

	PROCEDIMENTO	
	ALOCAR PROMOTORES E DEFINIR ROTEIROS	Identificação: PRO-TRA-007
		Versão: 01

1. OBJETIVO

Estabelecer e orientar os colaboradores na execução das etapas dos processos referentes as ações de trade quanto a Planejamento, promotores, eventos, materiais e treinamentos.

2. RESPONSABILIDADES

MATRIZ DE RESPONSABILIDADES				
				Áreas
				TRADE
				GERENTES REGIONAIS DE VENDAS (GRV)
				PROMOTORES
Entregável / Nome da Tarefa		Observação		
3.1	ALOCAR PROMOTORES E DEFINIR ROTEIROS		R	C
3.2	GERAR MAPÃO		R	
3.3	DIVULGAÇÃO DO ROTEIRO E ALOCAÇÃO DOS PROMOTORES		R	I I

3. DESCRIÇÃO

Consiste na alocação dos promotores nos principais clientes dos diversos canais de venda seguindo as regras de alocação por faixa de faturamento.

3.1 ALOCAR PROMOTORES E DEFINIR ROTEIROS.

Os roteiros são estruturados conforme o faturamento das lojas e a região geográfica, utilizando ferramentas e esta documentação para auxiliar na escolha do total de promotores que serão direcionados e a quantidade de horas que ele deverá permanecer no local.

Acessar ao BI FULL e coletar:

- Detalhe do faturamento por Regional;
- Representante;
- Rede;
- Cliente;
- Estado.

Posteriormente é necessário gerar a média de faturamento do ano vigente, onde conste:

- Rede;
- Cliente;
- CNPJ;
- Canal;
- Representante.

3.2 GERAR O MAPÃO

Com esses estudos é possível gerar um “MAPÃO” a fim de visualizar a futura necessidade de alocação de promotor identificando o faturamento por rede, região e representante.

Realizando a comparação do critério de alocação é possível entender quanto do recurso (Promotor) será aplicado neste cliente.

Para isso, é necessário filtrar a coluna representante na planilha: C:\Users\BELLIZ COMPANY\Areas - Documentos\Trade MKT\EXECUÇÃO PROMOTORES\ROTEIROS\MAPÃO

Rede	Cliente	CNPJ	Representante
REDE A RMA RINHOS FERNANDO	34119-ARMARINHOS FERNANDO LTDA	48076228	LOJAS DEPAR 138-R EPI REPRESENTAÇÕES LTDA

3.2.1 PLANILHA FAIXA DE FATURAMENTO DO CLIENTE

Selecionar somente os clientes com o faturamento dentro do critério de alocação do período vigente de acordo com a tabela abaixo

FAIXA DE FATURAMENTO DO CLIENTE				HORAS/MÊS	HORAS/SEMANA
DE		ATÉ			
R\$	2.500,00	R\$	5.000,00	8	2
R\$	5.000,01	R\$	10.000,00	16	4
R\$	10.000,01	R\$	20.000,00	32	8
R\$	20.000,01	R\$	30.000,00	64	16
R\$	30.000,01	R\$	40.000,00	88	22
R\$	40.000,01	R\$	50.000,00	176	44
R\$	50.000,01			176	44

3.2.2 ALIMENTAR O MAPÃO

É necessário alimentar o “MAPÃO” com as informações filtradas da planilha de consolidado de faturamento, atualizar a aba referente a cada regional com os clientes e o faturamento do ano vigente para que as informações estejam sempre atualizadas e os estudos estejam baseados em informações precisas.

