

HITS  
DO TRADE  
MARKETING

PRÊMIO  
MELHOR  
EMPRESA

2020



A MAIOR EXPERIÊNCIA  
EM TRADE MARKETING  
NA AMÉRICA LATINA.

## Prepare a sua equipe e seus conhecimentos para participar do prêmio mais aguardado do Trade Marketing.

Após o sucesso da última edição, o **Prêmio Involves** está repleto de novidades.

Realizado anualmente, o **Prêmio Involves** chega à 6ª edição em 2020. Com o propósito de incentivar o uso efetivo e as melhores práticas da sua plataforma (o **Involves Stage**), a Involves apura e revela **empresas e líderes que mais se destacaram no ano.**

Agora a premiação será realizada durante o **Involves UP** que acontece no período da tarde do dia **08 de setembro**, um dia antes do início do Involves Experience, a maior experiência em trade marketing da América Latina que acontece nos dias 09 e 10 de setembro, na SÃO PAULO EXPO - SP. Rodovia dos Imigrantes, Km 1,5.

### Click para acesso rápido

1. Regulamento
2. Categorias
3. Métodos
4. Indicadores



PREMIAÇÃO MELHOR EMPRESA | 2020

Acesse:  
[involvesexperience.com](http://involvesexperience.com)

 **involves**  
experience / 2020

a maior experiência em trade  
marketing da América Latina  
09 e 10 de setembro  
SÃO PAULO EXPO

## 1. Regulamento

**1.1** - Não requer inscrição para participar;

**1.2** - Podem concorrer apenas empresas que estiverem adimplentes e com contrato ativo até o dia do evento;

**1.3** - Serão computados dados da operação do período: 01/04/2020 a 31/07/2020;

**1.4** - Todos os ambientes de um sistema (URL) participarão automaticamente, e serão avaliados separadamente (uma nota para cada ambiente, de acordo com sua performance). Entretanto, a categoria em que estes ambientes concorrerão será determinada pelo número total de licenças do sistema (URL) e todos os ambientes concorrerão na mesma categoria;

**1.5** - Clientes com projeto implantado até o dia 01 de abril de 2020 estarão aptos a participar;

**1.6** - Serão considerados todos os ambientes ativos com criação superior a 3 meses, exceto Ambientes Sazonais e Testes;

**1.7** - Se, ao iniciar o período de validação, o cliente estiver com o ambiente ativo há menos de 3 meses, o mesmo começará a ser contabilizado a partir do 3º mês de uso e terá o seu total dividido por 4, que é o período total de validação da operação;

**1.8** - Só receberá o prêmio no palco, o cliente que estiver presente na data do Evento. Não é possível encaminhar um representante de empresas parceiras. Os premiados que não estiverem presentes receberão o prêmio após o Involves Experience;

**1.9** - É preciso encaminhar a logo atualizada da empresa, em vetor, para o e-mail: [eventos@involves.com.br](mailto:eventos@involves.com.br).



PREMIAÇÃO MELHOR EMPRESA | 2020

 **involves**  
experience / 2020

a maior experiência em trade  
marketing da América Latina  
09 e 10 de setembro  
SÃO PAULO EXPO

## 2. Categorias

**2.1** - Serão quatro categorias para premiação de **Agências e Serviços:**

- 2.1.1** - Empresas até 50 colaboradores;
- 2.1.2** - Empresas de 51 a 200 colaboradores;
- 2.1.3** - Empresas de 201 a 500 colaboradores;
- 2.1.4** - Empresas com mais de 501 colaboradores.

**2.2** - Serão **quatro** categorias para premiação de **Indústrias:**

- 2.2.1** - Empresas até 50 colaboradores;
- 2.2.2** - Empresas de 51 a 200 colaboradores;
- 2.2.3** - Empresas de 201 a 500 colaboradores;
- 2.2.4** - Empresas com mais de 501 colaboradores.

**2.3** - Serão duas categorias para premiação de **Distribuidores:**

- 2.3.1** - Empresas até 50 colaboradores;
- 2.3.2** - Empresas com mais de 51 colaboradores.



