

Promotion Mind

Inteligencia y operación de las promociones

App y tablero · descuentos promocionales en supermercados: pedirlos, aprobarlos, verlos en la góndola y saber si hicieron ganar plata.

El gerente de cuenta carga, el director aprueba, y Precision decide atrás: impacto, presupuesto, lo que se pierde, lo que aprendió y lo que debitó la cadena.

16 pantallas de la app

Tablero del director

Cómo se conecta todo

El resultado de cada promo

Cada uno ve lo suyo

La app · el gerente de cuenta

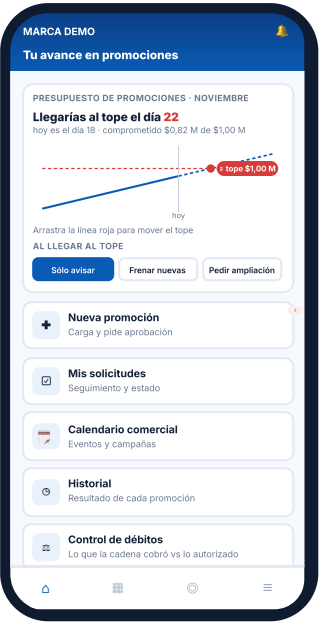
Del ingreso y el presupuesto a la recomendación de Precision.

1 Ingreso



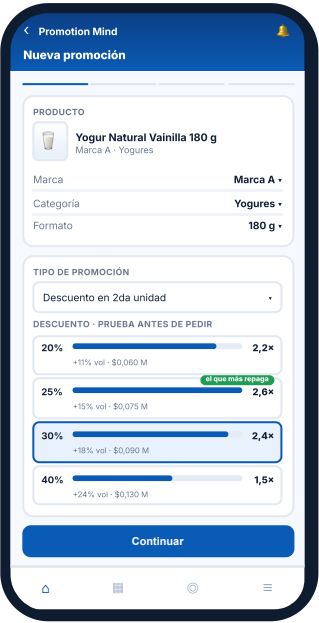
Cada uno entra con su usuario y su contraseña. Según su rol, ve lo suyo: el gerente de cuenta, su cadena; el director, todas; y el gerente general, además, el margen total.

2 Inicio



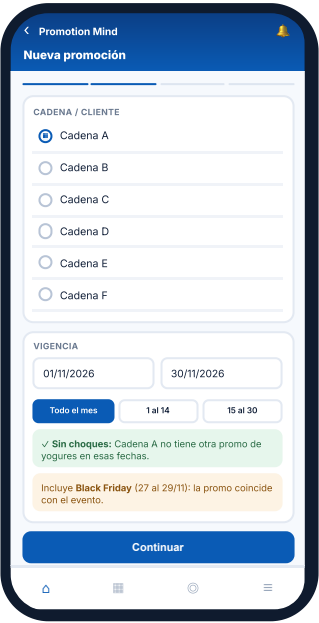
Antes que nada, el presupuesto de promociones del mes. No dice sólo cuánto queda: proyecta el ritmo y avisa el día en que llegarías al tope. Mueve el tope con el control y elige qué pasa al alcanzarlo.

3 Nueva promoción



Elige el producto y el tipo de promoción, y antes de pedir prueba el descuento: para cada porcentaje ve el retorno y el costo, y cuál repaga más. Queda cargado ordenado y en el momento.

4 Cadena y período



Elige la cadena y las fechas. Mientras elige, revisa el calendario comercial: si se pisa con otra promoción de la misma cadena y la misma familia, o con un evento, lo avisa ahí mismo y propone las semanas libres.

5 Análisis de Revenue Management



Con un toque, Precision analiza la promo: lo que se vendería sin ella, cuánto mueve el descuento al volumen, la estacionalidad, el margen, el efecto en el presupuesto y si choca con otra promo. La participación, sólo con datos de Nielsen.

6 Resultado del análisis



La recomendación y el impacto estimado contra no hacer la promo. Cada número va con su rango porque es una estimación, y se afina con cada promoción que termina.