	FAIXA	HORAS/MÊS	HORAS/SEMANA	CUSTO/PROMOTORES			
RS	2.500,00	RS	5.000,00	8	2	RS	176,82
RS	5.000,01	RS	10.000,00	16	4	RS	89,64
RS	10.000,01	RS	20.000,00	32	8	RS	75,27
RS	20.000,01	RS	30.000,00	64	16	RS	14,55
RS	30.000,01	RS	40.000,00	88	22	RS	138,70
RS	40.000,01	RS	50.000,00	176	44	RS	834,00
RS	50.000,01			176	44	RS	834,00
CONTATO REPRESENTANTE	RAZÃO SOCIAL REPRESENTANTE	CIDADE	DESCRIÇÃO CANAL	REGIONAL	REDE E OUTRO DE REDE		
Andria	DESA J REPRESENTAÇÃO COMERCIAL DE PERUMIS LTDA	SANTO ANDRÉ	HUPP & SUPER Regional 1	Representante Andria	REDE COOP		
DESA J REPRESENTAÇÃO COMERCIAL DE PERUMIS LTDA							
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	FARMIA Regional 1	FARMIA Regional 1	REDE KAIA/COGASYS		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	GRASCO	FARMIA Regional 1	FARMIA Regional 1	REDE DROGARIA SÃO PAULO		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	BARBOSI	FARMIA Regional 1	FARMIA Regional 1	REDE DROGARIA UNO/RE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	FARMIA Regional 1	FARMIA Regional 1	REDE DROGARIA GUA TEMI		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	CACAPUVA	FARMIA Regional 1	FARMIA Regional 1	CONDOT ALACASTA LTDA		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	GL - DISTRIBUIDORA DE FARMACIA MINUTOS LTDA - RPP		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	VALDOLIS	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	ARNDT PHARM. COMERCIO E DISTRIBUIÇÃO LTDA		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTAÇÃO COMERCIAL	SÃO PAULO	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	INDIRETO (DISTR. JACAREI) Regional 1	REDE DE ELABE		
Classica	347-C. MIPALIA REPRESENTA						

Validar a aba resumo para ver se todas estão preenchidas automaticamente.

QUADRO RESUMO DE PROMOTORES PARA 2017

PERFUMARIA						
REGIONAIS	QTDE REDES	% REPRESENT. DO CANAL	QTDE. CONF. REGRA	FATURAM. MÉDIO	R\$ CUSTO PROMOTOR	% CUSTO PROMOTOR
I	112	61,35%	37	2.120.367	123.427	5,8%
II	64	39,22%	13	779.219	43.265	5,6%
III	57	45,63%	15	896.590	50.056	5,6%
IV	60	46,27%	14	843.326	46.871	5,6%
V	62	49,04%	12	726.500	38.819	5,3%
VI	47	36,21%	9	538.465	28.754	5,3%
TOTAL	402	48,40%	100	5.904.327	331.191	5,6%
		Representatividade	48,6%	48,4%		

FARMA						
REGIONAIS	QTDE REDES	% REPRESENT. DO CANAL	QTDE. CONF. REG RA	FATURAM. MÉDIO	R\$ CUSTO PROMOTOR	
I	16	24,95%	16	862.474	54.472	
II	32	21,37%	7	424.502	24.096	
III	31	20,85%	7	411.195	23.225	
IV	6	3,00%	1	54.753	2.404	
V	17	9,40%	2	139.262	6.460	
VI	11	11,65%	3	172.888	8.765	
TOTAL	113		36	2.065.082	120.422	
		Representatividade	17,7%	16,9%		

HIPER & SUPER						
REGIONAIS	QTDE REDES	% REPRESENT. DO CANAL	QTDE. CONF. REGRA	FATURAM. MÉDIO	R\$ CUSTO PROMOTOR	% CUSTO PROMOTOR
I	7	2,83%	1	97.759	4.507	4,6%
II	21	17,88%	6	357.309	20.100	5,6%
III	21	12,93%	4	254.087	14.051	5,5%
IV	15	10,24%	3	186.655	10.005	5,4%
V	26	15,81%	3	234.369	10.215	4,4%
VI	25	19,01%	4	282.680	13.971	4,9%
TOTAL	115		22	1.412.639	72.830	5,2%
		Representatividade	10,7%	11,6%		

