



TRADE MARKETING & BUSINESS INTELLIGENCE

CUSTOS DE EXECUÇÃO NA PONTA DO LÁPIS.

Os conceitos mais recentes.

As inovações tecnológicas mais avançadas.

Planejamento estratégico de operações de trade marketing.

Tudo o que um especialista atualizado precisa conhecer foi compilado nesse e-book.

OBJETIVOS DE QUALQUER PROJETO

DE TRADE MARKETING:

Aumentar vendas da indústria que contrata a operação;
Reduzir custos da empresa responsável pela execução.

O aumento de vendas depende da coleta de dados,
que responde:

O QUE?

POR QUÊ?

COMO?

SERÁ QUE?

A redução de custos depende da inteligência logística,
que responde:

QUEM?

QUANDO?

ONDE?

POR ONDE?

QUANTO CUSTA?

CAPÍTULOS

- 01 OPERAÇÕES DE TRADE MARKETING.
- 02 PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO NO PDV.
- 03 REDUÇÃO DO CUSTO OPERACIONAL PARA QUEM EXECUTA..
- 04 APRESENTAÇÃO DA PLATAFORMA 321VÁ!
- 05 PROPOSTA DE VALOR DA MARCA 321VÁ!
- 06 TECNOLOGIA AVANÇADA.
- 07 INOVAÇÃO.
- 08 ALGORÍTMOS | MATRIZES DE ALTA COMPLEXIDADE | MEGA SERVIDORES.
- 09 CONCEITOS ERRÔNEOS NO AGRUPAMENTO DE VISITAS.
- 10 AGRUPAMENTO DE VISITAS DE TRADE MARKETING.
- 11 CONCEITO DE TERRITÓRIO PARA GEOMARKETING E VENDAS.
- 12 ALOCAÇÃO DE PROMOTORES A PONTOS DE VENDAS.
- 13 SETORIZAÇÃO DINÂMICA.
- 14 SETORIZAÇÃO ESTÁTICA.
- 15 SEQUÊNCIA DE VISITAS NA ROTEIRIZAÇÃO DE TRADE MARKETING.
- 16 FORMATO DE ROTAS ESPECÍFICO PARA TRADE MARKETING.
- 17 MÁXIMO APROVEITAMENTO DO TEMPO PRODUTIVO DA EQUIPE.
- 18 PRODUTIVIDADE MÁXIMA – CÁLCULO AUTOMÁTICO.
- 19 CONCLUSÃO.
- 20 SOBRE A IDC – INTELLIGENT DIGITAL CHARTS

01 OPERAÇÕES DE TRADE MARKETING

São práticas planejadas e executadas pela indústria com o objetivo aumentar as vendas através de reforço e otimização de atuação nos canais de distribuição (varejo, atacado e distribuidores).

A indústria pode:

- a) Ter equipe própria CLT atendendo as demandas específicas do *shopper*, aquela pessoa que está no ponto de vendas para efetuar a compra.
- b) Desenvolver só os planos estratégicos e enviá-los prontos para execução por agências terceirizadas
- c) Terceirizar os serviços, contratando agências de trade marketing, tanto para o planejamento, quanto para a execução dos serviços no PDV.

MARKETING e TRADE MARKETING são atividades distintas para maximizar *share* e lucros. Uma cuida da marca (*branding*) e consumidor, e outra cuida de canais, categoria e *shopper*.

02 PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO NO PDV

No trade marketing a coleta e análise de dados sobre o que acontece no PDV responde àquelas perguntas de interesse da indústria contratante:

O QUÊ? POR QUE? COMO? e SERÁ QUE?

Existem inúmeras ferramentas para monitorar e para analisar os pontos que comprovam o desempenho da marca no atendimento.

Aquelas ferramentas mensuram ações promocionais, resultados, mix de produtos, canais de vendas, preços, concorrentes, *share* e pontos extra.

Visando otimizar processos e resultados, tais ferramentas fornecem ao Analista (*backoffice*) as informações sobre preços, presença e *share* na gôndola, colhidas no PDV e permitem que comparem o planejado com o executado.

Essas ferramentas , de interesse da indústria, otimizam resultados de vendas na gôndola.

03 Redução do custo operacional para quem executa.

321VÁ! é a ferramenta de planejamento estratégico que responde outras perguntas, essas, de interesse da empresa responsável pela operação e execução:

QUEM? QUANDO? ONDE? POR ONDE? QUANTO CUSTA?

Enquanto todos os outros roteirizadores levam a um único resultado, 321VÁ! é uma plataforma digital para planejamento estratégico de rotas e agenda de visitas de trade marketing, merchandising ou pesquisa de mercado.

