	Alquilado	m2
	Ubicación		
Total de personal			

4. Nuestra Marca

Comercios que vende "n/Marca"	Comercios	% s/ Cartera
Total de venta de "n/Marca" en cajas	Actual	Expectativa
Mix de "n/Marca"	% Lavavajillas	% Limpiapiso
	% Suavizante	% Resto
% de "n/Marca" en total de Facturación		
Vende Competencias de "n/Marca"	Marcas:	
Lugar "n/Marca" en la facturación total		
Lugar "n/Marca" vs sus competencias		
Expectativa facturación con "n/Marca"		
Aspectos que sugiere mejorar		
Otras observaciones		

5. Sistema de Gestión

Sistema Informático						
Estadísticas	<input type="checkbox"/>	Ventas Totales	<input type="checkbox"/>	Ventas por Línea		
	<input type="checkbox"/>	Ventas por Vendedor	<input type="checkbox"/>	Mix por Vendedor		
	<input type="checkbox"/>	Mix por cliente	<input type="checkbox"/>	Venta por Ruta		
	<input type="checkbox"/>	Otras				
Tiempo hasta entrega prod.	<input type="checkbox"/>	1 día	<input type="checkbox"/>	2 a 3 días	<input type="checkbox"/>	Más de 3 días
Frecuencia de Reuniones con Fuerza de Venta	<input type="checkbox"/>	Semanal	<input type="checkbox"/>	c/ 2 semanas	<input type="checkbox"/>	Otra frecuencia
Principales temas abordados en las reuniones						
Otros comentarios						

6. Estadísticas ... Adjuntar estadísticas solicitadas por la empresa

<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No	Evolución de Cajas compradas por el distribuidor
<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No	Mix de "n/Marca" por vendedor
<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No	Mix de "n/Marca" por zona
<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No	% clientes con "n/Marca" en cartera de cada vendedor

7. Otros comentarios del Coordinador / Gerente

8. Apreciación de la Empresa

Evolución del Distribuidor

1. Datos Generales

Razón Social	
Zona	
Coordinador	

2. síntesis

Informe de		Hecho por	
Situación			
Precios			
Ventas			

Informe de		Hecho por	
Situación			
Precios			
Ventas			

Informe de		Hecho por	
Situación			
Precios			
Ventas			

Ejemplo de ficha completa

Formulario de DISTRIBUIDOR

1. Datos Generales

Razón Social	Hector Igarzábal e Hijos SRL
Zona	Córdoba Capital
Tipo Societario	SRL
Nombre de los Socios	Igarzábal Héctor, Igarzábal Luiz, Olmos Victoria
Antigüedad en el mercado	15 años
Referencias Comerciales	Molinos RR32 Te xxxxxx - Sr. Olmedo Mastel SRL Te xxxxx - Gerencia Córdoba Leches YRP Te xxxxx - Gerencia Centro
Referencias Bancarias	Banco Stand-32 - Te xxxxxxxx

2. Aspectos Comerciales

Total de Comercios Activos	2.300			
Principales Marcas	RCU - Vinos LaM-32			
Total Fuerza de Venta	12 preventistas en ciudad			
Perfil y antigüedad F. Venta	Promedio 4 años - edad promedio 32 años			
Esquema crediticio de venta	Financiamiento a 15 / 21 días			
Cantidad de clientes que visita por día cada vendedor	Menos de 30	<input checked="" type="checkbox"/>	30 a 40	Más de 40
	Cada 7 días	<input checked="" type="checkbox"/>	Cada 15 días	Cada 21 días
Frecuencia de visita	Cada 30 días	<input type="checkbox"/>	Otra (indicar)	

3. Infraestructura

Logística	Propia 3 camiones y subcontratación 2					
Depósito	X	Propio		Alquilado	430	m2
	Ubicación		Av Circunvalación km 35			
Total de personal	25 personas (15 preventa, 2 administrativos, 3 repartidores, 5 despacho)					

