

Reporte Incidencias de Producto y Servicio

El reporte de incidencias resulta de la información que el GN levanta en campo durante su frecuencia de visitas de un total de 1321 clientes puntos azules.

Y se detallan de la siguiente manera :



Grupo Lucky
Comunicación Estratégica
e Información de Marketing

Incidencias de Producto

Tamaño pollo

Pollo golpeado

**Merma
(tripa cargada)**

**Producto
diferente**

Mortalidad



Grupo Lucky
Comunicación Estratégica
e Información de Marketing

Incidencias de Servicio

Horario de entrega

Servicio del vendedor

Servicio de despacho

Beneficio del distribuidor

Pedido incompleto



Grupo Lucky
Comunicación Estratégica
e Información de Marketing

Reporte de Ventas



Grupo Lucky
Comunicación Estratégica
e Información de Marketing

Definición:

Las ventas nos mostrará la participación de las marcas en el mercado. Cabe recalcar , que en este caso, el universo está determinado por todos los clientes azules que se visitan (1321).

El mercado total , es la suma de todas las ventas del mercado, esto se mostrará en todas las láminas con la intención de comparar el porcentaje de participación de la marca frente a los diferentes indicadores presentados (zonas, nivel y distribuidora)

La información levantada en ventas es en base a la observación del GN y en base a las preguntas que le hace al cliente picador (referencial)

REPORTE DE VENTAS



El equipo generador de negocios se encarga de levantar información de precios y ventas de sus clientes . La información se recoge de acuerdo a las frecuencias de visitas y mercados asignados a cada generador.

PEDIDO (6:00 am) se le pregunta al cliente cuántas jabas a pedido a San Fernando y de otras marcas (cifra se convierte a unidad de pollo)

INGRESO : Se le pregunta al cliente del total de jabas que pidió, cuántas de ellas llegaron . El ingreso debería ser igual al pedido siempre . A menos que exista un periodo de recorte de pedidos en el mercado debido a la escasez del producto, u otros factores.

VENTAS : Es el resultado de preguntar al cliente , cuántas jabas vendió en el día.

SALDO : Aquí se debe colocar la cantidad de pollos que quedan al momento de cerrar el levantamiento de información (2:00 pm).
(SALDO = INGRESOS – VENTAS)

Reporte de precios



Grupo Lucky
Comunicación Estratégica
e Información de Marketing

Reporte de precios de pavita

- El reporte de precios de pavita nos muestra información de 4 mercados por zona (Este, Norte, Sur, Centro y Callao) Estos mercados cambian según la frecuencia de visita del GN. Se levanta información del precio mínimo y precio máximo al consumidor final de la marca San Fernando y de la competencia. Los precios se levantan de 26 cortes diferentes de pavita.



Reporte de precios de pollo

- El reporte de precios resulta del levantamiento de información de los mercados que pertenecen al plan de integración (“Mercados azules”) Estos mercados son recorridos por los GN en diferentes frecuencias de visita (interdiaria y cada 4 días).
-
- Los precios de este reporte pertenecen tanto a PDV azules como blancos.
-
- El precio de KG de pollo que marca un mercado se obtiene del promedio simple de los precios de los puntos azules y blancos que conforman un mercado.
-
- Para obtener los precios que figuran en este reporte el GN pregunta al picador ¿a cuánto vende el KG de pollo?
-
-

Reporte fotográfico



Grupo Lucky
Comunicación Estratégica
e Información de Marketing

El reporte fotográfico es la documentación visual de las incidencias que acontezcan en el campo y merezcan ser recogidas. En la actualidad, ha sido útil para mostrar básicamente las incidencias de producto.

El generador , cuenta con un equipo nextel con el que toma fotografías de las incidencias de producto que encuentra en el mercado.

El generador coloca el nombre del cliente, el mercado al que pertenece y una breve descripción del detalle de la incidencia.

Estas fotografías llegan en línea al servidor de la empresa. Se recopilan por semana. Y se clasifican por tipo de incidencia. Para finalmente hacer entrega del informe.