321VÁ! permite à equipe de BI, junto ao gerente de operações criar e analisar inúmeros cenários para definir metas e ações que levam a atingir o objetivo desejado e tomar decisão.

A tomada de decisão passa pelo custo do projeto, que 321VÁ! lhe oferece sem ônus, pela maior produtividade da equipe (mais execução e menos deslocamento) e pelo local onde recrutar e selecionar colaboradores.

A proposta de valor da marca 321VÁ! é oferecer à Indústria ou à agência responsável pela execução,
A MAIS ALTA RENTABILIDADE OPERACIONAL

04 APRESENTAÇÃO DA PLATAFORMA 32IVÁ!

Reciclagem => valorização do profissional => carreira.

Planejamento estratégico => projeto mais competitivo.

Redução de custos => vai direto para a conta lucro.

Roteirização e agenda de visitas são ciências estratégicas.

A tecnologia avançada do 32IVÁ!

- personaliza a operação de trade marketing;
- dimensiona equipes de campo;
- forma agenda estratégica;
- otimiza rotas e
- dá acesso a resultados que você jamais teria com a metodologia tradicional.

Apresentação:
<https://youtu.be/GciCd3ATtmw>

Importar arquivos

Agenda PR

Agendas dos PDVs

Projeto em Mapas

Dia-a-dia em Mapas

Vá ao Marketplace

Meu Extrato

**Baixar arquivos PR e PDV
para modelo ou Test Drive**

**Como coletar coordenadas
de latitude e longitude**

**Como se usa a plataforma
Fluxograma de Navegação**

**Comunicação de arquivos e
Servidores – Baixar pdf**

**Baixar os termos
e condições de uso**



Instruções de uso | VÍDEOS ▾
Version 13.1.1.70602f4

05 PROPOSTA DE VALOR DA MARCA 32IVÁ!

A proposta de valor da marca 32IVÁ! é oferecer a mais alta rentabilidade da operação.

32IVÁ! é uma plataforma digital para planejamento estratégico de visitas de trade marketing, merchandising e/ou pesquisa de mercado.

Funcionalidades e ferramentas web, 100% aderentes às necessidades do negócio, são disponibilizadas na plataforma para o autoatendimento dos mais conceituados experts em comercialização, inteligência de mercado e planejamento de operações.

⋮



06 TECNOLOGIA AVANÇADA.

- Todos os recursos de automação.
- Mapas e relatórios.
- Confidencialidade, proteção e sigilo de dados sensíveis da operação.
- Máxima redução de custos operacionais.
- A mais alta rentabilidade.
- Dimensionamento da equipe de campo.
- Balanceamento e distribuição automática de tarefas.
- Agrupamento pela mínima distância entre visitas.
- Alocação automática de promotores a PDVs.
- Melhor distribuição das visitas no período do projeto.
- Integração com plataformas de gestão de ações de trade marketing no PDV.
- Possibilita planejamento de operações a nível global partir de um único escritório.
- Escalando do Brasil para os EUA, Canada, África do Sul, Australia, UK, LATAM, Espanha e Portugal.

07 INOVAÇÃO

- Roteirizador on line para Business Intelligence e Trade Marketing.
- Autoatendimento on-line.
- 100% aderente ao negócio de trade marketing.
- Trabalho remoto.
- No notebook ou no celular.
- Planejamento de projetos de trade marketing.
- Produtividade, economia e diversão.
- Sem investimento.
- Bairros e CEP onde contratar promotores extras.
- Mentoria e reciclagem de profissionais de business intelligence e trade marketing.
- Treinamento gratuito de equipes de planejamento, com certificação.

