

La diferencia entre TPM y TPO

Domina el mundo de las promociones comerciales. Aprende las diferencias y similitudes entre la gestión de promoción comercial y la optimización para mejorar tu estrategia de marketing.

En la industria de bienes de consumo masivo, acrónimos confusos como TPM, TPO, TPx y RGM, son habituales, especialmente cuando se trata de gestión comercial. Pero ¿qué diferencia a estos términos? Hoy vamos a profundizar en las distinciones entre la gestión de promoción comercial (TPM) y la optimización de promoción comercial (TPO).

En resumen, TPM y TPO son componentes de TPx, siendo la principal diferencia su enfoque: TPM es más transaccional, mientras que TPO es más analítico. Sin embargo, esta explicación es bastante rudimentaria.

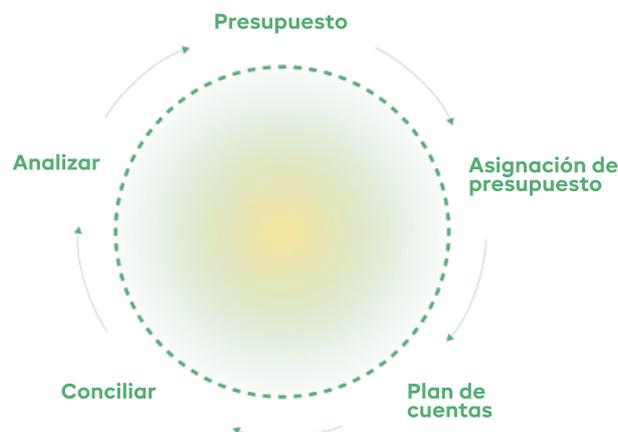
Vamos a investigar los detalles para tener una imagen más clara.

¿Qué es la gestión de promoción comercial (TPM)?

TPM comprende una variedad de tareas que giran en torno al análisis, presupuestación, planificación y alineación de los gastos comerciales de una empresa. El objetivo principal es aumentar las ventas y la rentabilidad al mismo tiempo que se mejora la productividad de los equipos de ventas y finanzas, se tienen acumulaciones precisas de responsabilidades financieras y se asegura que el gasto comercial sea validado y las deducciones se liquiden rápidamente.

Componentes de TPM

TPM implica un proceso sistemático que abarca varias etapas o componentes, cada uno desempeñando un papel vital en el rendimiento y éxito general de la promoción. El gráfico a continuación ilustra el ciclo típico de TPM:



Entender y gestionar estos componentes de manera efectiva puede aumentar la productividad, ayudar a incrementar las ventas, mejorar la rentabilidad y fortalecer las relaciones con los minoristas.

