



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:

CHEP

A Brambles Company



ToolsGroup

POS POTENTIAL

SOLUTIONS FOR GROWTH

ORGANIZA:

AECOC

¿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 ineficiencias 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 nos 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
AFFINITY PETCARE
ALCAMPO
ANTONIO PUIG
BIMBO
CALIDAD PASCUAL
CAMPOFRIO
CAPSA
CARREFOUR
COCA COLA
CODORNIU
CONDIS
CONSUM

COVIRAN
DANONE
DIA
DINOSOL
EL CORTE INGLES
EROSKI
EUROMADI
EUROPASTRY
GADISA
GRUPO CARRERAS
GRUPO DAMM
GRUPO MAHOU SAN MIGUEL
HENKEL IBERICA

IFA ESPAÑOLA
JOHNSON & JOHNSON
MERCADONA
MONDELEZ
NESTLE
PESCANOVA
PROCTER & GAMBLE
SALVESEN LOGÍSTICA
SCA
SONAE
SUPERMERCADOS PUJOL
UNILEVER
UVESCO