



Ejercicios
SESIÓN 3.1

1. ¿Cómo valorar mi stock?

¿Cómo comprar y vender mejor?

3



EJERCICIOS SESIÓN 3.1

- 1. Vamos a realizar nuestro INVENTARIO COMERCIAL**
- 2. Dividimos (y contamos) la monturas y gafas de sol en 4 grandes grupos:
Caballero/Señora/Unisex y niño**
- 3. Por segmentos de precio**
- 4. Por marca y proveedor**
- 5. Por fecha de compra**

Ejercicio 1

Análisis del estado de mi stock actual.

Cuenta cuentas monturas y gafas de sol tienes

	Tipología	Caballero/Señora/Unisex/Niño
	Precio	Rangos : <60 , de 60 a 80, de 80 a 100 , de 100 a 120, De120 a 140 de 140 a 180, 180 a 250, >250
	Fecha de compra	Sol: menos 1 año , de 1 a 2 años , mas de 2 años Graduado: menos de 2 años de 2 a 3 años, más de 3 años
	Marcas	Numero de monturas y sol por marca y proveedor.
	Marca blanca	Monturas y sol de marcas propia

Planograma de producto por precio

Vamos a contar monturas y gafas de sol (separadamente) por segmentos de precio.

PVP	<60	60/80	80/100	100/140	140/180	>180
Caballero						
Señora						
Unisex						
Niño						
Total						

Planograma de producto por marca

Cuenta tus marcas por segmento de precio y marca:

Esta es una versión más sencilla de la calificación de posicionamiento pero muy efectiva.

Lujo * 200 €

Premium: 140 a 200

Comercial : 80 a 140

Primer precio: de 60 (o menos) a 80 €

Descubre que segmentos de precio tienes “superpoblados”.

Lujo						
Premium						
Comercial						
Primer precio						
Total						

Planograma de producto por vigencia

Atendiendo al fecha de compra vamos a calcular la composición de nuestro stock por porcentaje de producto.

En graduado ACTUAL comprado hace menos de 2 años, VIVO comprado hace menos de 3 , en RIESGO entre 3 y 4 años, OBSOLETO más de 4 años.

En gafas de sol el criterio es un año menos de fecha de compra.

Sumamos y dividimos por el total de producto para conocer el porcentaje.

	Graduado	Porcentaje		Porcentaje	RIESGO
Actual					
Vivo					
Riesgo					
Obsoleto					
Total					

Planograma de ventas

Cuenta tus ventas por segmento de precio y marca:

Esta es una versión más sencilla de la calificación de posicionamiento pero muy efectiva.

Lujo * 200 €

Premium: 140 a 200

Comercial : 80 a 140

Primer precio: de 60 (o menos) a 80 €

Descubre que segmentos de precio son los de mayor peso en tus ventas .

Puede subdividir el grupos en escalados de precio de mayor detalle si obtienes un porcentaje muy alto.

MARCAS						
Lujo						
Premium						
Comercial						
Primer precio						
Total						

LAS PREGUNTAS QUE DUELEN

- 1-¿Está tu stock equilibrado?**
- 2- ¿Cuentas con un numero de proveedores superior a 15?**
- 3- ¿Qué tipo de productos se han quedado obsoletos?**
- 4. ¿Qué porcentaje de producto obsoleto tienes en los diferentes segmentos?**
- 5. ¿Eres capaz de calcular cual es el valor real del stock actual y cuanto invertiste en é?**



VALMOND

ÓPTICAS

aceleramos tu negocio

valmondmarketing.com
opticas@valmondmarketing.com

Paseo de la Castellana, 123
3º C Derecha 28046, Madrid
+34 911 096 180

