

**CASO DE USO**

# **Caso**

## **Industria farmacéutica**

**Contar con información confiable e inmediata para conocer la existencia y el desplazamiento del producto, así como su comportamiento en distintas regiones del país y unidades médicas que apoyen a consolidar el posicionamiento y ventajas competitivas del producto.**

Recopilar información de cada visita que los promotores, representantes y ejecutivos del producto o marca, obtengan en sus visitas en farmacias, hospitales, bodegas o profesionales de la salud de la comunidad médica, es vital para atender las necesidades del mercado y aplicar los indicadores necesarios para su medición y control, así como contar con herramientas que permitan realizar una concentración y análisis oportuno de la cantidad de datos que genere el equipo de ventas y supervisión en campo.



## Desafío del proyecto

El uso de herramientas que permitan el registro, recopilación, concentración y procesamiento de datos de la información proveniente del equipo de la fuerza de ventas en campo, con sus diversas fuentes de información, es un reto enorme debido a que se requiere de un proceso “a la medida” con base en la estrategia de la organización para definir metas, plazos, asignación de recursos, gestión de riesgos, adaptación a imprevistos entre otros.

Del mismo modo, poder compartir la información con las áreas involucradas en tiempo real, ayuda a evitar que pierda su valor y vigencia manteniendo a la organización en estado activo para responder de manera adecuada y oportuna a los retos y desafíos del mercado altamente dinámico y competitivo en México.

Además de lo anterior, contar con una herramienta intuitiva y amigable, sin importar el grado de experiencia del usuario final en el uso y manejo de un dispositivo móvil, es un desafío que el uso de herramientas tecnológicas enfrenta, dado el perfil multigeneracional que pueden presentar los equipos de la fuerza de ventas.



