

	GESTIÓN COMERCIAL	Código: GC-PRO-04
	PROCEDIMIENTO MERCADEO	Versión: 02
		Vigencia: 28/06/2024

PROCEDIMIENTO DE MERCADEO							
<p>OBJETIVOS DEL PROCEDIMIENTO: Crear, organizar y ejecutar el plan de mercadeo de CARRAZOS.</p>	<p>ALCANCE: Este procedimiento aplica para las actividades de mercadeo para las marcas y servicios de vehículos vinculadas con Carrazos.</p>						
<p>RESPONSABLE: Coordinadora de Mercadeo</p>	<p>PARTICIPANTES: Gerente General, Coordinador de mercadeo, Gerentes comerciales, Gerente Posventa, Directores Posventa, Community Manager, Agente Call center, Gerente Contable.</p>						
<p>RIESGOS Y CONTROLES</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">RIESGO</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">CONTROL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ejecutar actividades sin aprobación de las marcas</td> <td>Planeación y envió diseños, artes, actividades, textos y demás información a las marcas para previa aprobación.</td> </tr> <tr> <td>No llevar a cabo las actividades del plan de mercadeo por falta de recursos económicos</td> <td>Presentar con 15 días de antelación, el presupuesto adicional para ejecutar las actividades.</td> </tr> </tbody> </table>	RIESGO	CONTROL	Ejecutar actividades sin aprobación de las marcas	Planeación y envió diseños, artes, actividades, textos y demás información a las marcas para previa aprobación.	No llevar a cabo las actividades del plan de mercadeo por falta de recursos económicos	Presentar con 15 días de antelación, el presupuesto adicional para ejecutar las actividades.	<p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> EFFECTIVIDAD DE ACTIVIDADES REALIZADAS: Objetivo/resultado obtenido Total de ventas, leads y cotizaciones
RIESGO	CONTROL						
Ejecutar actividades sin aprobación de las marcas	Planeación y envió diseños, artes, actividades, textos y demás información a las marcas para previa aprobación.						
No llevar a cabo las actividades del plan de mercadeo por falta de recursos económicos	Presentar con 15 días de antelación, el presupuesto adicional para ejecutar las actividades.						
<p>REQUISITOS: (Norma, Ley, Organización) Manual de marca Mazda Identificación corporativa KIA Manual concesionarios VOLKSWAGEN Manual de marca SUBARU Manual corporativo JAC Manual de identidad visual HERO Guía de imagen de marca HINO CI MANUALS SUZUKI</p>	<p>RECURSOS: (Humano, Infraestructura y económico)</p> <ul style="list-style-type: none"> Humano: personal competente Infraestructura: Instalaciones, equipos de cómputo, teléfonos, internet y papelería. Económico: Presupuesto mercadeo. 						
<p>ANEXOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Plan de Mercadeo - Informe Actividades GSC-FOR-06 Formatos externos de planeación y solicitud apoyos mercadeo Reporte de actividades Formato Provisiones de ingreso GF-FOR-01 Plantilla actividades de las marcas (externo) Control Leads Redes Sociales GC-FOR-24 Informe Validez de Actividades de Seguimiento GC-FOR-05 Formato solicitud de elaboración de factura de venta para las marcas GF-FOR-02 							


	GESTIÓN COMERCIAL	Código: GC-PRO-04
	PROCEDIMIENTO MERCADEO	Versión: 02
		Vigencia: 28/06/2024

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO

#	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	INFORMACIÓN DOCUMENTADA
1	Solicitud de inventarios	Se realiza solicitud de inventario de vehículos a los Gerentes comerciales y Accesorios y repuestos a Directores Posventa para la posterior planeación de actividades de mercadeo y diseño de piezas publicitarias.	Coordinador mercadeo Gerentes comerciales Directores posventa	Inventario por marca
2	Solicitud campañas mensuales	El coordinador de mercadeo solicita a los Directores Posventa la información para diseño de campañas del mes y/o trimestral si aplica.	Coordinador mercadeo Directores posventa	Plan de Mercadeo - Informe Actividades GSC-FOR-06
3	Planeación y Elaboración de Diseños	<p>Se planifican las actividades de mercadeo de acuerdo con los recursos presupuestados por las marcas, la información obtenida por área comercial y posventa, y la disponibilidad de inventario de cada área.</p> <p>Se diligencia el formato de las marcas y se describen las actividades de mercadeo en donde se especifican:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qué • Cómo, • Cuándo, • Dónde, • Por qué • Objetivos <p>Coordinadora de mercadeo envía la planeación mensual de las actividades de mercadeo por medio de correo electrónico a las marcas para su aprobación.</p> <p>La marca envía un correo con la aprobación y/o ajustes de la planeación y se continua con el procedimiento.</p> <p>Posteriormente el diseñador gráfico elabora los diseños publicitarios y envía a las marcas para aprobación y publicación.</p>	Coordinador mercadeo Community Manager Diseñador Gráfico	Formato Solicitud provisiones de Ingreso GF-FOR-01 Plantilla de control actividades de las marcas y formatos solicitud de apoyos (externo) Formatos externos de planeación y solicitud apoyos mercadeo

