VENTAS

Eneko Hernando Reoyo 45917799R 3º Ing. Inf. + videojuegos

Aspectos clave:

Interlocutores comerciales: Un cliente potencial puede convertirse fácilmente en un cliente. Tanto los pedidos como las entregas están asociados a un cliente. También hay proveedores involucrados.

Artículos: Los artículos se refieren a los productos en venta y se almacenan en los datos maestros. Los servicios también se definen como artículos en el contexto de los pedidos de clientes.

Proceso de ventas: El proceso de ventas consta de varias etapas, desde el pedido hasta la entrega, la facturación y el cobro.

Uso de listas de precios: SAP cuenta con 10 listas de precios predeterminadas, y se puede asignar una lista al pago correspondiente. Los precios pueden ser modificados según sea necesario.

Factura de clientes: Es el único documento obligatorio en las ventas y se registra mediante un débito y un crédito.

Pedido al cobro: El pedido del cliente indica que se debe cumplir con la solicitud, y es posible modificarlo. Los pedidos también afectan el nivel de stock. La entrega registra el envío de los productos, reduciendo así el inventario. La factura solicita el pago y registra los ingresos en la cuenta correspondiente. Una vez realizado el asiento contable, este no puede modificarse, solo anularse. El cobro es el paso final, donde se recibe el pago del cliente y se crea un nuevo asiento.

Direcciones de interlocutores comerciales: Existen múltiples direcciones de facturación y envío, y se puede elegir una como predeterminada. Cada persona de contacto tiene su propia dirección, que se extrae automáticamente del registro maestro.

Parametrizaciones: Permite establecer los valores y condiciones predeterminados, así como modificar los datos maestros según sea necesario. Las condiciones de pago, como el límite de crédito y la fecha de vencimiento, se encuentran en el menú de gestión.

Grupos de clientes: Se clasifican por sectores o tamaño, lo que facilita la organización y selección de datos.

Gestión de la relación con los clientes: Se utiliza para programar y organizar eventos relacionados con los contactos comerciales. El calendario permite visualizar y programar actividades y tareas, que también se pueden crear en el registro de datos maestros. Las actividades periódicas se pueden asignar de forma recurrente. Las campañas se utilizan para actividades de marketing, y se pueden gestionar añadiendo los datos necesarios con la ayuda de un asistente.

Oportunidad de venta: Permite gestionar el proceso de venta desde la recopilación de información hasta la vinculación con las actividades correspondientes. Las oportunidades de venta se dividen en cinco etapas: cliente potencial, primera reunión, segunda reunión, oferta y negociaciones. Cada etapa puede tener un seguimiento y se pueden visualizar en una línea de tiempo. El proceso se divide en definir etapas de venta, gestionar oportunidades y generar informes, y se puede ajustar según sea necesario.

Oferta de ventas: Las ofertas provienen de oportunidades, campañas o actividades y se utilizan para informar, pero no son vinculantes. Cuando se acepta una oferta, se copia en un pedido al cliente.

Automatización del proceso de ventas: Al registrar artículos en un pedido, se verifica automáticamente la cantidad disponible. Al confirmar el pedido, el personal del almacén filtra los pedidos, selecciona los artículos para la entrega, los pasa por el embalaje y registra la entrega. La ficha de datos de inventario permite visualizar todos los detalles necesarios del inventario en cualquier momento.

Verificación de disponibilidad: Existen dos opciones, la verificación de disponibilidad estándar que verifica automáticamente la cantidad en stock, y la verificación de cantidad ATP avanzada, que ofrece opciones adicionales como la creación de líneas de programa y la confirmación de fechas de entrega y disponibilidad. El informe de disponibilidad muestra la disponibilidad de un artículo y comprueba todos los documentos que afectan su cantidad en inventario. La verificación ATP se puede activar en la ficha de parametrizaciones del documento.

Herramienta para reprogramar entregas: Permite reprogramar las entregas y solo puede ser utilizada por usuarios autorizados.

Responsable de efectuar el picking: Los colectores se encargan de preparar el envío y generar las entregas a partir del picking. Después del picking, se puede centralizar el embalaje.

Asistente de creación de documentos: Permite ejecutar un lote de documentos a la vez, recopilando líneas de documentos y generando facturas de clientes.

Documentos de corrección: Se utilizan para procesar artículos devueltos después de una entrega. El abono del cliente se utiliza para realizar correcciones una vez que se ha emitido la factura.

Devolución: Se realiza cuando un artículo está dañado o no cumple con la calidad esperada. Para modificar la entrega, se utiliza un documento de anulación. Esto aumenta la cantidad de artículos en el almacén y se genera un asiento contable para contabilizar las mercancías.

Re-entrega: Se crea después de que los artículos devueltos hayan sido procesados y vuelve a abrir el pedido del cliente, lo que facilita la transparencia y gestión.

Prerrequisitos: Es necesario realizar las parametrizaciones con anticipación. Los intercambios por líneas negativas permiten otorgar crédito a los documentos sin necesidad de utilizar un abono. En la mayoría de los documentos, se pueden utilizar importes negativos para hacer correcciones en documentos de marketing.

Documentos de cancelación: Al cancelar un documento de marketing, se crea un nuevo documento de cancelación y el estado pasa a ser "Cerrado-Cancelado". Esto ahorra tiempo y permite volver a abrir los documentos después de la cancelación.