



# *II Encuentro dirección comercial y supply chain*

*Cómo conseguir promociones eficientes con una visión 360°*

*La única jornada que reúne a directores comerciales y de supply chain del sector Gran Consumo para ser más competitivos y rentables.*

*18 de mayo de 2016, Madrid*



PATROCINA:



A Brambles Company

ORGANIZA:



## ¿Sabías que...?

- El 28% de las ventas en el sector se consiguen a través de la actividad promocional y más de la mitad de las promociones no son rentables.
- Sólo el 27% de las empresas del sector afirma tener una visión 360° en su compañía.
- El 77% de los directores comerciales ven prioritario que las áreas de supply sean más flexibles y tengan una mayor orientación a las ventas.
- El 80% de los directores de supply coincide en que el gran reto está en participar en la toma de decisiones y en una mejor comunicación entre ambas áreas.



## Objetivos de la jornada:

- Alinear objetivos entre las áreas comerciales y de supply en la actividad promocional.
- Identificar las principales ineficiencias entre departamentos y priorizar las áreas de trabajo conjunto.
- Entender qué es la visión 360° y su efecto directo en el incremento de ventas.

## Dirigido a:

- Directores y responsables comerciales, trade marketing y marketing.
- Directores y responsables de aprovisionamiento, logística y supply chain.
- Mandos intermedios, técnicos y profesionales de las actividades que se desarrollan en las áreas comerciales, marketing y supply chain.
- Directores generales y gerentes de PYMES.

## Dónde y cuándo:

Madrid. De 10.00 h a 15.00 h

## Precio:

Tarifa individual: 325€ + IVA / asistente

Tarifa Pack Comercial + Supply Chain: 195€ + IVA / asistente

**PROGRAMA**

09.30 h. **Café de bienvenida y acreditaciones**

10.00 h. **Inicio de la jornada**

**OBJETIVO: PROMOCIONES EFICIENTES**

Para conseguir promociones eficientes debe existir tanto una estrecha relación entre fabricantes y distribuidores como una continua comunicación interna entre las áreas de comercial y supply.

A la hora de diseñar eventos promocionales, es necesario que estos aseguren los mejores resultados en el consumidor final a la vez que optimicen el impacto total causado en las operaciones a lo largo de toda la cadena.

En esta ponencia trataremos de identificar las principales ineeficiencias entre departamentos y por tanto priorizar las áreas de trabajo conjunto.

**Rosario Pedrosa.** Gerente Área de la Demanda.  
**AECOC**

**María Tena.** Gerente Área de Logística y Transporte.  
**AECOC**

**LA SITUACIÓN HOY DE LA ACTIVIDAD  
PROMOCIONAL EN GRAN CONSUMO**

¿Cuál es el volumen de las actividades promocionales en el sector? ¿Qué porcentaje de las ventas nos estamos jugando? ¿Cuáles son las promociones más habituales? Conozcamos los últimos datos del sector.

**Sergio Hernando.** Delivery Sales Effectiveness  
Director. **NIELSEN**

**Pausa café**

**PLANIFICACIÓN OPERATIVA DE LA ACTIVIDAD  
PROMOCIONAL EN CAPSA**

Conoceremos de la mano de un fabricante líder la visión global del funcionamiento de las promociones. Cuál es el proceso desde la idea inicial de la promoción hasta la valoración de sus resultados, pasando por la coordinación interna entre el área comercial y de operaciones y la colaboración con el cliente.

**María García.** Directora Comercial. **CAPSA**  
**Pere Joan Massó.** Director Operaciones. **CAPSA**

**MESA REDONDA: "LAS PROMOCIONES:  
OPORTUNIDAD VS OPERATIVIDAD"**

**Jesús Rodríguez.** Customer Service Director.  
**DANONE**

**Diego Pérez.** Director. Compras Productos Frescos.  
**GADISA**

**Enrique Monzonis.** Director de Logística. **GRUPO  
EROSKI**

**José Ramón Riestra.** Director departamento de  
ventas, **P&G IBERIA**

14.00 h. **Cóctel**

15.00 h. **Fin de Jornada**

**INICIATIVA IMPULSADA POR LAS EMPRESAS DEL COMITÉ DE DEMANDA  
Y DEL COMITÉ DE LOGÍSTICA DE AECOC**

ADAM FOODS	COVIRAN	IFA ESPAÑOLA
AFFINITY PETCARE	DANONE	JOHNSON & JOHNSON
ALCAMPO	DIA	MERCADONA
ANTONIO PUIG	DINOSOL	MONDELEZ
BIMBO	EL CORTE INGLES	NESTLE
CALIDAD PASCUAL	EROSKI	PESCANOVA
CAMPOFRIO	EUROMADI	PROCTER & GAMBLE
CAPSA	EUROPASTRY	SALVESEN LOGÍSTICA
CARREFOUR	GADISA	SCA
COCA COLA	GRUPO CARRERAS	SONAE
CODORNIU	GRUPO DAMM	SUPERMERCADOS PUJOL
CONDIS	GRUPO MAHOU SAN MIGUEL	UNILEVER
CONSUM	HENKEL IBERICA	UVESCO