


Simulador	
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	<p>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.</p> <p>Cada equipo participante asume el papel de Gerente de Ventas de la Región, dirigiendo un equipo de 5 vendedores.</p> <p>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).</p> <p>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.</p> <p>Los participantes deberán tomar decisiones sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.