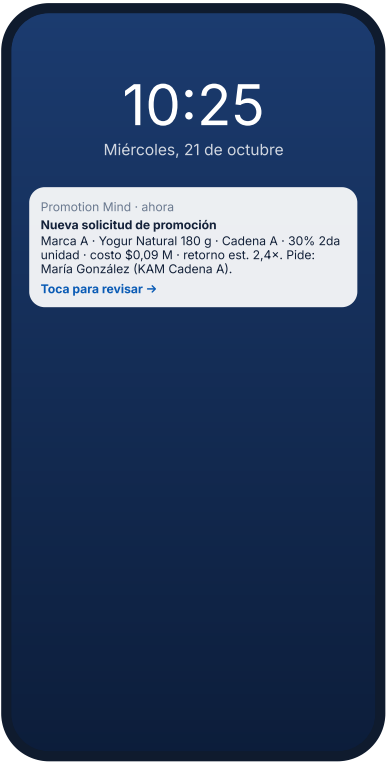
La app · el director

La solicitud, la decisión y el registro.

- 7 Solicitud de autorización
- 8 Notificación
- 9 Vista del director
- 10 Análisis detallado
- 11 Autorización confirmada



La solicitud viaja al director con el análisis y con su efecto en el presupuesto: con esta promo el tope se adelanta. Se ve antes de mandarla, no después.



El director recibe el aviso en el celular con lo esencial: qué, dónde, cuánto, y quién lo pide.



El director ve el análisis y también lo que se pierde si la rechaza. Decide con las dos caras a la vista. Toca «Autorizar».



Si quiere, el director profundiza antes de decidir: los indicadores, la evolución estimada de ventas con y sin promoción, y cómo rindieron promociones parecidas en el pasado. Desde aquí mismo autoriza.

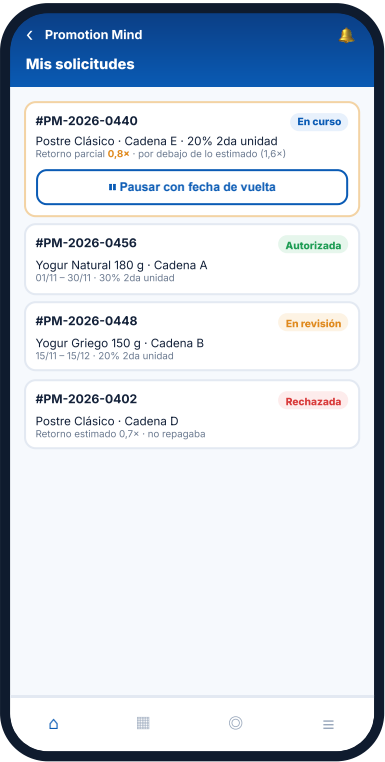


Autorizada. Queda registrada con número, quién la aprobó y a qué hora, y el presupuesto del mes se actualiza solo.

La app · durante y después de la campaña

Seguimiento, resultado real, lo que debitó la cadena, el calendario comercial y lo que se ve en la góndola.

12 Seguimiento



Todas las promociones y su estado. Si una no rinde, se pausa con fecha de vuelta en lugar de cortarla. Pruébalo en la que está en curso.

13 Resultado real



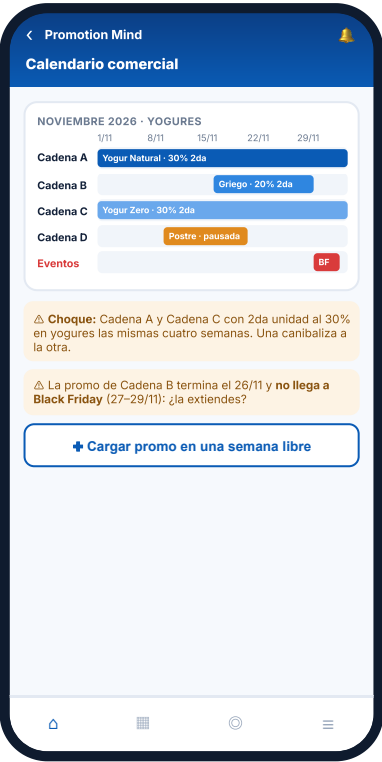
Al terminar, el resultado real contra lo estimado. Esa diferencia entrena al motor: la próxima recomendación ya la tiene en cuenta.

