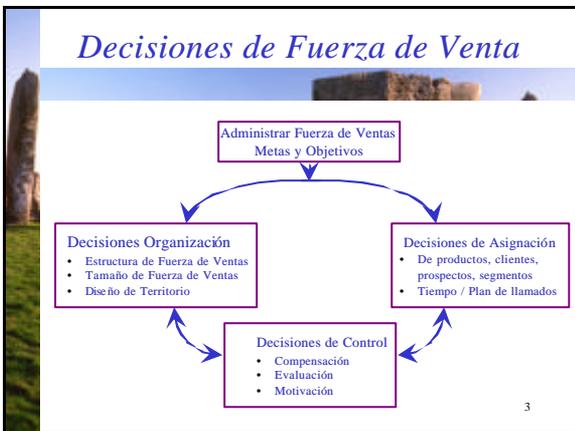




Fuerza de Venta, Importantes Temas

- **Tamaño:**
 - ¿Cuántos?
 - ¿Qué tipos? (Syntex)
- **Ubicación:**
 - A través de los productos (Syntex/Detailer)
 - Clientes / prospectos (Syntex)
 - Definido por Territorio (Geoline)
 - Call planning (CALLPLAN)(Integrated models: ZS)
- **Organización / Control:**
 - Compensación

2

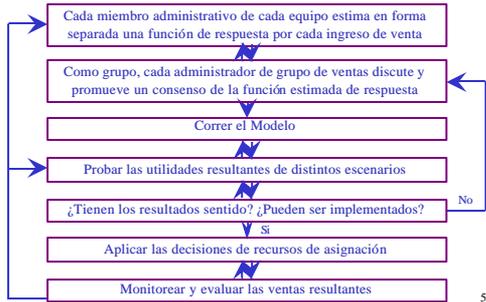


Tamaño de Fuerza de Venta

- Método de porcentaje de las ventas**
 - Vendedores = Costo de las ventas como porcentaje de las ventas / Promedio de costo de un vendedor
- Método de Punto de Quiebre**
 - Vendedores = Estimación de las ventas / Promedio de ventas por vendedor
- Basado en modelos de respuesta**
 - Syntex

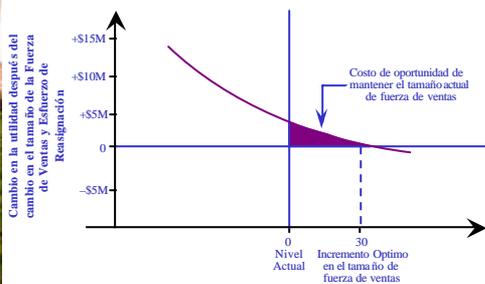
4

Modelo Syntex



5

Costo de Oportunidad Identificado por el Modelo Syntex



Cambio en el tamaño de la Fuerza de Ventas con respecto al nivel actual

6

Ejemplo de Tamaño de la Fuerza de Venta en Syntex

- Tamaño actual de Fuerza de Ventas (1982) es 433 representantes, expandiéndose entre 30–40 por año.
- Asignación de Fuerza de Ventas a :
 - 7 Productos: Naprosyn, Anaprox, Norinyl, etc.
 - 9 Especialidad de los médicos: Médico familiar, Medicina Interna, OB/GYN, etc.
- Pregunta:
 - ¿Cuál debiera ser el tamaño de la fuerza de ventas?
 - ¿Cómo se debiera asignar, por productos o especialistas médicos?
- Perspectiva:
 - Función estimada de respuesta, a través de juicio de expertos.