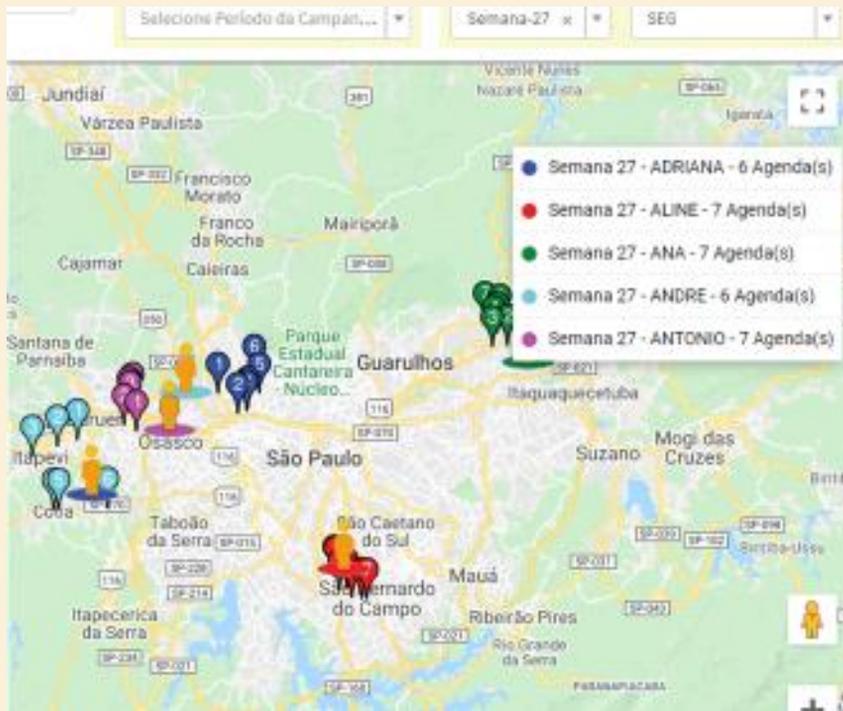
08 ALGORÍTMOS, MATRIZES DE ALTA COMPLEXIDADE E MEGA SERVIDORES NA NUVEM

321VÁ! oferece o óbvio, que outras ferramentas não fazem

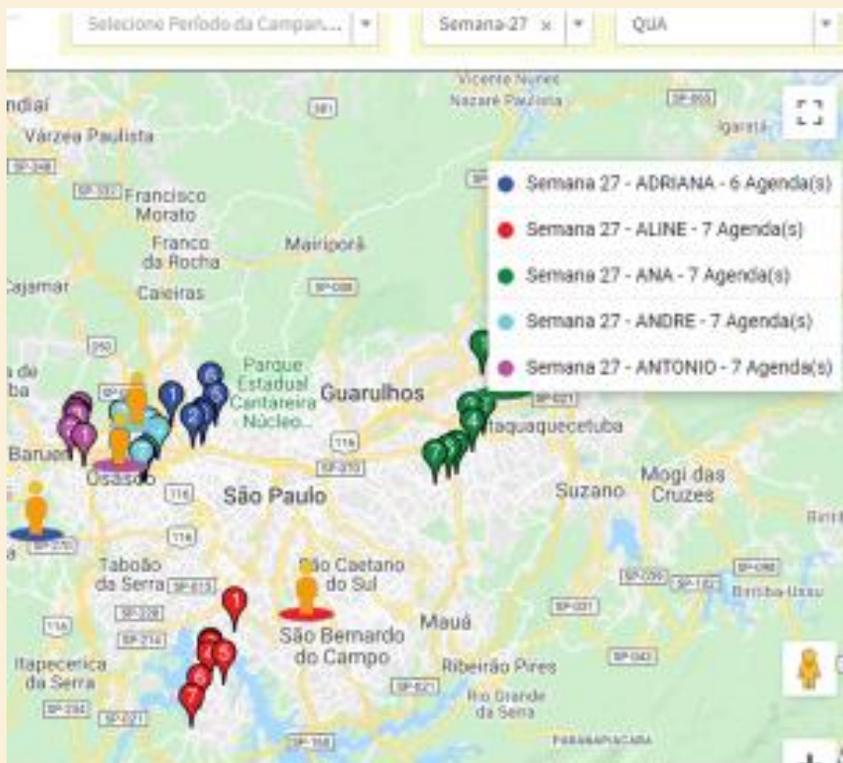
Mais de 210 milhões de CPUs, processam simultaneamente:

- 1) Mínima distância entre visitas. Rotas em forma de pirulitos, nunca em forma de pétalas;
- 2) Formação de grupos que preenchem ao máximo a jornada de trabalho do promotor, considerando mais tempo de permanência nos PDVs e menos tempo de percurso;
- 3) Além das coordenadas, consideram os obstáculos naturais (rios e canais, estradas de ferro, rodovias, muros) que iriam aumentar sobremaneira o custo e o tempo do percurso;
- 4) Relacionamento estático entre promotor e PDVs. Sempre o mesmo promotor atende um PDV;

Pelo fato de roteirização de pessoas considerar distintos tempos de permanência e diferentes frequências de visitas aos PDVs, quando se comparam as visitas de dois dias diferentes, é natural que haja mobilidade dos setores no mapa de calor.



Compare as rotas dos promotores na segunda feira (acima) com as rotas dos promotores na quarta feira (abaixo).



09 CONCEITOS ERRÔNEOS NO AGRUPAMENTO DE VISITAS.

Erros conceituais mais comuns no agrupamento de visitas de trade marketing:

- um erro: pontos de venda agrupados em setores ou polígonos em um mapa plano;
- outro erro: raios de atendimento para os promotores.