14 Control: lo que debitó la cadena



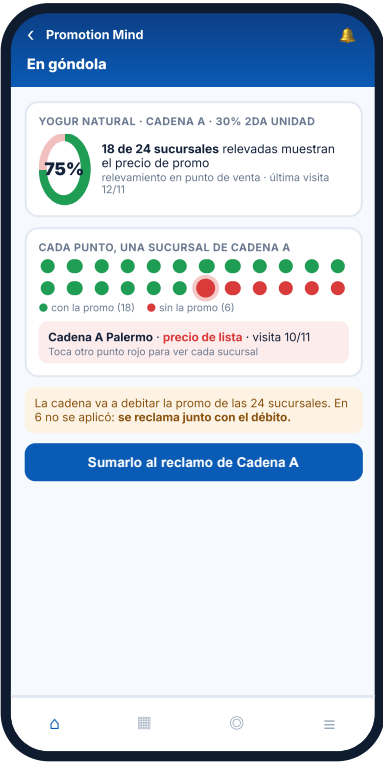
Lo que la cadena realmente debitó contra lo autorizado. La diferencia sale con la prueba, quién la reclama, y la cuenta regresiva del plazo: lo que no se reclama a tiempo, se pierde.

15 Calendario comercial



Todas las promociones de todas las cadenas en un solo calendario, con los eventos del mes. Los choques saltan solos: dos promos parecidas la misma semana, o una promo encima de un evento.

16 En góndola



Precision cruza la promo aprobada contra el relevamiento en el punto de venta: en qué sucursales se ve el precio de promo y en cuáles no. Si la cadena cobra la promo pero no la aplica, se pierde dos veces.

Cómo se conecta todo

La app es la entrada de ventas. Precision lee los sistemas de la compañía y Nielsen, cruza todo, y devuelve la respuesta: ¿la promo hizo ganar plata?

LO QUE ENTRA



La app · Promotion Mind

El gerente de cuenta carga lo negociado: «Cadena A, octubre, 30% todos los fines de semana, \$300.000». Cada acuerdo lleva su número. En la tienda se sacan las **fotos de la góndola**.

LA CARGA VENTAS

SISTEMAS DE LA COMPAÑÍA · QUEDAN DE SU LADO



Sell-in

Lo que la compañía le vende a cada cadena, por producto y semana. Del data lake o de un espejo.



Finanzas

Presupuesto de promociones, costo y margen por producto.



Notas de débito de las cadenas

Lo que cada cadena descuenta después, con su concepto.

API DE SOLO LECTURA · LA CLAVE LA CONTROLA LA COMPAÑÍA



Nielsen · Scantrack

Venta al consumidor (sell-out) y participación de mercado de la categoría.

CONEXIÓN DIRECTA O SU ARCHIVO



Precision · el motor

Cruza lo que ningún sistema cruza solo

Acuerdo ↔ nota de débito

La nota llega semanas después. Se cruza por cadena, período, concepto y número de acuerdo. Lo que no calza queda para reclamar.

Sell-in ↔ sell-out

Si la compañía vendió más pero el consumidor no compró más, la cadena se stockeó barato.

Fotos ↔ promo aprobada

Dónde se ejecutó, con el nivel de Perfect Store de cada tienda.

Inversión ↔ margen

Venta de más, menos el bache de después, menos lo invertido: el resultado, con su rango.



LO QUE SALE

En la app

Simulador, recomendación, Tope y Merma antes de aprobar.

Tablero del director

Presupuesto, aprobaciones, calendario, góndola y débitos de todas las cadenas.

Tablero de cada promo

Lo negociado, el cumplimiento, las curvas y la respuesta: ¿se ganó plata?

Reclamos a las cadenas

Con la prueba, quién reclama y el plazo.

Lo que aprende

Cada promo cerrada afina la próxima recomendación.

El dato no se mueve: queda en los sistemas de la compañía y el motor sólo lee.

Respaldo: si la API demora, los mismos datos en una carpeta compartida, una vez por día.

