

CASO DE NEGOCIO DE PROYECTO

IMPLEMENTACIÓN DE INDICADORES DE RENDIMIENTO EN EL ÁREA DE LA EMPRESA PHYMED

PHyMED S.R.L.

Avenida La Molina 567, Lima - Perú, 15012

Versión: 0.0.1

Fecha: 13/10/2024

RESUMEN EJECUTIVO

Phymed S.R.L. es una empresa líder en la comercialización de equipos médicos y de rehabilitación con más de 27 años de experiencia en el mercado. Aunque la empresa se destaca por ofrecer productos de alta calidad y un servicio técnico especializado, enfrenta dificultades en el área de ventas que limitan su crecimiento. La falta de herramientas para medir el rendimiento de ventas, una gestión de clientes desorganizada y la ausencia de indicadores clave de rendimiento (KPIs) afectan la capacidad de la empresa para tomar decisiones basadas en datos, lo que impacta en la competitividad del negocio.

El presente caso de negocio propone la implementación de un sistema de KPIs en el área de ventas de Phymed, con el objetivo de mejorar la eficiencia operativa, optimizar los procesos de ventas y fidelizar a los clientes. A través de herramientas como Power BI, se busca monitorear en tiempo real el desempeño del equipo comercial, identificar oportunidades de mejora y tomar decisiones más informadas. Esto permitirá a Phymed no solo incrementar sus ingresos, sino también mejorar la satisfacción del cliente y su participación en el mercado.

GIRO DEL NEGOCIO

Phymed se especializa en la comercialización de equipos médicos y estéticos, incluyendo productos para la rehabilitación física y tratamientos dermatológicos, trabajando con marcas reconocidas a nivel mundial.

MISIÓN

Exceder las expectativas de nuestros clientes, con un servicio de calidad y especialistas de alto nivel, generando vínculos sólidos de confianza..

VISIÓN GENERAL

VISIÓN

¡Ayudamos a crear Bienestar!

OBJETIVO ESTRATÉGICO

El objetivo estratégico de Phymed es mejorar el desempeño del equipo de ventas mediante la implementación de KPIs que permitan un monitoreo continuo y ajustado

de las metas comerciales. A través de esta iniciativa, se busca aumentar los ingresos anuales, mejorar la retención de clientes y optimizar los procesos de ventas.

EL CASO DE NEGOCIO

PROPÓSITO DEL CASO DE NEGOCIO

El propósito de este caso de negocio es justificar la inversión en la implementación de KPIs para el área de ventas de Phymed. Esto permitirá mejorar la eficiencia operativa, incrementar los ingresos y garantizar una mejor toma de decisiones basada en datos.

¿Preguntas específicas que respondería este caso de negocio para Phymed?

- ¿Cuál es el problema actual del área de ventas en Phymed?
La falta de indicadores clave de rendimiento (KPIs) ha generado desorganización en la gestión de ventas y clientes. No hay un seguimiento detallado del desempeño de los vendedores, lo que impide la identificación de oportunidades de mejora y limita la capacidad de tomar decisiones informadas.
- ¿Cómo afectan estas deficiencias a la rentabilidad de la empresa a largo plazo?
La ausencia de KPIs afecta la competitividad de Phymed, lo que puede llevar a una pérdida de clientes, reducción en los ingresos y dificultad para posicionarse como líder en el mercado de equipos médicos.
- ¿Cuál es la solución propuesta para mejorar el área de ventas?
Implementar un sistema de KPIs que permita medir y monitorear el rendimiento de ventas en tiempo real, utilizando herramientas como Power BI. Esto incluirá indicadores como el crecimiento de ventas, participación de mercado, valor promedio de venta, retención de clientes y análisis del embudo de ventas.
- ¿Cuánto costará implementar esta solución?
Se estima que la implementación de KPIs tendrá un costo inicial que incluye la adquisición de software (Power BI), capacitación del personal y la integración de la plataforma con los sistemas existentes de Phymed. Se espera un retorno de inversión a medio plazo, basado en el aumento de ingresos y la mejora en la gestión de clientes.
- ¿Cómo se medirá el éxito de esta iniciativa?
El éxito se medirá a través de:
 - Incremento de ingresos: Evaluación del crecimiento de ventas comparado con períodos anteriores.
 - Mejora en la satisfacción del cliente: A través de encuestas post-venta y la retención de clientes.
 - Reducción de tiempos en el ciclo de ventas: Monitoreando la eficiencia de los vendedores y la duración del proceso de venta.