Os conceitos acima mencionados são o que há de mais antiquado. Só se justificavam porque serviam para garantir a inexistência de cruzamento de rotas.

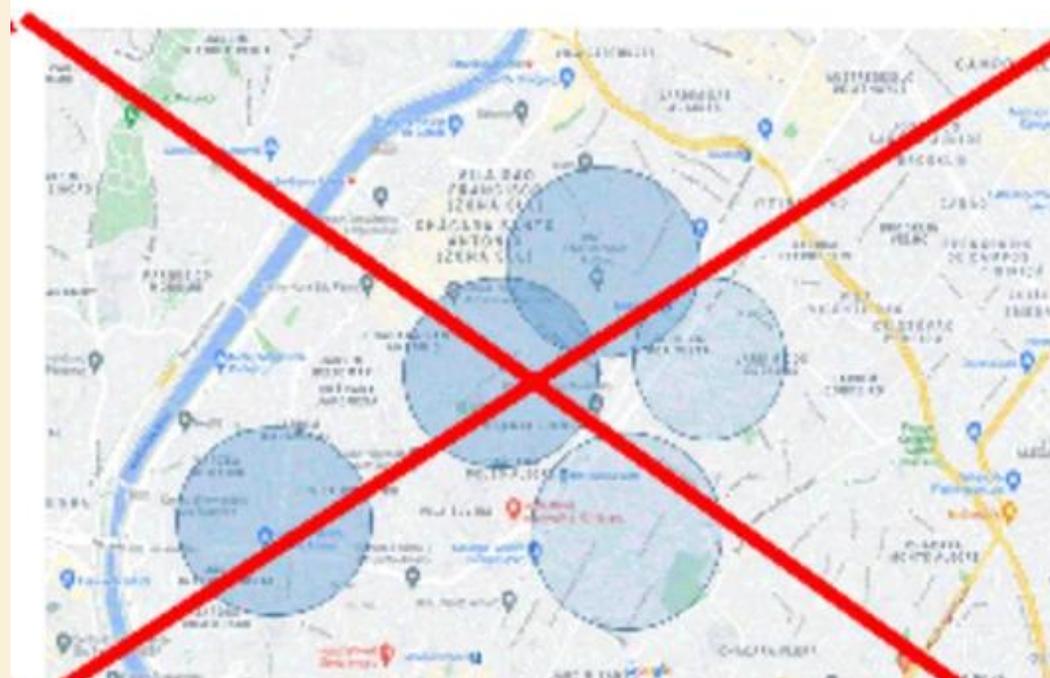
Trata-se de visão simplista, primária, amadora, incompatível com um assunto estratégico.

Para obter a mais alta rentabilidade em operações de Trade Marketing, um profissional de planejamento necessita de uma ferramenta rápida, 100% aderente ao negócio.

Focada em pessoas, intuitiva e amigável, as funcionalidades devem, ao mesmo tempo, permitir analisar e comparar inúmeros cenários e calcular agenda de visitas eficaz com rotas otimizadas.



Não é mais assim!!!



10 AGRUPAMENTO DE VISITAS DE TRADE MARKETING.

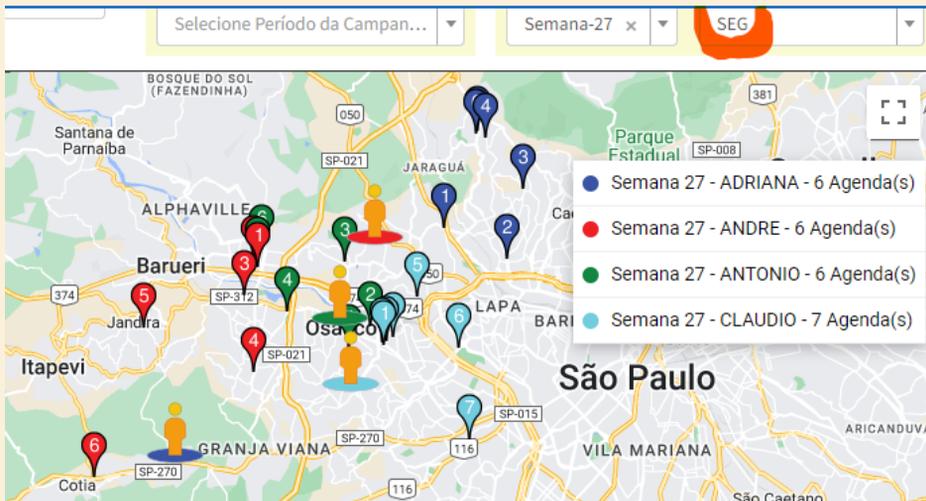
O agrupamento é distinto, para cada promotor, a cada dia.