## 3. Método de cálculo de cada objetivo da Metodologia Involves

### 3.1 - Come together 🎵

Imagine um disco composto por três faixas: produtividade, execução e inteligência. Nossa metodologia é assim: cada faixa possui um conjunto de indicadores que determinam as principais oportunidades de melhoria para desenvolver um trade marketing cada vez mais produtivo e efetivo.

Se você estiver com alguma métrica abaixo do esperado, seu consultor tem um plano de ação prontíssimo para te ajudar. Junto deles, ainda preparamos diversos Extended Plays (EPs), os conteúdos de apoio exclusivos que capacitam sua equipe para que todos consigam evoluir com seus próprios esforços, proporcionando evolução e melhores resultados.

### 3.2 - Don't let me down 🎵

Como vamos mensurar sua jornada? Na música e no trade marketing, a execução é imprescindível para proporcionar uma experiência única no público, por isso os músicos contam com o metrônomo, e você com as métricas de desempenho da sua operação.

O metrônomo da Metodologia Involves conta com mais de 40 indicadores de execução, entre eles: o número de pontos de venda e colaboradores ociosos, quais produtos não estão sendo pesquisados, o desempenho de PDVs, a produtividade da sua equipe de campo, como está a sua gestão por categoria, integrações de ferramentas de sell-out e a saúde de sua estratégia de loja perfeita. E, claro, como transformar a coleta de dados no PDV em inteligência!



Você pode saber mais sobre a Metodologia Involves através do [site aqui](#).

PREMIAÇÃO MELHOR EMPRESA | 2020

 **involves**  
experience / 2020

Acesse:  
[involvesexperience.com](http://involvesexperience.com)

a maior experiência em trade  
marketing da América Latina  
09 e 10 de setembro  
SÃO PAULO EXPO

## 4. Indicadores

Agora que você já conhece a nossa metodologia, falta conhecer os 22 indicadores que serão considerados para o Prêmio Involves 2020:

Veja na próxima página uma tabela explicativa com pilares, métricas, regras e pesos dos indicadores e pilares.



PREMIAÇÃO MELHOR EMPRESA | 2020

Acesse:  
[involvesexperience.com](http://involvesexperience.com)

 **involves**  
experience / 2020

a maior experiência em trade  
marketing da América Latina  
09 e 10 de setembro  
SÃO PAULO EXPO

## Tabela de Indicadores - Produtividade

Pilar	Métrica	Regra de Negócio	Peso Indicador	Peso Pilar
<b>Produtividade</b>	<b>% de PDV's georreferenciados</b>	Considerar: Apenas os PDV's ativos e, dentro destes, quantos PDV's estão georreferenciados. Cálculo: PDV's georreferenciados dividido pelo total de PDV's ativos.	5%	<b>50%</b>
	<b>Colaboradores com a residência georreferenciada e homologada</b>	Considerar: Colaboradores com o status "ativo" e o status mobile também como "ativo" e, dentro deste universo, quantos possuem residência georreferenciada. Cálculo: Número de colaboradores com a residência georreferenciada dividido pelo total de colaboradores com status e mobile "ativo".	5%	
	<b>% De Colaboradores (Equipe de campo) Ativos com roteiro</b>	Considerar: Colaboradores com o status "ativo" e status mobile "ativo" e, dentro deste universo, quantos possuem roteiro ou roteiro avulso. Cálculo: Número de colaboradores com roteiro dividido pelo total de colaboradores com status e mobile "ativo".	5%	
	<b>Cumprimento de visitas (Planejado vs Realizado)</b>	Considerar: Visitas realizadas com GPS são todas as visitas que possuem, necessariamente, check-in manual (ou seja, feito pelo colaborador) e GPS (validado pelo GPS). Cálculo: Total de visitas realizadas (com check-in manual ou "manual e GPS") dividido pelo total de visitas programadas.	23%	
	<b>Cumprimento de visitas GPS (Planejado vs Realizado)</b>	Considerar: Visitas realizadas com GPS são todas as visitas que possuem, necessariamente, check-in manual (ou seja, feito pelo colaborador) e GPS (validado pelo GPS). Visitas realizadas são aquelas que possuem check-in "manual" ou "manual e GPS". Cálculo: Total de visitas realizadas com GPS (com check-in manual e GPS) dividido pelo total de visitas realizadas (manual + manual e GPS).	23%	
	<b>% de visitas não realizadas que foram justificadas</b>	Considerar: Visitas não realizadas são aquelas que possuem como status de check-in a opção "sem check-in" (nenhum tipo de check-in foi feito) ou "GPS" (apenas check-in por validação do GPS não pode ser considerada uma visita concluída, precisando, assim, ter validação manual). Cálculo: Número de visitas justificadas dividido pelo total de visitas não realizadas (status "sem check-in" ou "GPS").	16%	
	<b>Pesquisas geradas X pesquisas respondidas</b>	Cálculo: Percentual de pesquisas agendadas que foram respondidas. Caso não haja agendamento, considera quantos reports há perante o número de visitas programadas.	23%	