Sin dato, no hay número: lo que falta dice «en entrenamiento».

El tablero del director, en Precision

Todo lo que pasa con las promociones en una pantalla: presupuesto, aprobaciones, retorno, débitos y lo que aprendió el motor.

Precision · Marca Demo

tablero de promociones · noviembre

Director de Ventas

Gerente General

KAM Cadena A



PRESUPUESTO DEL MES

\$1,00 M

= octubre

COMPROMETIDO

\$0,82 M

82% · ▲ 8 pts vs oct

TOPE PROYECTADO

día 22

8 días antes de fin de mes

PROMOS ACTIVAS

14

▲ 3 vs oct

RETORNO PROMEDIO

1,9×

▲ 0,2 vs oct

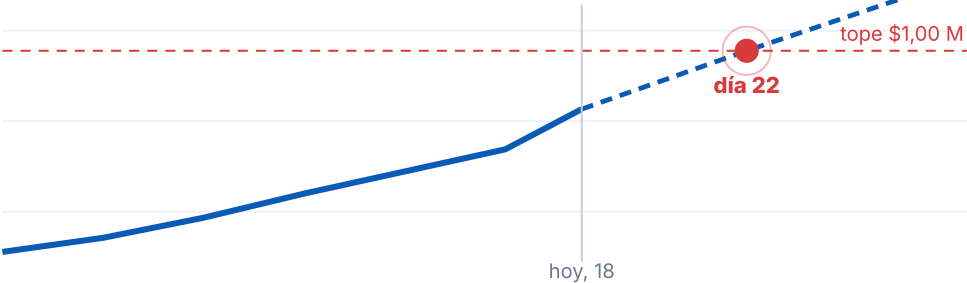
A RECLAMAR

\$0,11 M

vence en 12 días

Topes · presupuesto de noviembre

la línea se dibuja sola · el punto late en el choque



Al llegar al tope: sólo avisar · frenar nuevas · pedir ampliación

Para aprobar hoy

3 pendientes

Yogur Griego 150 g · Cadena B

20% 2da unidad · retorno est. 2,1× · si se rechaza: -\$0,15 M

⌚ aprueba antes del jueves 18 h: llega a góndola el 15/11

Rechazar

Aprobar

Yogur Zero 180 g · Cadena C

30% 2da unidad · retorno est. 1,4× (1,0 a 1,8)

empuja el tope al día 19

Rechazar

Aprobar

Postre Clásico · Cadena D

40% 2da unidad · retorno est. 0,7× · no repaga

¿pausarla para revisar en vez de rechazar?

Rechazar

Aprobar

Retorno por cadena

real · | estimado

Cadena A		2,1×
Cadena B		1,8×
Cadena D		1,6×
Cadena C		0,9×

Cadena C rinde menos de la mitad de lo estimado: revisar las promos de esa cadena.

Débitos de las cadenas

autorizado vs debitado

CADENA	AUTORIZ.	DEBITADO	DIF.	PLAZO
Cadena A	\$0,090	\$0,118	+\$0,028	12 d
Cadena B	\$0,140	\$0,192	+\$0,052	5 d
Cadena D	\$0,060	\$0,061	+\$0,001	ok
Cadena C	\$0,050	\$0,083	+\$0,033	20 d

\$0,11 M impugnables, con la prueba y quién reclama.

Lo que aprendió el motor

En Cadena A, yogures responden un 5% menos que lo estimado. Ya ajustado.

Descuentos de 40% o más: adelantan venta y la última semana cae. Mejor 25-30%.

Postre Clásico · Cadena E rinde 0,8× en curso: pausada hasta el 18/11.

PROMOTION MIND · POWERED BY PRECISION · CONNECTING DOTS

DEMO CON DATOS DE EJEMPLO · 6

El tablero del director · calendario y góndola

Todas las promociones de todas las cadenas en el mes, y si de verdad se ven en el punto de venta.