O trabalho passa por criar e analisar simultaneamente:

- Mínima distância entre visitas;
- Obstáculos geográficos naturais;
- Relacionamento entre promotor e PDV;
- Máximo preenchimento da jornada de trabalho de cada promotor;
- Homogeneidade das jornada de trabalho da equipe como um todo;
- Máximo tempo de execução e mínimo de deslocamento
- Intervalos homogêneos entre visitas, por exemplo: duas vezes por semana (2^a. e 5^a. || 3^a. E 6^a. || 4^a. e sábado), três vezes por semana (2^a., 4^a e 6^a || 3^a., 5^a. e sábado).

Entendendo esse novo conceito a partir de agora, você percebe que o mapa de calor muda dia a dia.

Essa é a visão de especialistas atualizados, mais valorizados no mercado.



Compare as rotas dos promotores na segunda feira, na terça feira e na quarta feira.

11 CONCEITO DE TERRITÓRIO PARA GEOMARKETING E VENDAS.

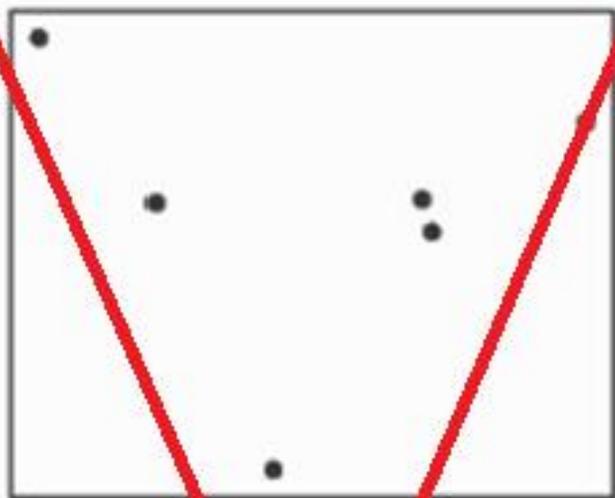
Território, área ou região geográficas (polígonos fechados ou raios a partir de pontos) é um conceito aplicável a geomarketing e a vendas.

O conceito de território não serve para trade marketing.

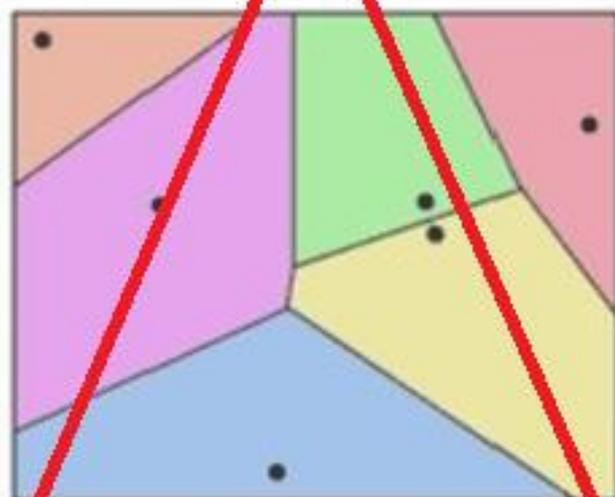
Em geomarketing, no balanceamento de territórios o que importa é potencial de vendas de cada área geográfica.

Em vendas o que importa é divisão político-administrativa cujo atendimento cabe a cada representante comercial, vetada a diminuição do valor das comissões ou do potencial do território.

Em trade marketing obter a mais alta rentabilidade da operação é função do máximo aproveitamento do tempo produtivo dos promotores durante a jornada de trabalho. Não é função do território.