	GESTIÓN COMERCIAL	Código: GC-PRO-04
	PROCEDIMIENTO MERCADEO	Versión: 02
		Vigencia: 28/06/2024




4	Realización de actividades de mercadeo	<p>Una vez aprobada las actividades se realiza su ejecución. Las actividades de mercadeo pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuñas radiales • Pauta digital y publicaciones en redes sociales (se programan campañas mensuales) • Playas de ventas • Publicidad impresa <p>Para el caso de Posventa, las piezas publicitarias se comunican al área de Call center para su conocimiento y divulgación a los clientes.</p>	<p>Coordinador mercadeo</p> <p>Community Manager</p>	Plan de Mercadeo - Informe Actividades GSC-FOR-06
5	Solicitud de provisiones	<p>Coordinadora de mercadeo realiza solicitud de provisiones de mercadeo según las actividades ejecutadas, en el formato SOLICITUD DE PROVISIONES DE INGRESOS GF-FOR-01.</p> <p>La solicitud se remite al área contable para la contabilización de la provisión</p>	<p>Coordinador de mercadeo</p> <p>Gerente Contable</p>	Formato Solicitud provisiones de Ingreso GF-FOR-01
6	Reporte de actividades	<p>La gestión de las actividades de mercadeo se reporta mensualmente en los formatos empleados por cada una de las marcas, los cuales se envía por medio de correo electrónico y/o plataforma de la marca según aplique.</p> <p>Coordinación de mercadeo reporta mensualmente al área comercial y posventa la efectividad de las actividades por medio del Plan de Mercadeo - Informe Campañas GSC-FOR-06</p>	Coordinador Mercadeo	Plan de Mercadeo - Informe Actividades GSC-FOR-06
7	Facturación	<p>Posteriormente la marca envía orden de facturación vía correo electrónico, la Coordinadora de mercadeo remite la solicitud por medio del formato: solicitud de elaboración de factura de venta para las marcas GF-FOR-02 ,el cual se envía al área contable para la facturación correspondiente.</p>	<p>Coordinador Mercadeo</p> <p>Área Contable</p>	Solicitud de elaboración de factura de venta para las marcas GF-FOR-02
8	Medición de Leads	<p>La Community Manager hace seguimiento de las redes sociales de Carrazos. Cuando exista interacción de personas interesadas en la compra de vehículos se les solicita información de contacto: Nombre, correo</p>	Community Manager	Control Leads Redes Sociales GC-FOR-24

	GESTIÓN COMERCIAL	Código: GC-PRO-04
	PROCEDIMIENTO MERCADEO	Versión: 02
		Vigencia: 28/06/2024

		<p>electrónico y número de teléfono.</p> <p>Community Manager realiza la asignación de leads a los asesores comerciales según marca correspondiente.</p> <p>Los datos del lead son ingresados al formato Control Leads Redes Sociales GC-FOR-24, el cual esta compartido en drive con Auxiliar CRM, quien realiza llamada de seguimiento, el cual se establece en el formato:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rojo: no le interesa • Amarillo: posiblemente • Verde: si le interesa. <p>Esta información se envía a los Gerentes Comerciales y Líder Motos para su seguimiento con asesores comerciales.</p>	<p>Gerente Comercial</p> <p>Líder Motos</p>	
9	Informe Mensual	<p>Mensualmente se realiza Informe general de mercadeo, en el cual se describe los resultados de las actividades realizadas y alcances por cada marca.</p> <p>El informe es socializado al Gerente General para sus respectivas decisiones de mejora.</p>	<p>Coordinador Mercadeo</p> <p>Community Manager</p> <p>Gerente General</p>	Informe general

CONTROL DE CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	FECHA DE CAMBIO	DESCRIPCION DEL CAMBIO REALIZADO
1	10/02/2022	ELABORACIÓN DE DOCUMENTO
2	28/06/2023	Se agrega descripción actividades posventa

ELABORÓ:	REVISÓ:	APROBÓ:
 ANGÉLICA SÁNCHEZ Community Manager	 SANDRA SANABRIA Coordinadora Mercadeo	 LUIS JOSE LEAL ESCOBAR Gerente General