

9. Los análisis de costos de marketing combinados con el análisis de ventas efectivas, proporciona una herramienta formidable para la gestión de la venta personal.
 - a) Verdadera.
 - b) Falso.

10. ¿Cuál de los siguientes datos internos de la empresa no es considerado como dato de salida para las mediciones objetivas de desempeño?
 - a) Número de órdenes.
 - b) Número de cuentas perdidas.
 - c) Número total de llamadas.
 - d) Tamaño promedio de orden.

PARTE II.

(20 puntos)

1. Según lo visto en clase, desarrolle los conceptos de CRM y SFA, y sus beneficios.
2. ¿En qué consiste la argumentación de los productos? Explique.

PARTE IV.

(30 puntos)

Massachusetts Restaurant Appliances (MRA) con sede en Somerville, Massachusetts (en el área de Boston), vende a restaurantes de todo EEUU aparatos industriales grandes, como refrigeradores, congeladores y lavavajillas. Por varios años, la empresa ha ocupado el segundo lugar en participación de mercado, sólo detrás del líder de la industria, RRS, de Nueva York, pero en años recientes ha ganado terreno.

MRA se encuentra especialmente optimista ante la posibilidad de alcanzar a RRS este año debido al ascenso de su gerente de ventas estrella, David Epstein, una persona dinámica de 31 años de edad, quien ha estado en la empresa desde que tenía 22. Epstein le cae bien al personal de ventas, pero también es agresivo y exige un gran desempeño. Una de sus iniciativas es asignar responsabilidades a todos los vendedores con una evaluación estricta de su desempeño mediante el empleo de razones, así como de mediciones únicamente objetivas. En particular, recopiló datos de desempeño de sus cuatro representantes de ventas como sigue (las cantidades están en dólares):

Representantes de Ventas	Ventas Previas	Ventas Actuales	Cuota Actual	Cuentas	Pedidos	Gastos	Visitas	Días trabajados
Derek	\$ 480,000	\$ 481,000	\$ 575,000	1,100	780.00	\$ 9,300	1,300	235
Johnny	\$ 750,000	\$ 883,000	\$ 835,000	1,600	1,970.00	\$ 12,300	1,800	223
Robert	\$ 745,000	\$ 852,000	\$ 850,000	1,350	1,650.00	\$ 11,000	1,700	230
Erin	\$ 775,000	\$ 925,000	\$ 875,000	1,700	1,910.00	\$ 12,800	1,850	225

A Epstein le gustaría ver un análisis de desempeño de los vendedores con las siguientes razones: crecimiento de ventas, promedio de pedidos, ventas respecto de cuotas, ventas por cuenta, gasto por ventas, visitas diarias y pedidos por visita.

Aunque a la mayoría de los vendedores les agradan las evaluaciones, unos cuantos dudan y temen las consecuencias. Robert Smythe, por ejemplo, opina que en su territorio, que abarca los estados montañoses occidentales y Alaska, es más difícil vender por que hay menos restaurantes y ha sido vendedor apenas un año. Hace poco cerró uno de los clientes más grandes de Derek Francona, y cree que sus cifras bajaron como consecuencia de ello. Ambos han pensado en renunciar porque, en su opinión, sus evaluaciones no han sido justas.

Epstein de verdad quiere ganarle a RRS este año, y cree que mejorar el desempeño de los vendedores es la clave. Por lo tanto, su sistema de evaluación de desempeño reviste la mayor importancia.

Preguntas

1. Con los datos proporcionados, calcule las razones de desempeño que pide Epstein y clasifique con ellas a los vendedores.
2. ¿Qué consejo o directriz debe dar Epstein a los vendedores para mejorar su desempeño?
3. ¿Cuáles son las limitaciones de este sistema de evaluación? ¿Qué ajustes o adiciones podría hacer Epstein para evaluar de forma más precisa el desempeño de los vendedores?