Promotores



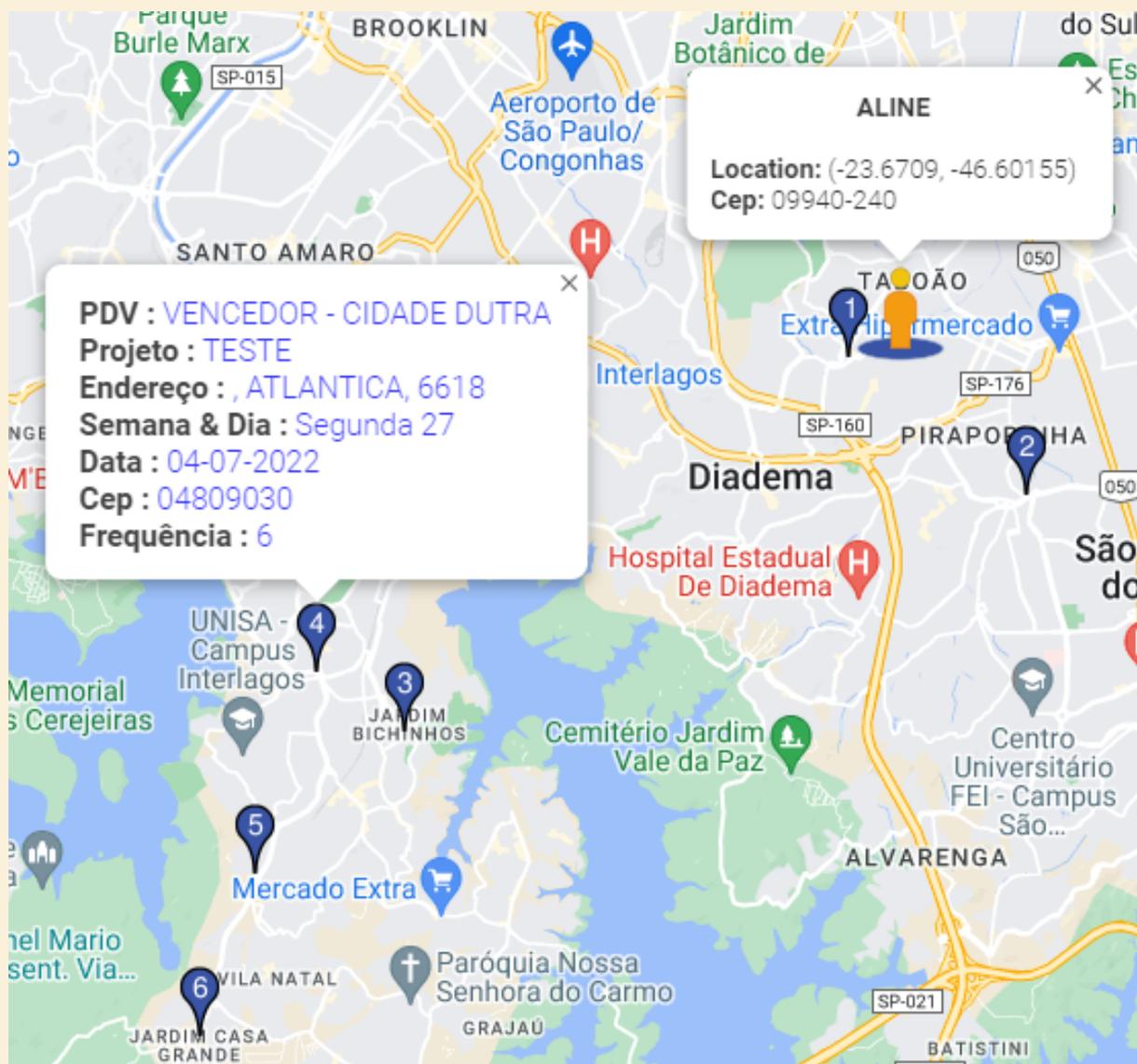
Territórios

12 ALOCAÇÃO DE PROMOTORES A PONTOS DE VENDAS.

No 32IVÁ! A alocação dos promotores aos PDVs é automática.

Estão disponíveis todos os recursos do Google Maps, tais como:

- Labels
- Zoom
- Mapa
- Foto das fachadas
- Pontos de Interesse
- Imagem satélite



ALINE

Location: (-23.6709, -46.60155)
Cep: 09940-240

PDV : VENCEDOR - CIDADE DUTRA
Projeto : TESTE
Endereço : , ATLANTICA, 6618
Semana & Dia : Segunda 27
Data : 04-07-2022
Cep : 04809030
Frequência : 6

13 SETORIZAÇÃO DINÂMICA.

Alocação de promotores de merchandising ou de pesquisadores de mercado a pontos de vendas.

No merchandising e/ou em visitas de pesquisa de mercado a setorização é dinâmica.

Não há restrição para que seja sempre o mesmo promotor e/ou pesquisador que vá efetuar a visita ao PDV.

No setor dinâmico não há relacionamento entre promotor e PDV. O Setor dinâmico é usado para merchandising e para pesquisa de mercado. Você tem uma lista de PDVs que podem ser visitados por qualquer promotor. A plataforma cria a lista de visitas do 1º. dia. A cada promotor aloca os PDVs que ele vai atender no 1º. dia. No dia seguinte, você subtrai as visitas já efetuadas e cria nova lista com as visitas remanescentes, e assim, dia a dia. É dispensada a setorização, pois os territórios do 2º. dia já não seriam exatamente os mesmos do 1º. dia. A certa altura pode acontecer de outro promotor estar mais próximo e ser alocado para atender aquele PDV. Mas é garantido que dia a dia, e em todo o período do projeto, cada promotor efetua a menor quilometragem, com o menor tempo de percurso e menor custo de deslocamento.