INDIRETO (DISTR./ATAC.)						
REGIONAIS	QTDE REDES	% REPRESENT. DO CANAL	QTDE. CONF. REG RA	FATURAM. MÉDIO	R\$ CUSTO PROMOTOR	
I	9	5,03%	3	173.964	9.554	
II	38	21,05%	6	418.247	21.092	
III	13	18,19%	6	357.334	20.701	
IV	20	29,98%	10	546.379	33.320	
V	21	25,30%	6	374.730	19.019	
VI	33	32,36%	8	481.234	25.869	
TOTAL	134		39	2.351.889	129.556	
		Representatividade	19,0%	19,3%		

LOJAS DEPARTAMENTO						
REGIONAIS	QTDE REDES	% REPRESENT. DO CANAL	QTDE. CONF. REGRA	FATURAM. MÉDIO	R\$ CUSTO PROMOTOR	% CUSTO PROMOTOR
I	2	4,68%	3	161.841	10.185	6,3%
II	1	0,19%	0	3.964	150	3,9%
III	3	1,45%	0	28.403	1.352	4,8%
IV	10	9,47%	4	172.677	11.598	6,7%
V	1	0,18%	0	2.719	150	5,5%
VI	2	0,35%	0	5.276	300	5,7%
TOTAL	19		7	374.781	23.756	6,3%
		Representatividade	3,5%	3,1%		

OUTROS						
REGIONAIS	QTDE REDES	% REPRESENT. DO CANAL	QTDE. CONF. REG RA	FATURAM. MÉDIO	R\$ CUSTO PROMOTOR	
I	4	1,15%	1	39.843	2.103	
II	1	0,19%	0	3.720	150	
III	1	0,88%	0	17.248	601	
IV	3	1,03%	0	18.741	901	
V	1	0,26%	0	3.871	150	
VI	2	0,43%	0	6.429	300	
TOTAL	12		1	89.853	4.206	
		Representatividade	0,6%	0,7%		

TOTAL por REGIONAL						
REGIONAIS	QTDE REDES	% REPRESENT. DO CANAL	QTDE. CONF. REGRA	FATURAM. MÉDIO	R\$ CUSTO PROMOTOR	% CUSTO PROMOTOR
I	150	100%	62	3.456.130	204.349	5,9%
II	157	100%	33	1.966.761	108.855	5,5%
III	126	100%	33	1.964.817	109.966	5,6%
IV	114	100%	32	1.822.552	105.069	5,8%
V	128	100%	23	1.481.350	74.813	5,1%
VI	120	100%	24	1.486.982	78.959	5,3%
TOTAL	795		206	12.198.571	681.942	5,6%

TOTAL por CANAL						
RESUMO		QTDE. CONF. REG RA	FATURAM. MÉDIO	ALOCACÃO		
PERFUMARIA =====		100	5.904.327	100%		
FARMA =====		36	2.065.082	50%		
HIPER & SUPER =====		22	1.412.639	40%		
INDIRETO (DISTR./ATAC.) =====		39	2.351.889	especial		
LOJAS DEPARTAMENTO =====		7	374.781	especial		
OUTROS =====		1	89.853	7%		
TOTAL		206	12.198.571			

