

	Distribuidores de Lubricantes y Combustibles Districol Ltda.		Código: PR-GM-01
	Proceso de Mercadeo Procedimiento de estrategias de venta		Fecha: 01/03/2024
			Versión: 0

REV	FECHA	ELABORÓ	REVISÓ Y APROBÓ	DESCRIPCIÓN
0	01/03/2024	Gestión de Mercadeo	Gestión de Calidad	Versión original

	Distribuidores de Lubricantes y Combustibles Districol Ltda.	Código: PR-GM-01
	Proceso de Mercadeo Procedimiento de estrategias de venta	Fecha: 01/03/2024
		Versión: 0

1. OBJETIVO

Realizar estrategias para aumentar el volumen de ventas, sostenerlo y generar recordación de las marcas Mobil y Terpel representadas por la empresa Districol Ltda. a través de eventos, promociones y activaciones.

2. ALCANCE

Inicia con el análisis con proyección de inversión en relación al volumen de compra del cliente y finaliza con el seguimiento al contrato de inversión.

3. RESPONSABLES

- **Gestión de Mercadeo**

4. NORMATIVIDAD

4.1 NORMATIVIDAD

- Lineamientos de mercadeo establecidos por la Organización Terpel.
- Normas para aglomeración de público.
- Ley 1480 de 2011, Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.

5. DEFINICIONES Y TÉRMINOS

- **RECOMENDADOR:** Persona encargada de promocionar las marcas Mobil y Terpel en los distintos puntos de venta
- **BTL (Below the line):** tomado del inglés “bajo la linea”, se refiere a las distintas tácticas y estrategias utilizadas para hacer promociones de los productos Mobil y Terpel, en los puntos de venta del cliente.
- **MERCHANDISING:** Estrategia de promoción de un producto o una marca para influir en la decisión de compra del consumidor
- **HIPOP y POP:** Documentos que ofrecen servicios de ingeniería y ofertas de valor, promoviendo la generación de ahorros en clientes, principalmente incentivando el consumo de productos de las marcas Mobil y Terpel.

	Distribuidores de Lubricantes y Combustibles Districol Ltda.	Código: PR-GM-01
	Proceso de Mercadeo	Fecha: 01/03/2024
	Procedimiento de estrategias de venta	Versión: 0

6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

6.1 DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO

La empresa Districol Ltda., bajo la dirección del proceso de Gestión de mercadeo, plantea el siguiente documento para llevar a cabo el procedimiento de planes de inversión el cual se describe a continuación:

No.	Desarrollo de la actividad	Responsable	Punto de control
1	Establece plan de mercadeo con el detalle de las estrategias y tácticas de venta. Nota 1: Las estrategias establecidas buscan que el recomendador en punto, sugiera el consumo de las marcas distribuidas por Districol Ltda. Nota 2: Tácticas segmentadas para llegar a consumidor final – BTL.	Dirección de Mercadeo	FOR-GM-03 Plan de mercadeo Plan de ventas
2	Segmenta el mercado y define los lugares donde se implementarán las actividades de mercadeo. Nota 1: Las actividades de mercadeo que se realizan son: eventos, activaciones y promociones.	Dirección de Mercadeo	FOR-GM-03 Plan de mercadeo Plan de ventas
3	Identifica el potencial de convocatoria para determinar el número de asistentes y el impacto que generará cada actividad a desarrollar. Nota 1: El número de asistentes se calcula con base al histórico de los indicadores. Nota 2: Es relevante que desde el equipo comercial se confirme el número de asistentes aproximado del evento en las fechas establecidas con 15 días de anticipación para eventos B2C y 1 mes de anticipación para eventos B2B.	Dirección de Mercadeo	FOR-GM-03 Plan de mercadeo Plan de ventas
4	Identificación de lugar para llevar a cabo la actividad de mercadeo.	Dirección de Mercadeo	FOR-GM-03 Plan de mercadeo

	Distribuidores de Lubricantes y Combustibles Districol Ltda.	Código: PR-GM-01
	Proceso de Mercadeo	Fecha: 01/03/2024
	Procedimiento de estrategias de venta	Versión: 0

No.	Desarrollo de la actividad	Responsable	Punto de control
			Plan de ventas
5	Obtención del material merchandising y POP, para la compra de los insumos remitase al procedimiento PR-GPR-01 Compras. Nota 1: Eventos que requieran locación para invitados implica hacer gestión de la logística del evento relacionado con suministro de alimentos, distribución de espacios, contratación de terceros, etc.	Dirección de Mercadeo	FOR-GPR-01 Solicitud de compra FOR-GPR-02 Orden de compra Material de merchandising y POP
6	Realización del evento.	Equipo de Mercadeo	Evidencias fotográficas Listas de asistencia
7	Retroalimentación e informe del evento realizado. Nota 1: el informe de mercadeo del evento realizado debe ser enviado a Dirección comercial para evaluar gestión de las dos áreas y dar continuidad al objetivo de la actividad.	Dirección de Mercadeo	Informe de mercadeo
8	Verificar el impacto y crecimiento en ventas de productos, de acuerdo a las actividades de mercadeo realizadas.	Dirección de mercadeo	Informe de ventas con detalle de estadísticas por zonas y producto.

	Distribuidores de Lubricantes y Combustibles Districol Ltda.		Código: PR-GM-01
	Proceso de Mercadeo Procedimiento de estrategias de venta		Fecha: 01/03/2024
			Versión: 0

7. CONTROL DE REGISTROS

Código	Nombre	Responsable	Almacenamiento	Acceso	Retención	Disposición final
PR-GM-01	Estrategias de venta	Gestión de mercadeo	Digital	Gestión Calidad	5 años	Conservación