

Cómo construir una sólida base de TPM, TPO y RGM

En el mundo de los bienes de consumo masivo, las promociones son una forma vital de aumentar las ventas e impulsar el crecimiento.

Sin modelos precisos de base y de aumento, puede ser casi imposible medir la efectividad de las promociones históricas y aplicar lecciones aprendidas a futuras promociones.

Contar con modelos precisos y actualizados de base y de aumento es vital en el entorno económico actual

La estrategia comercial adecuada debe incluir modelos de base y de aumento listos para usar y precisos con el fin de:

- ✓ Desarrollar un pronóstico integral, que incluya todo el consumo, ya sea que exista una promoción o no.
- ✓ Generar planes de promoción optimizados.
- ✓ Manipular un plan promocional y cuantificar el impacto en las ventas planificadas.
- ✓ Simular escenarios de promoción.
- ✓ Calcular el ROI global de los eventos comerciales.
- ✓ Realizar análisis de elasticidad de precios bajo demanda.

Tu equipo necesita más que simples hojas de cálculo desarticuladas

Los modelos son más precisos cuando se crean a un nivel granular, pero los usuarios deben poder actuar a un nivel superior. La gestión de hojas de cálculo en un entorno en constante cambio ya no es práctica ni precisa. Se necesitan modelos precisos, junto con la interfaz de usuario para utilizar y actuar sobre esos modelos.

— **Un modelo de base** proyecta las ventas que esperarías ver en ausencia de promociones comerciales.

— **Un modelo de aumento** es un modelo estadístico que predice el aumento esperado en las ventas de una promoción, teniendo en cuenta factores específicos del cliente como el descuento de precio y las tácticas.

Los modelos no son estáticos. Cómo mantener modelos sólidos:

— **01 Entrenarlos regularmente:** A medida que tus datos cambian, también lo hará la precisión del modelo; por lo tanto, es necesario entrenar constantemente los modelos para tener en cuenta las cambiantes condiciones del mercado.

— **02 Monitorear la calidad de los datos:** La calidad de los datos tendrá un impacto dramático en la precisión de tus modelos. Por eso es esencial monitorear constantemente los errores y los valores faltantes.

— **03 Mantener tus modelos actualizados:** A medida que se introduzcan nuevas variables, será necesario actualizar los modelos de aumento.

Los modelos de base y de aumento precisos influyen en tu estrategia de gasto comercial.

Al utilizar tanto el modelado de base como el de aumento, puedes optimizar tus planes promocionales para obtener el máximo retorno de la inversión (ROI).

Para **TPM** esto significa:

Entregar un pronóstico integral de consumo y permitir que tu equipo de ventas introduzca variables promocionales y tenga una proyección sólida de ventas, gastos y ROI.

Para **TPO** esto significa:

Construir la base para la optimización para que tus planes reflejen la combinación óptima de precio, producto, frecuencia y táctica.

Para **RGM** esto significa:

Contar con modelos de elasticidad de precios actualizados al alcance de tu mano para permitir una rápida acción, es vital en el entorno cambiante de hoy en día.

¿Buscas mejorar tu estrategia de gasto comercial?

Con CPGvision, obtienes control y te mantienes a tono en los cambios económicos y del comportamiento del consumidor. Estarás completamente equipado con datos en tiempo real que te permiten gestionar, comprender y optimizar tu gasto comercial y precios.

Contáctanos a sales@cpgvision.com para más información