	GESTIÓN COMERCIAL		Código	
			GM-DC-002	
	Fecha De Vigencia	24/06/2021	Versión 2	Página 1 de 3

1. Objetivo

Este documento tiene como propósito establecer los pasos a seguir para la gestión comercial desde la publicación hasta la captación del prospecto.

2. Alcance

Este procedimiento aplica a todos los medios de comunicación y captación de información de personas y/o empresas interesadas en los servicios y/o productos.

3. Referencia Normativa

ISO 9001

4. Definiciones

Para efectos de la interpretación de este documento, se aplicarán las siguientes definiciones:

Cliente prospecto: es decir, aquellas personas o empresas con las que todavía no hemos iniciado una relación comercial pero que son potenciales compradores

Cliente: Un cliente es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor.


Redes sociales. Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de usuarios que están relacionados de acuerdo a algún criterio.

Marketing. Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un servicio y/o producto.

5. Contenido

5.1 Publicación de servicios

PASO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REGISTRO
1	La directora administrativa se reúne con el personal o persona responsable de actividades comerciales para realizar campaña comercial.	Director administrativo	Acta
2	Se define el alcance de la propuesta y los objetivos, se dispone al líder comercial y líder de desarrollo para el apoyo en la gestión.	Director administrativo	Acta
3	Se define el medio de comunicación y el Líder de desarrollo se dispone a realizar las publicaciones, previo informa el costo de la publicación para	Líder de desarrollo	Calendario publicitario

	GESTIÓN COMERCIAL		Código	
			GM-DC-002	
	Fecha De Vigencia	24/06/2021	Versión 2	Página 2 de 3


PASO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REGISTRO
	que esta sea autorizada.		
4	En el plan de mercadeo se debe asegurar que cada producto y/o servicio cuente con su campaña comercial. El responsable de planificar la campaña es el director administrativo.	Director administrativo	Calendario publicitario
5	Las campañas deben contar con las características medibles como pautas en redes sociales, posicionamiento en pagina web, pautas de YouTube y correos masivos.	Director administrativo	Calendario publicitario
6	El análisis de las campañas se realizará de forma mensual o a consideración de la directora administrativa.	Líder de desarrollo Director administrativo	Análisis de campaña
7	Se presenta el diseño y publicación que será puesta en marcha y esta es aprobada, en caso de no serlo se rediseña la publicación y se pasa nuevamente.	Líder de proyectos	Piezas publicitarias
8	El líder de desarrollo es el encargado de revisar periódicamente que la publicación esté funcionando e informar los resultados.	Líder de desarrollo	Acta

5.2 Medios de contacto con el cliente.

El cliente puede solicitar información por medio del sitio web, via telefónica, correo electrónico, chat web o por WhatsApp en referencia a los diferentes servicios que ofrece Firma CalidadSG S.A.S.

El director de proyectos realiza la recepción de la información y se comunicará con el cliente en un tiempo menor a 24 horas, eso dependerá del medio de comunicación, se realiza el registró de la información de contacto en el formato PROSPECTOS DE SERVICIO GM-FR-004 debido a que es una persona interesada aún no se podrá considerar cliente. Se realizará el seguimiento y se identificarán los requerimientos específicos y/o necesidades teniendo en cuenta los siguientes criterios.

- Objetivo del servicio y/o producto
- Alcance del servicio y/o producto
- Recursos físicos y humanos

	GESTIÓN COMERCIAL		Código	
			GM-DC-002	
	Fecha De Vigencia	24/06/2021	Versión 2	Página 3 de 3

- Riesgos de fallo
- Costos directos e indirectos del proyecto

Después de analizado los criterios se da paso a enviar la cotización la cual tendrá las características necesarias para que el cliente acepte.