14 SETORIZAÇÃO ESTÁTICA

Alocação de promotores de trade marketing
a pontos de vendas.

No trade marketing a setorização é estática.

Há restrição para que cada PDV sempre seja visitado pelo mesmo promotor.

Até o lançamento da Plataforma 321VÁ! não havia ferramenta para, alocar promotores a pontos de vendas e, simultaneamente, construir de forma automática os setores de visita.

No setor estático um determinado PDV, durante todo o período do projeto, sempre é visitado pelo mesmo promotor. Você tem uma lista de PDVs e uma frequência de visitas. A Plataforma setoriza e cria uma lista de visitas. A cada promotor a Plataforma aloca automaticamente os PDV que ele vai atender durante todo o projeto.



15 SEQUÊNCIA DE VISITAS NA ROTEIRIZAÇÃO DE TRADE MARKETING.

Você cadastrou sua empresa, recebeu instruções de uso, sem investir efetuou orçamentos aos seus *prospects* usando os recursos gratuitos da Plataforma 321VÁ!, e acaba de “vender” o projeto.

Agora a Plataforma vai mostrar o valor que possui, e oferecer a estratégia para sua empresa obter a mais alta rentabilidade em operações de Trade Marketing.

- Produtividade operacional extrema da equipe de campo.
- mais visitas, mais tempo de execução e menos tempo de deslocamento durante a jornada diária de trabalho.
- custos mínimos de deslocamento dependem de:
 - 1) rotas diárias não cruzadas;
 - 2) em forma de pirulito;
 - 3) visitas agrupadas com distância mínima entre si;
 - 4) e que consideram obstáculos naturais (rios, ferrovias, rodovias, muros).

16 FORMATO DE ROTAS PRÓPRIO PARA TRADE MARKETING.

Se você é um profissional de marketing que está se deparando com problemas logísticos pela primeira vez, veja:

Se habilitar ao sucesso na área de logística requer concentração, atenção e determinação.

Trata-se de matéria clássica, onde às vezes conseguimos trazer soluções criativas e inovadoras a problemas que existem desde que o mundo é mundo.

Para chegar às boas soluções, são considerados pré-requisitos do profissional, conhecimentos básicos em ciências exatas e humanas.

Quer saber como é a sequência correta do roteiro?

O promotor sai de casa, viaja até a visita mais próxima, já no agrupamento. Faz as visitas do perímetro do grupo no sentido anti-horário. Em seguida, se houver vistas no centro do grupo, faz as do centro do grupo no sentido horário e, da última visita, retorna para casa.

Em países de mão inglesa, começa pelas visitas do perímetro do grupo no sentido horário. Em seguida, se houver vistas no centro do grupo, faz as do centro do grupo no sentido anti-horário e, da última visita, retorna para casa.

Não se deixe enganar. Rota em forma de pétalas só é própria para carga, onde não há relacionamento entre promotor e PDV, então quem passa mais próximo faz a coleta ou entrega.

Trade marketing precisa considerar distância mínima entre visitas, que resulta na maior taxa de ocupação do promotor durante a jornada de trabalho.

17 MÁXIMO APROVEITAMENTO DO TEMPO PRODUTIVO DA EQUIPE.

Promotores costumam trabalhar no regime das CLT, podem visitar mais de um ponto de vendas em cada jornada de trabalho e às vezes o trabalho executado pelo promotor no PDV é compartilhado entre produtos de diferentes marcas ou fabricantes.

Num projeto, o tempo disponível para execução no PDV mais deslocamento está limitado à soma das jornadas de trabalho de todos os promotores da equipe.

32IVÁ! calcula automaticamente a quantidade de visitas diárias destinadas a cada promotor levando em conta a jornada diária unitária.

Como critério, a distribuição das visitas entre os promotores tem que ser homogênea, considerando os tempos de execução, e de deslocamento destinados a cada um. Já a taxa de ocupação tem que ser máxima e a ociosidade, mínima.

Se você é de BI, confira um erro clássico de planejamento: verifique se há promotores a quem são destinadas 100 horas de trabalho semanais ao invés das 44 disponíveis na jornada semanal só para dizer que a equipe é enxuta.

18 PRODUTIVIDADE MÁXIMA CÁLCULO AUTOMÁTICO.

O roteirizador 321VÁ! é o único focado em pessoas.

No 321VÁ! o cálculo da produtividade máxima da equipe é automático e considera o preenchimento máximo e homogêneo do tempo na jornada de todos os colaboradores.

Visando a obtenção da maior rentabilidade na operação, o que se pretende é que cada colaborador tenha a maior taxa de ocupação (a menor ociosidade), o maior tempo de permanência nos PDVs e o menor tempo em deslocamentos.

