

KPI 1.

Objetivo:

Incrementar el volumen de ventas de los cinco productos con menor desempeño durante el próximo trimestre.

Insight:

Se recomienda reubicar los productos con menores niveles de venta en estanterías o zonas de mayor visibilidad dentro del punto de venta, con el fin de incentivar su exposición y aumentar las oportunidades de compra.

KPI 2.

Objetivo:

Implementar estrategias de fidelización orientadas a los clientes con mayores niveles de gasto, con el propósito de fortalecer su vínculo con la tienda y aumentar la recurrencia de compra.

Insights:

- Diseñar e implementar un programa de membresías exclusivo para clientes cuyo gasto acumulado supere los 10,000 en ventas.
- Alcanzar una tasa mínima de fidelización del 30% entre los clientes que cumplan con este criterio.

KPI 3.

Objetivo:

Aplicar campañas promocionales en productos estratégicos con el fin de replicar el crecimiento en ventas observado en los meses 3, 4, 5 y 7, manteniendo la tendencia positiva hacia el cierre del año.

Insight:

Ofrecer promociones especiales durante el último mes del año, con el objetivo de superar los 10,000 en ventas y potenciar el rendimiento comercial del periodo festivo.

Breiner Barrios.