

	FORTALEZAS F	DEBILIDADES D
OPORTUNIDADES O	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
AMENAZAS A Vision negativa del negocio Precios altos Inestabilidad en precios Muchos competidore Falta de capital para inversion Politicas gubernamentales cambiantes Alta participacion de mercado de pequeños distribuidores Poca participacion de mercado	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA

Imposible mantener stock permanente

Satisfaccion baja con "PROMERZA"

Clientes actuales compran tambien a la competencia

Bolivar es un mercado conformista

Nivel de satisfaccion menor que sus principales competidores

Poca publicidad

Baja calidad en el servicio de entrega

ESTRATEGIAS FO

Innovar en la tecnicas de capacitacion para el

Implementar capacitacion para el segmento d

Incrementar el presupuesto de ventas
aprovechando la frecuencia de compras

Impulsar la recomendación mejorando las rela

Ofrecer soluciones puntuales a clientes poten

Agilizar procesos para incrementar aun mas la

Crear imagen positiva en el mercado

comunicando la honestidad de la empresa

Comunicar la experiencia en el mercado para

Implementar recursos enfocados al area de b

		1
		2
		3
		4
		5
		6
		7
		8
		9
		10
		11
		12
		13
		14
OPORTUNIDADES O		
1	Mercado potencial mayor que el actual	1
2	Segmento de productos agricolas mas rentable	2
3	Menor numero de competidores en el segmento de balanceados	3
4	Cientela constante	4
5	Compra bajo pedido	5
6	Frecuencia semanal de compra	6
7	Capacitacion en el sector agricola	7
8	Alta recomendación	8
9	Alta intencidad de compra	9
10	Mayor freciencia de compra	
AMENAZAS A		
1	Vision negativa del negocio	1
2	Inestabilidad en precios	2
3	Muchos competidores	3
4	Falta de capital para inversion	4
5	Políticas gubernamentales cambiantes	5
6	Poca participacion de mercado de "PROMERZA"	6
7	Imposible mantener stock permanente	7
8	Satisfaccion baja con "PROMERZA"	8
9	Cientes actuales compran tambien a la competencia	9
10	Bolivar es un mercado conformista	

11	Nivel de satisfaccion menor que sus principales competidores	
12	Poca publicidad	
13	Baja calidad en el servicio de entrega	

REVISAR ENCUESTA SET CAPACITACION
SEMINARIOS PARA CLIENTES CON MAYOR MONTO DE COMPRA

MAYORES PRESUPUESTOS PARA EL AREA DE VENTAS
CAPACITACIONES CONSTANTES DE BUEN TRATO
ASPECTOS BAJOS DEL NIVEL DE SATISFACCION IMPLEMENTAR EN PROMER:
IMPLEMENTAR HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS QUE DESCARTEN EL TRABAJO

CAMPAÑAS DE FIDELIZACION PERSONALIZADAS NO PUBLICIDAD ATL
PLANES DE COMUNICACIÓN PERSONALIZADA
CAPACITAR AL PERSONAL EXISTENTE O CONTRATAR PERSONAS ENCARGADAS

FORTALEZAS F	
Amabilidad	1
Agilidad	2
Años de experiencia	3
Conocimiento sobre el mercado	4
Conocimiento sobre su trabajo	5
Cumplen con los presupuestos	6
Dan soluciones rápidas a los problemas	7
Deseos de superación	8
Honestidad	9
Paciencia para realizar los trabajos	10
Puntualidad	11
Son innovadores	12
Tienen decisión	13
Trabajo en equipo	14
	15
ESTRATEGIAS FO	
Innovar las tecnicas de capacitacion para el sector agricola	1
Implementar capacitacion para el segmento de consumo masivo	2
Incrementar el presupuesto de ventas aprovechando la frecuencia de compras	3
Impulsar la recomendación actual mejorando las relaciones con clientes	4
Ofrecer soluciones puntuales a clientes potenciales desatendidos	5
Agilizar procesos para incrementar aun mas la intencidad de compra	6
Crear imagen positiva en el mercado comunicando la honestidad de la empresa	7
Comunicar la experiencia en el mercado para fidelizar clientes potenciales	8
Implementar recursos enfocados al area de balanceados	9
	10
ESTRATEGIAS FA	
Patrocinar programas de creditos en producto que ayuden a los clientes a ampliar sus negocios y cambiar su vision actual del negocio	1
Aprovechar la experiencia en el mercado para conocer los cambiantes escenarios de precios	2
Fomentar el trabajo en equipo interno, para corregir aspectos que generes insatisfaccion al cliente externo	3
Implementar planes de accion contra las politicas gubernamentales posibles	4
Transmitir el mejor desempeño de "PROMERZA" a clientes actueles y alejarlos de la competencia	5
Adaptar presupuestos de ventas al mercado de Bolivar, para no generar falsas expectativas	6
Solucionar eficazmente problemas internos, y enfocarse en trabajar en aspectos que incrementen el nivel de satisfaccion	7
Crear programas de promociones, descuentos en compras y planes de comunicación que incrementen los presupuestos de ventas	8
Innovar en acciones que capaciten el personal para brindar un mejor servicio de entrega	9

ESTRATEGIAS FA

Patrocinar programas de creditos en producto que ayuden a los clientes a ALI/

Aprovechar la experiencia en el mercado para conocer el cambio de precio PLA

ZA

JO MANUAL

DAS DE LA VENTA QUE CONOCSCAN DEL TEMA

DEBILIDADES D
Ausencia de políticas internas claras
Baja motivación
Carácter temperamental
Desconfianza
Despreocupación
Error en despachos
Existe demora y errores en la facturación
Falta actualización
Falta de capacitación
Falta de comunicación
Incumplimiento de objetivos
Multiplidad de procesos
No controlan el stock de producto
Resistencia al cambio
Trabajo manual sin herramientas tecnologicas de apoyo
ESTRATEGIAS DO
Estructurar politicas de funcionamiento claras para atraer al mercado potencial
Enfocarse en el nivel de motivacion del cliente interno, y mejorar la intencidad de compra del cliente externo
Mejorar la capacitacion del personal que se enfoque en el segmento agricola
Comprometer al personal con los objetivos para transmitirlo al cliente potencial
Reducir procesos, agilitando los servicios.
Eliminar errores internos, para incrementar el nivel de recomendación
Establecer procesos de stock de inventario, asi optimizar las compras bajo pedido y su frecuencia
Implementar herramientas tecnologicas, que agiliten procesos de despacho
Determinar politicas enfocadas a la atencion del segmento mas rentable
ESTRATEGIAS DA
Etablecer politicas internas que incluyan acciones inmediatas en caso de variaciones drasticas de precios
Crear un clima laboral basado en confianza en delegacion, trato adecuado que mejore la actitud del personal en labores como entrega del prducto
Determinar procesos claros enfocados en mejorar los niveles de satisfaccion actual
Erradicar la resistencia al cambio que permita implementar acciones que trabajen en los aspectos bajos de satisfaccion
Atualizar personal y procesos que generen una empresa comprometida e incrementen la participacion de mercado
Generar un sistema horizontal de comunicación interna que facilita el programa de comunicación externa
Añadir herramientas tecnologicas que permitan controlar el nivel de inventario y stock de la empresa
Adaptar los objetivos actuales a incrementar el numero de clientes potenciales mensuales y erradicar la competencia
Procurar dar la importancia necesria a los programas publicitarios y de marketing

ANZAS CON LOS PRODUCTOSRES

INTEAR ACCIONES PARA CADA ESCENARIO DE PRECIOS DESDE EL MAS POSITIVO HASTA EL MAS

› PESIMISTA