Precision · Marca Demo

tablero de promociones · noviembre

Director de Ventas

Gerente General

KAM Cadena A



PROMOS EN NOVIEMBRE

14

▲ 3 vs octubre

CHOQUES EN EL CALENDARIO

2

a resolver antes del 1/11

SUCURSALES CON LA PROMO

75%

59 de 79 · ▲ 6 pts vs oct

SUCURSALES CON PROBLEMA

20

precio de lista o sin stock

SUMAR AL RECLAMO

\$0,04 M

sobre los \$0,11 M de débitos

Calendario comercial · noviembre

todas las cadenas · línea negra: hoy 18/11 · rojo: Black Friday 27-29

Cadena A

Yogur Natural · 30% 2da

aprobada · retorno est. 2,4×

choque

Cadena C

Yogur Zero · 30% 2da

en curso · rinde 0,9×

choque

Cadena B

Griego 150 g · 20% 2da

para aprobar · 15 al 26/11

Cadena D

Postre Clásico · 40% 2da

para aprobar · 0,7×

Cadena E

Postre Clásico · 20% 2da

en curso · 0,8×

II pausada

vuelve sola el 18/11

Lo que salta solo

Choque Cadena A · Cadena C: las dos con yogures a 30% 2da todo el mes, a pocas cuadas. Una le come venta a la otra: escalonar una semana.

Cadena B termina el 26/11 y no llega a Black Friday (27-29). Extenderla 3 días cuesta ~\$0,02 M.

Cadena D al 40% no repaga (0,7×). Precision sugiere bajarla a 25%: el que más repaga en el simulador.

En góndola · por cadena

● con la promo · ● sin la promo

Cadena B

88%

30 de 34

▲ 7 pts vs oct

Cadena A

75%

18 de 24

▲ 5 pts vs oct

Cadena C

52%

11 de 21

= octubre

Cada punto es una sucursal · toca un punto rojo para ver qué pasó

Cadena C aplica la promo en la mitad de sus sucursales: por eso rinde 0,9× y no lo estimado. No es el descuento, es la ejecución.

Sucursales con problema

se cobra la promo, no se aplica

CADENA · SUCURSAL	LO QUE SE VIO	VISITA	RECLAMO
Cadena C · Flores	precio de lista	9/11	KAM Cadena C
Cadena C · Morón	precio de lista	10/11	KAM Cadena C
Cadena A · Palermo	precio de lista	10/11	KAM Cadena A
Cadena A · Caballito	precio de lista	11/11	KAM Cadena A
Cadena A · Lanús	sin stock	12/11	KAM Cadena A

+ 15 sucursales más

Fuente: relevamiento en punto de venta de la compañía y precios publicados por sucursal. Va directo al reclamo, con la foto y la fecha.

PROMOTION MIND · POWERED BY PRECISION · CONNECTING DOTS

DEMO CON DATOS DE EJEMPLO · 7

El resultado de una promoción

Cadena A · yogures · 30% todos los fines de semana de octubre. Lo negociado, lo ejecutado y si hizo ganar plata.

Precision · Marca Demo

promoción #PM-2026-0412 · Cadena A · octubre

Director de Ventas

Gerente General

KAM Cadena A



INVERSIÓN NEGOCIADA

\$300.000

30% fines de semana

CUMPLIMIENTO

82%

79 de 96 sucursal x finde

PERFECT STORE

78 pts

▲ 6 pts vs septiembre

SELL-IN · SELL-OUT

+24% · +11%

la cadena se stockeó

PARTICIPACIÓN (NIELSEN)

20,0%

▲ 1,8 pts vs septiembre

¿SE GANÓ PLATA?

+\$84.000

sí · de +\$40 a +\$130 mil

Sell-in contra sell-out

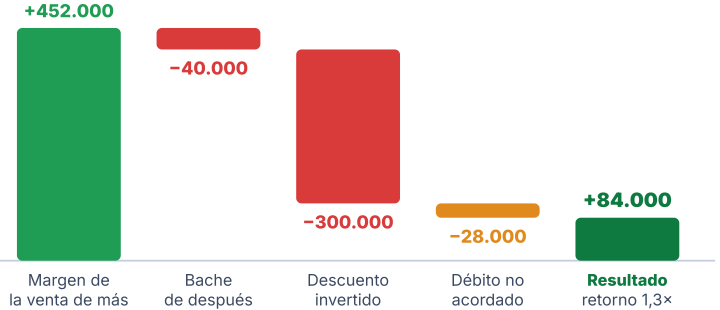
índice semanal · septiembre = 100



La compañía le vendió a Cadena A un 24% más, pero el consumidor compró un 11% más. La diferencia quedó en el depósito de la cadena y explica el bache de noviembre.