## Tabela de Indicadores - Execução

Pilar	Métrica	Regra de Negócio	Peso Indicador	Peso Pilar
<b>Execução</b>	<b>% de PDV que Pesquisa ruptura</b>	Cálculo: calcula quanto % dos PDV's (roteirizados) pesquisam ruptura (precisa ser um formulário ativo ou agendamento). Total de PDV's que pesquisam ruptura (considera formulários respondidos) / Total de PDV's roteirizados.	25%	<b>30%</b>
	<b>% de PDV que Pesquisa Share ou participação na gôndola</b>	Cálculo: calcula quanto % dos PDV's (roteirizados) pesquisam share (precisa ser um formulário ativo ou agendamento). Total de PDV's que pesquisam share (considera formulários respondidos) / Total de PDV's roteirizados.	25%	
	<b>% de PDV que Pesquisa Ponto Extra</b>	Cálculo: calcula quanto % dos PDV's (roteirizados) pesquisam ponto extra (precisa ser um formulário ativo ou agendamento). Total de PDV's que pesquisam ponto extra (considera formulários respondidos) / Total de PDV's roteirizados.	25%	
	<b>% de PDV que Pesquisa Preço</b>	Cálculo: calcula quanto % dos PDV's (roteirizados) pesquisam preço (precisa ser um formulário ativo ou agendamento). Total de PDV's que pesquisam preço (considera formulários respondidos) / Total de PDV's roteirizados.	25%	



## Tabela de Indicadores - Inteligência

Pilar	Métrica	Regra de Negócio	Peso Indicador	Peso Pilar
<b>Inteligência</b>	<b>*Tem dashboard de preço?</b>	Considerar: Se existe algum gráfico da parte dos Cubos OLAP, dentro do Stage, que seja sobre preço, ruptura, share ou ponto extra. Cálculo: Se sim, pontua (12,5%) se não (0%) para cada um.	12,50%	<b>20%</b>
	<b>*Tem dashboard de ruptura?</b>		12,50%	
	<b>*Tem dashboard de share?</b>		12,50%	
	<b>*Tem dashboard de ponto extra?</b>		12,50%	
	<b>*Usa API ou BI?</b>	Considerar: Se o cliente possui algum serviço de ETL (BI próprio) ou BI contratado (com a Involves), já que as análises são estratégicas. Cálculo: Se sim, pontua (100%) se não (0%).	50%	
	<b>Estratégia de Loja Perfeita está pontuando?</b>	Considerar: Se as estratégias cadastradas ativas estão pontuando através dos formulários. É possível ver se a estratégia está pontuando, através do Stage, na tela de página perfeita, quando os gráficos estiverem sendo preenchidos ao invés de estarem em cinza. Cálculo: Se sim, pontua (100%) se não (0%).	50%	



\* Avaliamos se a operação usa os dashboards (preço, ruptura, share e ponto extra) ou API/BI e pontuamos um ou outro.

Exemplo 1: A operação utiliza apenas o dashboard de preço, mas tem API, então pontua 50%.

Exemplo 2.: A operação utiliza apenas dashboard de preço, então pontua 12,50%.

Exemplo 3: A operação utiliza todos os dashboards (preço, ruptura, share e ponto extra), então pontua 50%.

Exemplo 4: A operação não utiliza nenhum dashboard e nem API ou BI, então não pontua.

# HITS DO TRADE MARKETING

 **involves**  
experience / 2020

09 & 10 SET  
SP EXPO