

Plan comercial de crecimiento incluyendo nueva metodología de S&OP y estrategia de distribución

Resultados de alto impacto.

INFORMACIÓN DEL CLIENTE

INDUSTRIA
Consumo masivo

CLIENTE
Operación local de multinacional de alimentos

SERVICIOS
Estrategia comercial

SITUACIÓN Y DIAGNÓSTICO

Luego de la adquisición de 4 importantes operaciones locales, una compañía multinacional líder comienza a enfrentar desafíos internos y externos que afectan a sus resultados.

La compañía se veía en la necesidad de revisar su plan comercial, así como también, estructuras organizacionales clave y procesos dentro del área comercial. Asimismo, era necesario revisar interfaces clave entre los equipos de Operaciones, Comercial y Planeamiento..

SOLUCIÓN RECOMENDADA

Plan de mejora integral para el área comercial con foco en los siguientes aspectos:

- Forecasting e indicadores de gestión comercial:
 - Desarrollo de un nuevo modelo de forecasting, involucrando áreas clave de la compañía (ventas, marketing, operaciones, planeamiento financiero).
 - Desarrollo de nuevos indicadores clave para la gestión comercial.
- Distribución y logística:
 - Desarrollo de indicadores de nivel de servicio. Mapeo de iniciativas de mejora y dimensionamiento de oportunidades en base a los indicadores.
- Estructura organizacional:
 - Revisión de la estructura organizacional con foco en reducción de costos y efectividad de ventas.
 - Roles y funciones de los nuevos puestos dentro del área comercial.
- Metas e incentivos:
 - Revisión de mark-ups, esquemas de incentivos y precios por distribuidor.
 - Cascada de metas y asociación de incentivos para el equipo comercial.
- Modelo de gestión:
 - Definición e implementación de nuevas reuniones semanales / mensuales.

RESULTADOS DE ALTO IMPACTO

Impacto en resultados anuales totalizaron \$30 M anuales (30% del Ebitda baseline):

- Nuevo modelo de forecasting: \$12 M en resultados por incremento en las ventas (12% del Ebitda baseline).
- Iniciativas de distribución y logística: \$6 M en el año en resultados por incremento en ventas y reducción de costos (6% Ebitda baseline).
- Nueva estructura organizacional para el área comercial: ahorro de costos de \$12 M por año (12% del Ebitda baseline).