



Sector Ventas – Gran Consumo (bebidas)

Nivel 4,5

Temáticas Dirección estratégica de ventas Gestión de equipos de ventas Marketing de producto

Modalidad Equipos Competitivo

Tiempo 15 a 18 horas

Descripción

SalesManager reproduce el escenario competitivo de seis empresas que fabrican y comercializan bebidas no alcohólicas. Todas ellas empiezan la simulación en la misma posición competitiva.

Cada equipo participante asume el papel de Gerente de Ventas de la Región, dirigiendo un equipo de 5 vendedores.

En el mercado existen **tres segmentos de demanda** (jóvenes, adultos y deportistas), a los que la empresa ofrece **tres tipos de productos** (refrescos, isotónicas y zumos). Cada uno de estos segmentos tiene preferencias distintas y toma su decisión de compra en función de factores diferenciados (precio, marca, canal de venta).

Por otra parte, existen **tres canales de comercialización** (Institucional, Tiendas y Gran Superficie), que imponen diferentes exigencias en cuanto a rentabilidad, y que requieren diferentes niveles de servicio. Dentro de cada canal de comercialización hay **tres tipos de clientes** (A,B y C), según su volumen de compra y rotación de productos.

Los participantes deberán tomar decisiones sobre:

- Precios: fija el precio de venta de cada producto.
- Descuento al canal: comisión cedida al canal de venta.
- Promoción en punto de venta: para mejorar la visibilidad del producto.
- Promoción al canal: para mejorar la imagen de marca.
- Asignación de vendedores: responsabilidad de cada vendedor por canal y tipo de cliente.
- Incentivos a los vendedores: remuneración en función de las ventas.
- Capacitación: formación a los vendedores para mejorar sus resultados.
- Motivación: acciones de motivación para los vendedores.