



¿Qué es Arissto Visita Médica?

Es una plataforma web y móvil especializada en la gestión de la visita médica bajo un modelo conceptual enfocado en la efectividad del trabajo promocional. Nuestra plataforma implementa una serie de indicadores que permiten medir la gestión de los representantes o fuerzas de venta en relación al cumplimiento de los lineamientos de la estrategia promocional.



Principales características:

Entre las ventajas que Arissto VM ofrece podemos destacar las siguientes:

- Estructura corporativa multipaís.
- Planificación y seguimiento de actividades a través de un calendario integrado.
- Gestión de visitas presenciales y virtuales.
- Control de la asignación y distribución de muestras médicas por representante.
- Configuración y personalización de los lineamientos de la estrategia promocional.
- Registro de la ubicación física del representante al momento del contacto con el cliente a través del GPS.
- Funciona offline ante caídas o falta de enlace a Internet.
- **Variedad de componentes de visualización para un análisis integral del trabajo realizado por los representantes o fuerzas de venta.**
- Multiplataforma (Android y iOS).



Plataforma alojada en la nube que garantiza:

- Alta disponibilidad.
- Escalabilidad y seguridad.



Se ofrece bajo un modelo de suscripción que incluye:

- Soporte a usuarios.
- Derecho a actualizaciones con mejoras y nuevas funcionalidades sin costo adicional.





Estructura promocional, jerarquía de accesos y roles

Permite configurar una estructura promocional tan compleja como la de un grupo corporativo con presencia en varios países o tan simple como la de una empresa con presencia en un solo país. El nivel de acceso de un usuario dependerá del rol asignado y de su ubicación en la estructura promocional configurada.

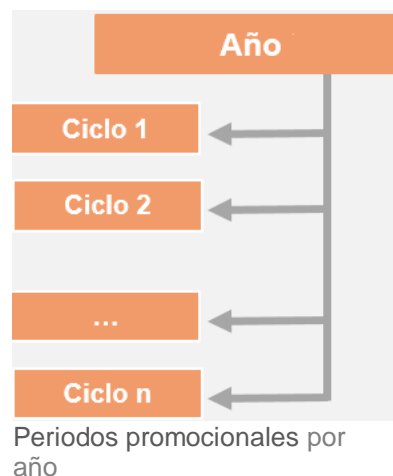
Estructura promocional	Rol
 <p>Corporativo</p>	 <p>Gerente corporativo. Puede monitorear el trabajo de todas las empresas, redes y representantes.</p>
 <p>Empresas</p>	 <p>Gerente de empresa. Tiene acceso a monitorear el trabajo de todas las redes y representantes de la empresa a la que sea asignado.</p>
 <p>Redes (F. Ventas)</p>	 <p>Supervisor. Tiene acceso para poder monitorear el trabajo realizado por cualquiera de los miembros asignados a su equipo o fuerza de ventas.</p>
 <p>Representante</p>	 <p>Representante. Tiene acceso al calendario de actividades y todas las tareas necesarias para la gestión de los clientes que le han sido asignados.</p>

Periodos y lineamientos de la gestión promocional

El proceso de planificación, ejecución, monitoreo y evaluación del trabajo promocional es organizado en ciclos. Los ciclos constituyen los periodos de tiempo en los que los representantes gestionan a los clientes que tienen asignados. Cada empresa puede definir la cantidad y duración de los ciclos promocionales en el año en función de sus planes comerciales.

Los ciclos constituyen la línea de tiempo sobre la que se operativiza la estrategia promocional y sobre los que se definen algunos elementos que son fundamentales en toda estrategia promocional, entre los que podemos mencionar:

- **Parrilla promocional.** Lista de productos y esfuerzo o porcentaje de tiempo que se le deberá dedicar en la promoción de ellos en cada visita o contacto con los clientes.





- **Muestras.** Cantidad de muestras a entregar de cada producto en cada contacto promocional.

De igual manera, también se pueden configurar algunos lineamientos para guiar la gestión de cada representante en función de la estrategia promocional:

- **Contactos teóricos.** Indica la cantidad de visitas solicitadas a cada representante en cada ciclo promocional.
- **Esfuerzo.** Indica la forma en que se deberá distribuir la cantidad de contactos a realizar en cada una de las categorías de clientes por ciclo.
- **Frecuencia.** Cantidad de contactos o visitas promocionales a realizar a los clientes según su categoría en cada ciclo.




