

## Prueba

Slákdñsñkdñsdkñsakdñsakdkñ'sañdkf'çdkfkdsf

+fa+`ksaldñasldñlasçdlásldç'lsa

Dlasdlásñ,.s,vñ,sfñ,vñf,vf,ñv,fñv'sl

Çasdásñdç'sañdç'ñs'dñas'dñasñd'sñad

Para realizar una cotización no es necesario agregar un cliente o prospecto, esto dependerá del criterio del vendedor; debe considerar las cotizaciones como “borradores” para posteriormente hacer sus plantillas y finalmente sus pedidos.

1. En caso de seleccionar un cliente o prospecto, ir a Directorio y seleccionarlo, de no ser así, omitir este paso y pasar directamente a la búsqueda de los artículos.

La búsqueda de artículos es de un máximo de 40 artículos y cuenta con dos opciones, la primera es seleccionar la barra de búsqueda y capturar el código o nombre en singular del producto, la segunda es en el catálogo de productos, situado en el botín de Nuevo Pedido, dando clic a la imagen del producto **deseado**. Una vez seleccionado aparecerán los detalles del artículo; el primer elemento son las imágenes del producto. Seguido de ellas se encuentra la clave y lista de precios asignados, si desplazamos esta veremos 3 opciones: el “**precio lista**” se refiere al precio que se tiene a público, “**precio 2**” es para clientes frecuentes y, “**precio 3**” es para clientes mayoristas. En el caso de un perfil de gerente aparecerá una **4ta opción de precio**, esta opción se dirige principalmente a mayoristas o usuario final que compran por **volumen**. Posteriormente se encuentra la **descripción del producto**, así como su **disponibilidad** en todos los almacenes a nivel Nacional y en el almacén que se encuentra dado de alta el usuario, y un link de **comparativo de precios**. Ésta última opción nos permitirá visualizar los productos similares al que seleccionamos en caso de necesitar otras opciones de venta. Encontramos el botón de cantidad, para añadir al carrito, debajo aparece un recuadro con la información del producto, así como **fichas/documentos** que lo avalan. Al final de la página aparecerán productos **sustitutos** y **relacionados**.

Es importante que el vendedor al momento de realizar una cotización o pedido con el cliente ofrezca los productos de las diferentes líneas con las que cuenta Ecodeli para así poder lograr **un mix de venta**. El mix de venta permitirá que los márgenes de utilidad tengan la oportunidad de crecer; Ecodeli cuenta con ocho líneas de productos, de las cuales tres (*Blue Tissue, Tork y Kimberly*) representan más del 60% de las ventas nacional, sin embargo, su margen de ganancia oscila entre el 12-18% por lo tanto, al realizar un mix de venta podemos compensar este margen con la venta de otras línea