

Propuesta orientativa categoría Comercialización y Marketing

-

El trabajo de AECOC en el área de la Demanda se basa en impulsar las claves del “buen hacer comercial” a lo largo de la cadena de valor en cuatro ámbitos fundamentales: surtido, promociones, lanzamientos y merchandising.

Cualquier trabajo académico que persiga este objetivo puede ser perfecto candidato para esta categoría del Premio AECOC, siempre y cuando sirva de utilidad a sus empresas asociadas, fundamentalmente del sector de Gran Consumo de nuestro país.

A continuación te damos algunas recomendaciones, meramente orientativas

¿Qué áreas de trabajo resultan de interés?



Transformación digital de la cadena de valor

-

Aparición de nuevos roles (on line pure players, market places, comparadores, gestores de cupones...), multicanalidad, desmaterialización de los objetos, nuevas formas de transacción y medios de pago



Shopper digital

-

Evolución del comportamiento de compra a través de la red, oportunidades para el gran consumo, digitalización de la experiencia de compra (m commerce, movilidad y conectividad...), necesidad de transparencia de precio y valor, mayor individualización-reducción de los segmentos de clientes



Innovación en punto de venta

-

Acciones que permiten destacar la innovación en el lineal, buenas prácticas fabricante-distribuidor, acciones mejor valoradas por los compradores...



Optimizar surtido en supermercados de proximidad

-

Cómo analizar el microentorno del comprador para poder ofrecer, de manera eficiente, el surtido que mejor responda a las necesidades sus clientes (conveniencia, consumo vecinal...)



Comportamiento turista

-

De compra y consumo del turista



Comportamiento tercera edad

-

De compra y consumo de la tercera edad



Tecnologías en el punto de venta

-

Beneficios para el consumidor



Merchandising

-

Mejores prácticas en la exposición, comunicación en el lineal



Promociones

-

Evolución, eficiencia frente a momentos de poco presupuesto...



Experiencia de compra

-

Modelos de éxito, colaboración fabricante-distribuidor en este ámbito, factores de éxito, experiencia de compra multicanal...



TICs

-

Comportamiento de compra online

¿Qué tipo de trabajos?

- Análisis de éxitos y fracasos en estos ámbitos.
- Análisis de la percepción del consumidor en estos ámbitos.
- Propuestas innovadoras.
- Identificación de oportunidades de mejora.
- Benchmarking o comparativas de soluciones/procesos.
- Estimación de costes de las propuestas y su viabilidad en las empresas.

¿Qué deben incluir para ser verdaderas propuestas de valor?

- Antecedentes.
- Propuesta de valor concreta: pros y contras, oportunidades de mejora...
- Identificar claramente el target de nuestra propuesta.
- Cuantificar el mercado, tamaño de la oportunidad.
- Conclusiones con resultados que resulten viables y operativos, teniendo en cuenta la cadena de valor desde una perspectiva global.

¿Qué penaliza nuestro jurado?

- Soluciones inviables para la empresa, por contradecir la eficiencia u operatividad en cualquiera de los procesos de la cadena.
- El repositorio de ideas ya existentes sin aportación de valor novedosa
- Falta de rigor y metodología.
- No seguir la estructura recomendada en el punto anterior.
- Conclusiones triviales o demasiado generales.
- Los "corta y pega" de internet
- Considerar que una solución concreta (o modelo de negocio) propio de una empresa es válido para todo un sector. Sí es válido una solución concreta para una empresa concreta.
- La falta de business case.
- Propuesta de procesos donde no se aclare cómo se resuelven sus correspondientes pasos