Entiéndase a la categoría como la clasificación que se le da a cada cliente según su nivel de importancia, el cual está dado de acuerdo a su potencial de prescripción o venta con respecto a los productos que se le promocionan. **Enfocar el esfuerzo promocional en aquellos clientes que resultan más importantes para la empresa es clave para poder impactar en los resultados de venta.**

Parrilla promocional		
Orden	Producto	FTE
1	Producto 1	30%
2	Producto 2	30%
3	Producto 3	20%
4	Producto 4	15%
5	Producto 5	5%

Configuración de parrilla promocional por ciclo

Contactos Teóricos		
Contactos diarios:		10
Ciclo	DL	CT
1	20	200
2	18	180
...	20	200
n	15	150

Configuración de contactos por ciclo

Categoría	FTE	Fr
 A	60%	2
 B	30%	1
 C	10%	1

Lineamientos promocionales generales

Ayuda a medir la efectividad de la estrategia promocional




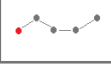
Todo proceso promocional efectivo va acompañado de la planificación de los objetivos comerciales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado; y las estrategias que permitan alcanzarlos, es por ello que toda estrategia promocional deberá de poder ajustarse a partir de los resultados alcanzados durante su proceso de ejecución.

La estrategia promocional debe monitorearse y evaluarse a partir del análisis del desempeño en su ejecución y del cumplimiento de los resultados comerciales proyectados, de tal manera que se pueda ir ajustando para garantizar los mejores resultados posibles. **Generalmente, cuando los resultados no se están alcanzando, se tiende a pensar que lo que no está funcionando es la estrategia sin darnos cuenta que en la mayoría de los casos el problema no es la estrategia sino la mala ejecución de la misma.**







Quienes ejecutan la estrategia promocional son los representantes o fuerzas de venta, por lo que es importante que la conozcan, la entiendan y se comprometan con ella ejecutándola según sus lineamientos.

En nuestra plataforma Arissto VM, el desempeño de los representantes o fuerzas de venta es medido a partir del cumplimiento de los lineamientos establecidos en la estrategia promocional. Los indicadores implementados para medir la gestión promocional son los siguientes:

KPIs		Descripción
	Producción	Indica el cumplimiento de la cantidad de contactos realizados en relación a la cantidad de contactos solicitados por la empresa en un ciclo promocional.
	Cobertura	Porcentaje de clientes gestionados en un ciclo promocional en relación al universo asignado.
	Frecuencia	Cantidad de contactos con un mismo cliente en un ciclo promocional.
	Secuencia	Continuidad o constancia en la frecuencia de visitas a un mismo cliente.

Estos indicadores se pueden analizar por tipo de cliente, especialidad médica, categoría o nivel de importancia asignado a cada uno de los clientes; lo que facilita hacer un análisis más integral al momento de evaluar el trabajo operativo de promoción.

Además, el nivel de detalle del análisis se puede realizar desde un representante hasta la consolidación de la información a niveles superiores de la estructura promocional configurada, como se muestra en la siguiente tabla:

Nivel de consolidación	Descripción
 Corporativo	A nivel de todas las empresas en general. Aplica para empresas con presencia en más de un país.
 Por empresa	A nivel de una de las empresas configuradas en la estructura promocional.
 Por red	A nivel de red o fuerza de ventas dentro de la empresa. Una empresa puede contener a más de una red para la promoción de sus productos.
 Por representante	Se mide la gestión particular de un representante, gestor de venta.

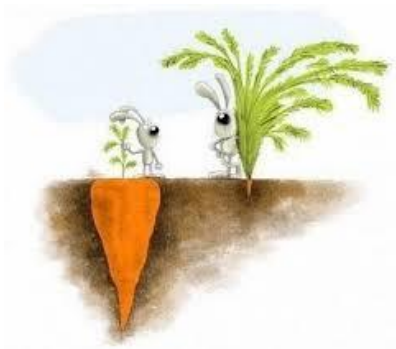
En Arissto VM, se implementan una diversidad de componentes de análisis que permiten evaluar el desempeño en la ejecución de la estrategia en un ciclo en particular o su comportamiento en cada ciclo de un año, desde diferentes perspectivas



Arissto VM. CRM especializado en la gestión de la visita médica.

y niveles de consolidación que van desde la gestión específica de un representante hasta el nivel más alto de la estructura promocional configurada.

Lo que se busca es fortalecer los procesos de monitoreo y evaluación proporcionando indicadores de desempeño que le permitan a los encargados de definir la estrategia promocional poder identificar donde se necesita ajustar, si en la estrategia o en su ejecución.



Buscamos romper con el enfoque tradicional de medir el desempeño a partir de la cantidad de contactos por uno más integral que permita identificar la efectividad en el trabajo promocional. Cuando se mide el desempeño exigiendo un número alto de visitas se termina gestionando clientes de fácil acceso, sin considerar su preferencia de prescripción o compra, lo que se traduce en una gestión poco efectiva que aumenta el costo promocional y disminuye el impacto en los resultados comerciales proyectados.



Arissto Visita Médica. CRM especializado en la gestión de la visita médica.

Portal web: www.sstsoluciones.com/arissto-visita-medica

Correo: arisstovm@sstsoluciones.com



Arissto VM, es un producto desarrollado por:
Soluciones y Servicios Tecnológicos

Portal web: www.sstsoluciones.com

Correo: info@sstsoluciones.com

Teléfonos: +503 22072480 y +503 25566623