



INVENTARIOS

E-LERNOVA

Javier Sandoval
MBA. Ing. Industrial

CONTENIDO DE LA PRESENTACIÓN

1. Los niveles de servicio más adecuados para cada segmento de cliente
2. ¿Que es la demanda?
3. ¿Cómo conocer la Demanda?
4. ¿Cómo estimar la demanda?
5. ¿Cómo sensibilizar la demanda?
6. ¿Cómo servir la demanda?
7. Qué veremos la próxima clase

1 NIVELES DE SERVICIO MÁS ADECUADOS

- PARA CADA SEGMENTO DE CLIENTE



Rompe toda credibilidad

Ofrece estrictamente lo Necesario

Es un servicio que no tiene nada Especial

Es el servicio que los clientes esperan pero que rara vez reciben

Es un servicio sorprendente e inesperado y gratificante para el cliente

1. Niveles de Servicio más adecuados para cada segmento de Cliente

- Cada Nivel de servicio genera una determinada actitud del cliente



Nivel de Servicio	Actitud del Cliente
Criminal	Detractor
Básico	Desertor
Esperado	Indiferente
Deseado	Fan
Alucinante	Promotor

Cosas que Desea el Cliente	Concepto
1. Claridad en las Expectativas	No dar espacio para malas interpretaciones
2. Cumpla las Promesas	Cumplir desde la calidad del producto hasta los tiempos de entrega
3. Simplicidad	Simplifique los procesos y reducir los tramites
4. Información Fluida	Abrir diferentes canales de comunicación, mantenga a los clientes informados
5. Busque una Solución	Debe darse una solución a sus expectativas

1 Niveles de Servicio más adecuados

- para cada segmento de Cliente



SEGMENTO	POR VOLUMEN DE VENTAS	NIVEL DE SERVICIO
1. Clientes Actuales	Clientes Top-Clientes grandes	Alucinante-Deseado
2. Clientes Activos	Clientes grandes	Deseado
3. Clientes Inactivos	Clientes Grandes-Medios-Bajos	Deseado
4. Clientes Potenciales	Clientes Top-Clientes Grandes	Alucinante
5. Clientes Probables	Clientes Top-Grandes-Medios-Bajos	Deseado

2. ¿QUE ES DEMANDA?

Se define como la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por un conjunto de consumidores en un momento determinado



3. ¿CÓMO CONOCER LA DEMANDA?

A) Identificar a los usuarios o beneficiarios potenciales y las alternativas con que estos cuentan. Las tareas necesarias para evaluar en un mercado la demanda varía dependiendo el tipo de producto o servicios. Estas son;

- ✓ **Productos Básicos No Perecederos**-Cuentan con mercados estables, con múltiples puntos de compra y venta, existen precios estándar, alto almento.
- ✓ **Productos Básicos** Perecederos-A diferencia del anterior los productos pierden calidad rápidamente en el tiempo, son de previsión variable y de fluctuaciones en precios, bajo almacenamiento.
- ✓ **Productos innovadores o especializados**-No cuentan con un precio de mercado existente, los compradores se fijan en la calidad, sabor, durabilidad.
- ✓ **Servicios**-Las características son completamente distintas al estudio de la demanda de productos, se debe evaluar sus posibles compradores, necesidades y su naturaleza transitoria de la oferta.



4. ¿CÓMO ESTIMAR LA DEMANDA?

1. Con base a la población necesitada: $D = P \times C$
D: Demanda P: Población necesitada C: Estándar de consumo percapita

2. A partir de Registros Históricos de Consumo

- Definir una tendencia
- Ajustar sobre dicha tendencia
- Método común-Ajuste lineal, cuantitativamente-gráficamente

3. Otros métodos

- Registro de solicitudes
- Encuestas a usuarios



¿CÓMO SENSIBILIZAR LA DEMANDA?

5.



¿CÓMO SERVIR LA DEMANDA?

6.

La demanda debe ser estudiada teniendo presente el levantamiento de información respecto a:

- ✓ El uso o consumo del producto o servicio
- ✓ Los consumidores y las preferencias de los mismos considerando precios, productos sustitutos, épocas de compra etc.
- ✓ El área de mercado y su tamaño
- ✓ La distribución y comercialización





7. Lo que veremos la PRÓXIMA CLASE

1. Cómo definir y negociar con los proveedores
2. Cómo colaborar con los proveedores
3. Conformar una cadena de abastecimiento sólida y
4. óptima



E-LERNOVA

A un clic de la Industria

Gracias!

www.elernova.edu.co

info@elernova.edu.co