¿Se ganó plata?

en pesos · contra no hacer la promo



Ganó plata, pero menos de lo que parece: sin el bache y el débito de más, el resultado sería \$152.000.

Fotos de la góndola

tomadas desde la app · 79 de 96



30% FINDE

Belgrano
sáb 11/10
✓ visible PS 88



30% FINDE

Lanús
sáb 18/10
✓ visible PS 85



30% FINDE

Caballito
dom 19/10
✓ visible PS 71



PRECIO LISTA

Palermo
sáb 25/10
X sin promo PS 64

Demo: ilustraciones en lugar de las fotos. 17 sucursal x finde sin la promo: van al reclamo junto con el débito.

Participación · Nielsen

yogures en Cadena A

De cada 100 yogures que se vendieron en Cadena A, cuántos fueron de la compañía

Septiembre 18,2

Octubre 20,0

Noviembre* 18,9

Ganó 1,8 puntos y se quedó con 0,7 después.

*Dos semanas. Si Nielsen no abre por cadena, se muestra el canal supermercados.

Débitos de Cadena A

acordado vs debitado

CONCEPTO	ACORDADO	DEBITADO
Descuento 30% finde	\$300.000	\$300.000
Exhibición adicional	—	\$28.000
Total	\$300.000	\$328.000

\$28.000 no acordados + 17 sucursal x finde sin la promo. Reclama: KAM Cadena A · quedan 12 días.

PROMOTION MIND · POWERED BY PRECISION · CONNECTING DOTS

DEMO CON DATOS DE EJEMPLO · 8

Cada uno ve lo suyo

El mismo tablero, recortado en el servidor según quién entra. Nadie recibe lo que no le corresponde.

Gerente de cuenta (KAM)

un usuario por cadena · ej. KAM Cadena A

- Su presupuesto y su Tope (sólo su cadena)
- Sus promociones: pedidas, aprobadas, en curso
- El retorno real de sus promos
- Lo que debitó su cadena y su plazo para reclamar
- El calendario y la góndola de su cadena
- El simulador antes de pedir

carga y pide autorización

Director de Ventas

todas las cadenas

- Presupuesto total contra lo gastado y el Tope
- Las promos para aprobar, con la Merma y el Plazo
- Retorno por cadena, marca y gerente de cuenta
- Débitos y reclamos de todas las cadenas
- Calendario de todas las cadenas, con choques
- Góndola: dónde se aplicó la promo y dónde no
- Lo que aprendió el motor

aprueba o rechaza

Gerente General

la dirección general

- Todo lo del director
- Más: contribución y margen totales del mes
- Comparativo contra el mes y el año anterior

también aprueba o rechaza

PERMISO	GERENTE DE CUENTA	DIRECTOR DE VENTAS	GERENTE GENERAL	ADMINISTRADOR
EN LA APP				
Cargar una promoción y probar el descuento en el simulador	✓	—	—	—
Aprobar o rechazar (con la Merma a la vista)	—	✓	✓	—
Pausar una promo con fecha de vuelta (Tregua)	la suya	✓	✓	—
Iniciar el reclamo de un débito o de la góndola	su cadena	✓	—	—
EN EL TABLERO DE PRECISION				
Presupuesto, Tope y retorno	su cadena	todas	todas	—
Calendario comercial y choques	su cadena	todas	todas	—
En góndola: sucursales con y sin la promo	su cadena	todas	todas	—
Contribución y margen totales, contra el mes y el año anterior	—	—	✓	—
Cargar el presupuesto del mes y dar de alta usuarios	—	—	—	✓

Promotion Mind · powered by Precision

Cada promoción, una decisión que se puede medir.

Gracias

federico@connecting-dots.com