

Requerimientos Laboratorio

Estimado,

De acuerdo a lo conversado hoy por la mañana te señalo los requerimientos generales planteados por el gerente comercial, los Brand Managers de las marcas y gerente de marketing.

Actualmente sus sistemas operacionales está soportados por el ERP QAD y toda la gestión comercial se realiza extrayendo los datos desde las tablas del ERP y cada gestor de negocios satisface sus propios requerimientos de gestión. Tardan mucho tiempo en cada "planilleo"

Esta compañía tiene una estructura está conformada por las siguientes **divisiones**:

- Cosmética
- Consumo Masivo
- Farmacéutico
- Exportaciones
- Maquila

Ejemplo de productos en consumo masivo:

- Preservativos
- Endulzantes, etc.

Estos tipos de productos componen una **"familia"** y los análisis de ventas se pueden descomponer por los **principios activos o por análisis de presentación** ejemplo (tabletas, líquidos o polvos).

Ejemplo típico manifestado de gestión, poder realizar un análisis de ventas, costos, cliente en función del tiempo (Año, Trimestre, Semana, Día).

Para cada división se requiere analizar las ventas por familia, producto y margen de contribución. Es muy importante determinar rentabilidad por cliente, definir estados de resultados por:

- Cliente
- Familia
- Producto
- División

Los tipos de clientes son:

- Farmacias
- Supermercados
- Tiendas por departamento
- HORECA (Hoteles, restaurantes y casinos)
- Mayoristas
- Comercio Internacional
- Petrol
- Licitaciones
- Comercio electrónico

La relación con los clientes se realiza en dos formas

- SELL OUT (B to B)
- SELL IN (Facturación)

Los clientes pertenecen a distintos clusters, ejemplo supermercados (Hiper, Medianos, Pequeños)

En los puntos de ventas existe personal del laboratorio que se dedican a promocionar productos o a reponer estos, es importante determinar los costos asociados a las campañas de marketing en función del tiempo por zonas geográficas. Determinar rentabilidad por cliente, zona, promotores por ejemplo.

El cluster farmacéutico presenta una complejidad ya que para ellos es muy importante medir el índice de recetabilidad de los médicos y las compras en los Drugstores, Multifuncionales y las cadenas tradicionales

Importante medir índice de recetabilidad de los visitantes asociados a los médicos que componen su cartera.

El cluster cosmético se divide en:

- Multitienda ©
- Perfumerías©
- Supermercados
- Farmacias ©

© significa aquellos locales que cuentan con consultoras o maquilladoras propias.

Cada división posee un presupuesto tanto de ventas como de gastos y hay que medir el presupuesto de ventas en función de familia/producto y el de gastos a nivel de ítem. Las ventas son sencillas de medir ya que se realiza en función de unidades y de valor.

Un producto contiene las siguientes relaciones:

- Forma
- Familia
- Marca
- Tipo de producto
- Principio Activo
- Condición de Venta

Ejemplo de tipo de producto:

- De línea
- Promoción
- Regalo