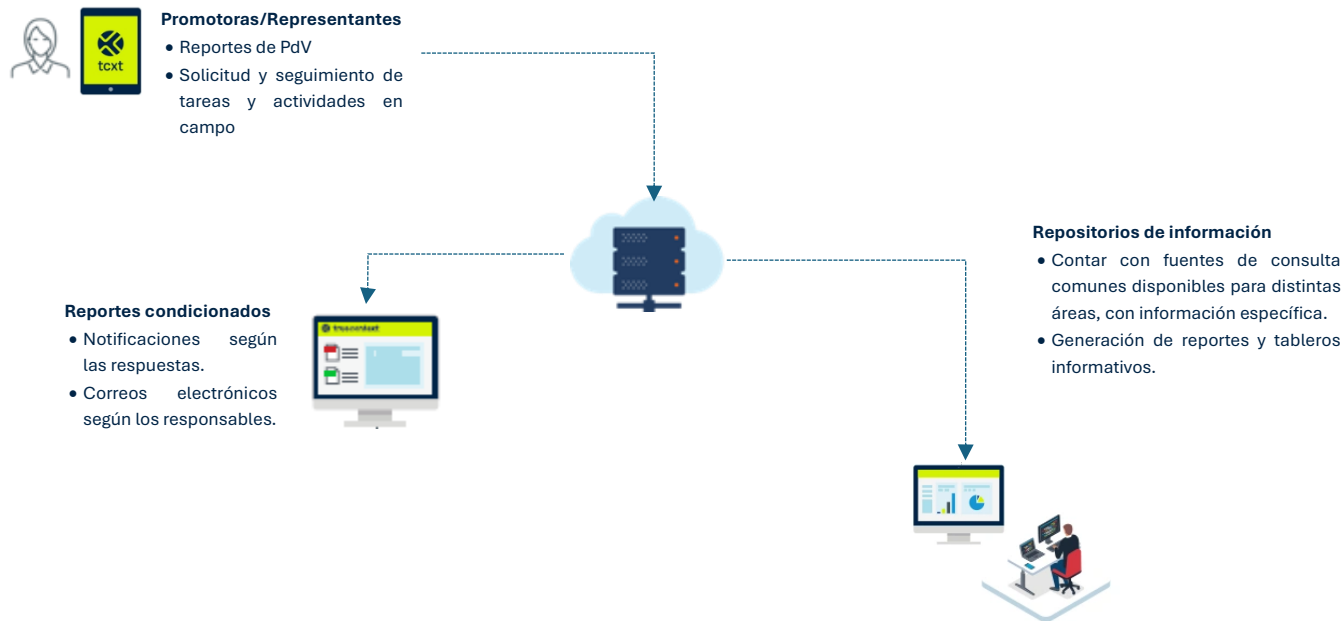
## La Solución

Mediante la incorporación de formularios, en un dispositivo móvil, los equipos de ventas (promotores, representantes, supervisores, etc.) son los responsables de registrar tareas y actividades a realizar en campo que van acompañadas de la estrategia y objetivos de la organización, obteniendo información y evidencias mediante formatos especialmente diseñados y de alto valor.

En el momento que la información es enviada por los equipos de venta, los datos son organizados y se comparten de forma automatizada para ser analizados en tiempo real a las áreas de la organización que lo requieran, buscando una comunicación clara y transparente.

Del mismo modo, para el caso de activaciones en punto de venta, por medio de evidencias, se garantiza el adecuado uso y manejo del producto, así como la detección de oportunidades para proponer y desarrollar soluciones innovadoras en campo dentro del mercado competitivo.

Con todo lo anterior se adopta un enfoque integral y colaborativo que apoya al establecimiento y medición de KPIs, superar los obstáculos y monitorizar la productividad y efectividad de la fuerza de ventas, así como la estrategia y objetivos de la organización.



# Resultados

## ♦ AHORRO DE COSTOS

Con la determinación y asignación de reglas para ingresar las tareas y actividades en campo, se reduce el trabajo manual liberando a los miembros de su equipo para que puedan centrarse en actividades que generan ingresos.

## ♦ INCREMENTO EN LA PRODUCTIVIDAD

Los usuarios, fuerza de ventas, simplemente completan la información en su dispositivo móvil y la envían de manera remota, lo que permite agilizar, ordenar y evaluar el monitoreo del trabajo de recolección de datos en campo gracias a sus indicadores en tiempo real, disparando un fuerte aumento en la productividad.

Con la determinación y asignación de reglas para ingresar las tareas y actividades en campo, se reduce el trabajo manual liberando a los miembros de su equipo para que puedan centrarse en actividades que generen ingresos.

## ♦ INTERRELACIÓN ENTRE ÁREAS

Recopilación de datos por medio de un solo elemento en campo para diversas áreas de la organización, como ventas, marketing, logística, dirección general, etc.

## ♦ GENERACIÓN DE ANÁLISIS PERSONALIZADOS

Puede modelar su automatización de la información enviada para que se adapte a las pautas comerciales de su empresa y para el análisis que ayuden a detectar áreas de oportunidad, mejoras o detectar posibles desviaciones en las tareas y actividades.

## ♦ TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS CON BASE EN INFORMACIÓN EN TIEMPO REAL

Se cuenta con información de primera mano, obtenida en el momento y directamente del punto de contacto.

## ♦ MAYOR SEGURIDAD

Los repositorios de información con los datos fuente están siempre disponibles para ser utilizados por las áreas involucradas.

Asimismo, y con el fin de garantizar que los datos sensibles o confidenciales se manejen de forma segura, se puede delimitar el acceso a aquellos usuarios que son necesarios para el proceso.

# Características del flujo de proceso



## FORMULARIOS

- Uso de lógica condicional
- Uso de secciones repetibles.
- Reportes personalizados en Google Sheets.
- Respaldo de evidencias en Google Drive.



## DOCUMENTOS

- Documentos de evidencia al término de cada visita o petición de apoyo.
- Plantillas personalizadas en Excel con base en las tareas y actividades personalizadas y alineados con la estrategia y objetivo de la organización.



## DATOS Y ANALISIS

- Generación de reportes de Google Sheets basados en condiciones y filtros.
- Generación de correos electrónicos basados en filtros y condiciones incluidas en los formularios.