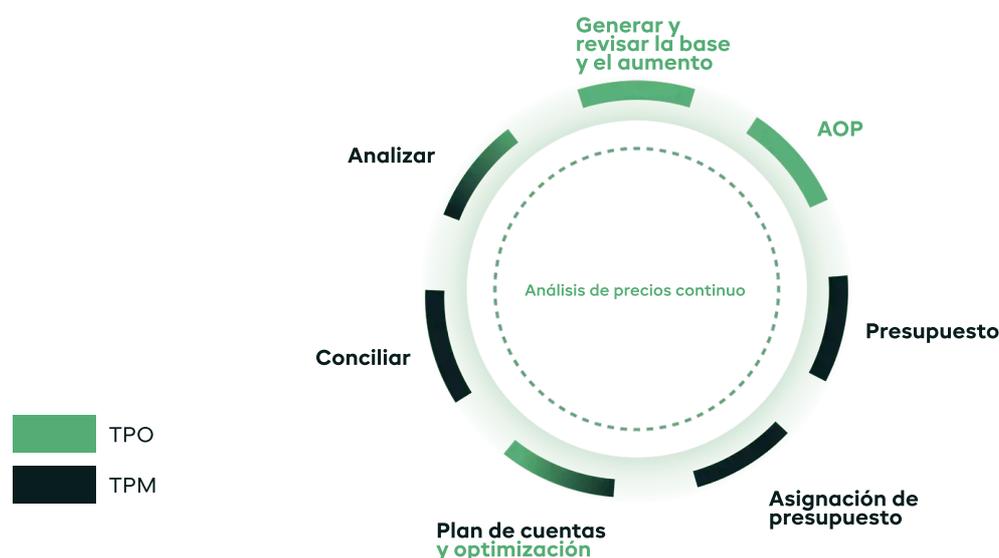
- **Presupuesto y asignación:** Generar presupuestos comerciales y asignarlos a cuentas específicas para crear el plan promocional.
- **Planificación de promociones y pronóstico:** Comenzar con una línea base, planificar el calendario promocional para cada cliente minorista y generar un plan de negocios integral que incluya ventas, gastos y beneficios. Las mejores soluciones de TPM proporcionarán un pronóstico preciso y completo de ingresos, beneficios, volumen y gastos a lo largo de un año fiscal.
- **Ejecución:** La fase de ejecución de TPM es donde la promoción cobra vida. Durante esta fase, deberás comunicar la promoción a los minoristas, proporcionarles los materiales necesarios y hacer un seguimiento de los resultados.
- **Conciliación:** Conciliar el gasto con la actividad, validar y realizar conciliaciones financieras en el sistema para equilibrar las deducciones realizadas por estos gastos.
- **Evaluación:** La fase de evaluación de TPM es donde analizarás la efectividad de la promoción e implementarás sugerencias de mejora. Durante esta fase, deberás recopilar datos sobre la promoción, analizarlos y hacer recomendaciones para futuras promociones.

Si bien muchas empresas aún gestionan TPM en hojas de cálculo, a medida que una empresa crece, esto se vuelve cada vez más difícil. Una sólida solución de software de TPM puede ayudar a automatizar tareas comerciales como la creación de promociones, aprobaciones y gestión de deducciones, al tiempo que proporciona la información adecuada para tomar decisiones más inteligentes.

CPGvision tiene muchas ventajas adicionales, incluida la capacidad de colaboración interfuncional en la aplicación para que todos operen consistentemente desde una única fuente y toda la comunicación permanezca dentro de los registros correctos. También, la utilización de inteligencia artificial (IA) permite generar pronósticos más precisos y completos. En última instancia, todo el sistema proporciona una mejora en el retorno de la inversión (ROI), el gasto comercial y en la productividad. CPGvision se considera la combinación más sólida de funcionalidad y facilidad de uso entre los softwares de TPM.

¿Qué es la optimización de promoción comercial (TPO)?

TPO se distingue de TPM por su énfasis en el análisis predictivo. Utiliza tecnologías de inteligencia artificial para recomendar promociones más eficientes y emplea modelado de escenarios para formular planes con una mayor probabilidad de lograr los objetivos establecidos.



¿Existe un solapamiento entre TPM y TPO?

Sí, puede haberlo. **Generalmente, los análisis incorporados en TPM tienden a centrarse más en decirnos qué sucedió, y TPO se centra más en decirnos qué ocurrirá o podría ocurrir.**

CPGvision emplea un sistema de protección muy sólido para garantizar que los planes que se generan sean realistas y cumplan con las reglas tanto del fabricante como del minorista; esto se llama optimización basada en restricciones y es crucial en cualquier TPO. El gráfico anterior ilustra el ciclo de TPM y TPO trabajando juntos.

Cuando se utiliza la plataforma CPGvision, también incorporamos análisis predictivos en TPM. Esto realmente ayuda a generar pronósticos fiables y completos. Los usuarios pueden formular predicciones y estrategias dentro de TPM, pero el sistema no está diseñado intrínsecamente para sugerir la optimización del plan; aquí es donde la utilidad de TPO se vuelve importante.