Dica:

Se você quiser diminuir a frequência com que você faz roteirização de projetos recorrentes (re-roteirização) e quer processar mais rápido o cálculo e pagar menos, a dica é separar:

a) os promotores que sempre irão visitar e permanecer mais tempo nas visitas a clientes A e B, com maior *sellout*, ou maior quantidade de *checkouts* ativos.

b) dos promotores das visitas aos clientes C, que têm maior rotatividade e são os principais responsáveis por projetos recorrentes, e pela necessidade de roteirização mais frequente.

19 CONCLUSÃO.

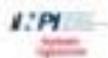
A inédita Plataforma <https://321va.com.br> é puro Design Thinking, colaboração participativa de renomados profissionais de BI, Trade Marketing, Operações e RH com nossa equipe de Engenheiros de Software e Programadores.

A tecnologia avançada do 321VÁ! personaliza a operação de trade marketing, dimensiona equipe, forma agenda estratégica, otimiza rotas, e dá acesso a resultados que você jamais teria com a metodologia tradicional.

Sem investimento inicial, juros sobre capital empatado, depreciação, taxa de instalação, treinamento, manutenção anual, atualização de mapas, upgrade de versões, etc., o projeto conceitual da operação é gratuito e o detalhamento de agendas e rotas é cobrado por visita.

Apresentação:
<https://youtu.be/GciCd3ATtmw>

Cadastre-se:
<https://321va.com.br>
e receba login e senha.



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DA ECONOMIA
INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL
DIRETORIA DE PATENTES, PROGRAMAS DE COMPUTADOR E TOPOGRAFIAS DE CIRCUITOS INTEGRADOS

Certificado de Registro de Programa de Computador

Processo Nº: **BR512020001292-2**

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial expede o presente certificado de registro de programa de computador, válido por 50 anos a partir de 1º de janeiro subsequente à data de 07/07/2020, em conformidade com o §2º, art. 2º da Lei 9.808, de 19 de Fevereiro de 1998.

Título: <https://321va.com.br>

Data de publicação: 07/07/2020

Data de criação: 07/07/2020

Titular(es): IDC INTELLIGENT DIGITAL CHARTS SERVIÇOS DE INFORMÁTICA LTDA

Autor(es): IRENE DAUD CAUBY; EDUARDO DEL MONACO CAUBY

Linguagem: PHP

Campo de aplicação: AD-10

Tipo de programa: AP-02

Algoritmo hash: SHA-512

Resumo digital: 7040d28e3c1e15997a5d4dcca5462fa205e31021361106b20e2d5529b3071d43381e90442316a8e0137d04c4e4cf5c22

Observação: Sim, O programa <https://321va.com.br>, objeto do presente Pedido de Registro de Programa de Computador, NÃO É derivado de qualquer outro programa.

Expedido em: 14/07/2020

<https://321va.com.br> ®

copyright

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
15 de Novembro
de 1889

20 SOBRE A IDC

Fundada em 14 de Junho de 1994.

1) A IDC desenvolveu, muito antes do Google, a cartografia digital inteligente, também chamados mapas digitais de arruamento urbanos de todas as cidades do Brasil, com atributos de georreferenciamento de endereços, geomarketing, roteirização e navegação por GPS.

Foi pioneira com propriedade intelectual e direitos autorais ou com participação no desenvolvimento sobre:

2) Plataforma na Internet mapaserotas, destinada à localização de veículos em Centrais de Monitoramento;

3) Plataforma na Internet BR inCity destinada à roteirização de carga fracionada;

4) Plataforma na Internet lapyx destinada a navegação no trânsito por GPS ou entre endereços ou entre Pontos de Interesse (POI);

5) Plataforma na Internet *FUI!* para sequenciamento e monitoramento por celular de entregas, integrada a sistemas de televendas, e-commerce e a sistemas de gestão ERP;

6) Plataforma na Internet para agendamento de serviços com contratos de nível de serviço SLA (Service Level Agreement) para manutenção preventiva e corretiva de caixas automáticos FIZ! integrada a sistemas de gestão ERP; e

7) Plataformas Digitais 321VÁ! (321va.com.br e 321va.com.pt) on-line destinadas ao planejamento de visitas de Promotores a Pontos de Vendas (PDVs), de empresas de qualquer porte, com balanceamento de territórios, agrupamento de visitas, alocação dos PDVs aos Promotores, sequenciamento de visitas, considerando meios de transporte, horários, distâncias e custos.

CONTATOS:

BRASIL:

atendimento@321va.com.br



PORTUGAL:

info@321va.com.pt

<http://321va.com.pt>