PE 2018 - estudo promotores - quantidades por regional e por Representante

Regional	Representante	# teorica só perf	# teorica Perf/Farma/H&S	# teorica Perf + outros 2018	# teorica Perf + outros 2017	# GRV	# atual (out/17)	sugestao (Trade)	considerações
1	Andrea	0	1	1	0		0	0	compartilhado alimentar
1	Claudia	0	16	16	21		3	6	farma - michel e Roberto + 3 novos + 1 loja
1	Guacyra	8	8	8	9		9	9	3 - Ikesato GB + 1 Campinas + 1 Tucuruvi + 1 Santo Amaro + 1 Osasco + 1 PL e Santo Andre + 1 São Miguel
1	Diego	6	6	7	6		5	6	1 Mega Vale Duque de Caxias + 1 Mega Vale SJC + 2 New Big + 1 sumre Vale + 1 outras lojas
1	Marcela	4	4	4	2		0	4	1 machado e damasia + 1 para suporte na machado e damasia e lojas de santana + 2 rodizio nas outras lojas da rede
1	Lucia	0	1	1	1		3	1	Rede Omy + Amarantus + outras lojas
1	Mahmoud	2	2	2	3		3	3	1 Rede Padron + 1 Fábula e Seiki + 1 outras
1	Nely	3	5	5	5		4	4	1 EBC + 1 Rede Kim e Osasco + 1 perf/Lapa + 1 outras
1	Josi	4	4	4	5		3	4	
1	Reinaldo	0	0	3	4		3	3	
1	Rubens	4	4	5	5		4	4	
1	Eduardo	1	1	1	1		1	1	
1	Cristiane	2	2	2	1		1	2	
1	Wilson	3	3	3	3		3	3	
Total reg 1 - soma		37	57	62	66	0	42	59	
Total reg 1 - planilha		37	55	62				54	ARREDONDAMENTO COM 3,56% E 2 LIDERES EM SP CAPITAL
Regional	Representante	# teorica só perf	# teorica Perf/Farma/H&S	# teorica Perf + outros	# teorica Perf + outros 2017	# GRV	# atual (out/17)	sugestao (Trade)	considerações
2	Anauri	1	1	1	1		1	1	
2	Anelise/ Paulo	8	13	13	12		8	8	
2	Carlos Henrique	2	3	3	2		1	1	
2	Diego	0	0	0	0		1	1	
2	Emerson	0	1	1	1		1	1	
2	Graciano	0	2	2	3		1	2	verificar compartilhado para farma
2	Honorio	1	1	1	2		1	1	
2	José	0	0	0	1		0	0	
2	Luiz Carlos	0	1	1	1		0	0	
2	Oriando	0	2	4	3		1	2	verificar compartilhado para alimentar
2	Rosângela	0	0	2	1		0	0	
2	Schneider	1	1	1	2		0	0	
2	Water	1	1	1	1		0	0	
2	Yara	0	1	1	1		2	2	farma e hiper e super
Total reg 2		14	27	31	31	0	17	19	
Total reg 2 - planilha		13	26	33				21	ARREDONDAMENTO COM 3,56% E 2 LIDERES EM PORTO ALEGRE

Verifica quais são os clientes e quantidade de horas que cada cliente tem de direito. Para alocar corretamente os promotores, devemos avaliar se a região comporta o promotor e se está dentro da regra apresentada no tópico 3.2.1 deste documento.

3.3 DIVULGAÇÃO DO ROTEIRO E ALOCAÇÃO DOS PROMOTORES

Em seguida, montar sugestão de roteiro junto ao representante.

PROMOTOR	
CELULAR BELLIZ	
CELULAR PESSOAL	

[illegible]

TODAS AS INFORMAÇÕES DEVEM SER COLETADAS DO SISTEMA ONDE O PEDIDO É REALIZADO.

OBSERVAÇÃO Para cada promotor, devemos ter a planilha acima preenchida corretamente que objetiva o lançamento das informações no sistema Belliz, gerando o roteiro no sistema do promotor para o acompanhamento de horas e de faturamento de cada cliente.

4. REFERENCIAS

- N/A

5. RISCOS

- Alocar promotores equivocadamente
- Deixar lojas importantes sem cobertura de promotores
- Baixo nível de vendas por promotores

6. CONTROLE DE RISCOS

- Fazer o preenchimento do “MAPÃO” corretamente
- Alinhamento com os Gerentes Regionais de Vendas sobre alocação de promotores

7. CONTROLES INTERNOS / KPIs

- BI de promotores
<http://bi.bellizcompany.com.br:9090/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=trade%5Cpromotores.qvw&lang=en-US&host=QVS%40vegeta>

8. CONTROLE E RASTREABILIDADE

Identificação	Responsável	Local	Proteção	Retenção	Disposição
----	-----	-----	-----	-----	-----

9. CONTROLE DE REVISÕES

Controle de Revisões				
Revisão	Data	Principais Alterações	Elaborado por	Aprovado por

BELLIZ company	PROCEDIMENTO			
	ALOCAR PROMOTORES E DEFINIR ROTEIROS			Identificação: PRO-TRA-007
				Versão: 01