Ten cuidado con estos errores comunes sobre TPO:

Ciertas compañías pueden etiquetar sus ofertas como soluciones de TPO, cuando en realidad se trata simplemente de simples análisis dentro de un sistema TPM robusto.

Al evaluar sistemas de TPO, mantente alerta y evita ser desviado.

El simple hecho de generar factores base y de aumento o crear paneles de ROI no necesariamente califica a un sistema como TPO; curiosamente, estas funcionalidades son parte integral del TPM de CPGvision.

Incluso hemos visto a un proveedor afirmar esto como una diferencia:

"En TPM, la dimensión de producto más probable que veas son las **ventas por cajas (envíos)** para tu cartera de productos. En TPO, los envíos siguen presentes, pero se añaden **unidades y datos de consumo (punto de venta/POS)**."

Espera un momento...

Desde nuestra perspectiva, un sistema competente de TPM debería tener la **capacidad de procesar y armonizar datos de cajas, unidades, ventas y beneficios**, independientemente de si son datos de ventas (envíos), ventas al distribuidor (sell-through) o ventas al consumidor final (POS). Tener esta característica no categoriza automáticamente un sistema como TPO.

Veamos otro elemento distintivo sugerido por nuestros competidores:

Ellos afirman que "el pronóstico de ventas en TPM, típicamente estimaciones basales y promocionales de envíos, es un proceso manual. Los planificadores utilizan gestión de datos históricos, ventas, resultados de promociones pasadas, etc., para decidir cuál debería ser el pronóstico".

¿No debería un buen sistema de TPM permitir pronósticos predictivos? Si tu TPM está construido sobre un modelo fundamental adecuado, como CPGvision, lo hará.

Si bien el TPO se puede gestionar sin un software específico, puede ser desafiante manejarlo, carecer de granularidad y ser difícil de integrar en una herramienta TPM transaccional. Al considerar soluciones de TPO, busca un software potente capaz de manejar y gestionar tareas eficientemente de manera continua.

¿Qué define a una solución de TPM y TPO?

Un verdadero sistema de TPO debe utilizar modelos de aprendizaje automático (ML) e inteligencia artificial (IA) para:

- Generar factores base y de aumento a nivel de Cuenta/SKU/Semana
- Sugerir promociones
- Generar planes
- Ejecutar escenarios iterativos
- Emplear optimización basada en restricciones: este puede ser uno de los elementos más importantes en cuanto a la capacidad de implementar planes optimizados. La optimización basada en restricciones simplemente significa que estás dando al sistema de TPO una regla que debe cumplir al sugerir promociones y planes.

Estas pueden variar desde la frecuencia, profundidad y cantidad de promociones, hasta definir márgenes aceptables tanto para el fabricante como para el minorista, y establecer puntos de precio mínimos y máximos. Para que el sistema recomiende planes factibles que sean aceptados tanto por el fabricante como por el minorista, estas barreras deben ser robustas y bien definidas.

CPGvision puede ayudarte a aprovechar el poder de la integración de TPM y TPO.

Hay muchas soluciones de TPM en el mercado, complementadas por una gama igual o mayor, de soluciones de TPO. El enfoque óptimo es una solución integrada de manera transparente que permita que tu TPM y TPO colaboren en una sola plataforma, dentro de una interfaz de usuario unificada, fomentando una verdadera integración.

Este enfoque unificado no solo simplifica la gestión de las promociones comerciales, sino que también aprovecha el poder de la analítica predictiva para guiar decisiones estratégicas, cerrando la brecha entre la ejecución táctica y la planificación estratégica, siendo este un factor importante en la adopción por parte de los usuarios.

Aquí en **CPGvision**, creemos en el potencial transformador de las soluciones integradas de TPx para las empresas de bienes de consumo, y estamos comprometidos a ayudar a las organizaciones a desbloquear este potencial.

Para ver cómo nuestra potente solución TPM y el verdadero TPO pueden ayudar a tu negocio, contáctanos para obtener una demostración de nuestra plataforma integral.