4. Nuestra Marca

Comercios que vende "n/ Marca"	332	Comercios	14%	% s/ Cartera
Total de venta de "n/ Marca" en cajas	1.200	Actual	4.500	Expectativa
Mix de "n/ Marca"	45	% Lavavajillas	50	% Limpiapiso
	4	% Suavizante	1	% Resto
% "n/ Marca" en el total de Facturación	12%			
Vende Competencias de "n/ Marca"	Marcas: no vende			
Lugar "n/ Marca" en la facturación total	5°			
Lugar "n/ Marca" vs sus competencias	No vende competencia			
Expectativa de facturación "n/ Marca"	\$ 67.000			
Aspectos que sugiere mejorar	Plazos de entrega, variedades			
Otras observaciones				

5. Sistema de Gestión

Sistema Informático	RP32					
Estadísticas	<input checked="" type="checkbox"/>	Ventas Totales	<input checked="" type="checkbox"/>	Ventas por Línea		
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ventas por Vendedor	<input checked="" type="checkbox"/>	Mix por Vendedor		
	<input checked="" type="checkbox"/>	Mix por cliente	<input type="checkbox"/>	Venta por Ruta		
	<input type="checkbox"/>	Otras	Tiempo de entrega - devoluciones por vendedor			
Tiempo hasta entrega prod.	<input type="checkbox"/>	1 día	<input checked="" type="checkbox"/>	2 a 3 días	<input type="checkbox"/>	Más de 3 días
Frecuencia de Reuniones con Fuerza de Venta	<input type="checkbox"/>	Semanal	<input checked="" type="checkbox"/>	c/ 2 semanas	<input type="checkbox"/>	Otra frecuencia
Principales temas abordados en las reuniones	Ventas, precios, devoluciones, capacitación					
Otros comentarios						

6. Estadísticas ... Adjuntar estadísticas solicitadas por la empresa

<input checked="" type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No	Evolución de Cajas compradas por el distribuidor
<input checked="" type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No	Mix de "n/ Marca" por vendedor
<input type="checkbox"/>	Si	<input checked="" type="checkbox"/>	No	Mix de "n/ Marca" por zona
<input checked="" type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No	% clientes con "n/Marca" en cartera de cada vendedor

7. Otros comentarios del Coordinador / Gerente

Distribuidor muy predispuesto, con buena infraestructura, muchas ganas de potenciar la empresa, ofrece incentivos para la fuerza de ventas. Solicita material POP.

8. Apreciación de la Empresa

Avanzar en el acuerdo con este distribuidor, previamente acordar márgenes y precios de venta.

Evolución del Distribuidor

1. Datos Generales

Razón Social	Hector Igarzábal e Hijos SRL
Zona	Córdoba Capital
Coordinador	Héctor

2. síntesis

Informe de	JUNIO	Hecho por	Hector
Situación	Inicio de actividades con el distribuidor, muestra mucho entusiasmo y se ha comprometido a dar información estadística.		
Precios	En los almacenes estamos 10% debajo de la competencia, excepto en las nuevas fragancias.		
Ventas	1200 cajas		

Informe de	JULIO	Hecho por	Hector
Situación	Aún no me dieron las estadísticas, el resto de aspectos marchan bien, los preventistas fueron capacitados y mejoraron sus niveles de venta, se evalúa desarrollar un plan de incentivos para lograr cobertura.		

Precios	En algunos almacenes estamos más caros por la promoción de Productos ABC
Ventas	1650 cajas

Informe de	AGOSTO	Hecho por	Hector
Situación	El distribuidor aprobó la promoción y dio nómina de los 10 clientes más importantes. Se presentó a pre-venta resultados de rastrillaje.		
Precios	Problemas con lavavajillas. Se lanza promoción.		
Ventas	2100 cajas		



+20 años +250 proyectos