



Normas de Distribución

INTRODUCCION

La intención de este documento es definir, en rasgos generales, la metodología de trabajo entre el CLIENTE y KURIER en la organización de campañas de distribución de folletos, catálogos, vales descuento o muestras. De esta manera intentamos optimizar la calidad de la distribución y en consecuencia los resultados de las campañas. Tener el compromiso claro de ambas empresas, la que realiza la distribución y la contratante de la campaña, es fundamental para el éxito de la misma.

La elaboración de esta normativa se ha realizado a partir de la experiencia con diferentes clientes y campañas de todo tipo.

PRESUPUESTOS

Kurier dispone de un experimentado equipo comercial que atenderá sus consultas, asesorará y presentará un presupuesto detallado y personalizado a sus necesidades.

A la hora de elaborar un presupuesto, debemos tener en cuenta una serie de variables:

- Zonas de distribución.
- Cantidades.
- Peso del folleto o elemento a distribuir.
- Formato del elemento a distribuir.
- Características especiales de la distribución.
- Plazos de realización.

Estos parámetros marcarán el precio final de la campaña.

El presupuesto en el que estén reflejadas las características de la campaña deberá ser firmado y sellado por el cliente (vía fax o email). Esto es obligatorio para poder dar comienzo a la campaña.

ATENCIÓN AL CLIENTE

En Kurier, la buena relación con nuestro cliente es fundamental, para esto creemos que la comunicación y la transparencia deben de ser la base de nuestras relaciones con los mismos. Por esto, en el momento de efectuar su pedido, Kurier asignará como responsable de su cuenta a una persona del Departamento de Atención al Cliente que conocerá en todo momento la situación exacta del desarrollo de su campaña, y que además a finalizar la campaña será la encargada de mandar, vía correo electrónico, el correspondiente informe de fin de campaña. Este informará de

manera detallada sobre las zonas de distribución así como los resultados de las auditorías realizadas por nuestros supervisores.

Diariamente y a lo largo del día, nuestro personal del departamento de atención al cliente enviará a cada cliente lo distribuido en ese día y la previsión de reparto del próximo día. La información irá desmembrada por cantidad y código postal para ser lo más exacto posible en la información.

ENTREGA DE MATERIALES.

Los materiales deben entregarse en nuestros almacenes 48 h. antes de la fecha de inicio de la campaña. En el caso que deban reexpedirse los materiales deberán consultarse el plazo de recepción de material.

En caso de que el material no nos llegue en el plazo pactado, la campaña se retrasará por motivos de planificación. Su finalización quedará a expensas del volumen de trabajo ya planificado.

Antes de comenzar con la distribución nosotros cercioraremos de que el material ha llegado en buenas condiciones así como que las cantidades son las contratadas. Seguidamente comenzaremos las diferentes gestiones administrativas que aseguran el buen seguimiento de la campaña.

PLAZOS DE REALIZACIÓN.

Los plazos de realización de la campaña se determinaran en función de las necesidades del cliente, volumen del elemento a distribuir, zonas de distribución y características de la distribución.

Disponer de un planning de campañas mensual, trimestral o anual nos será de gran ayuda para planificar mejor el trabajo y así poder poner los recursos necesarios para cumplir con lo acordado.

REGLAS DE DISTRIBUCIÓN GENERALES.

Las siguientes son las normas básicas de distribución que cumplimos en Kurier. Siempre pueden cambiar si en algún caso el cliente lo considera oportuno.

En la medida de lo posible, los folletos se introducirán en el buzón. Cuando estos estén llenos no se forzará la entrada. En caso de que exista cesta de publicidad y no hayamos podido tener acceso a los buzones, depositamos un máximo de diez folletos en la cesta.

Si en el portal de bloque no existe cesta de publicidad y no hemos podido acceder a su interior depositamos cinco folletos en la reja siempre que sea posible.

En caso de que la vivienda no posea buzón y por su tipología no sea posible dejar los folletos en las rejillas, se optará por intentar introducir el folleto bajo puerta, no dejando esta, bajo ningún concepto en el suelo.

Todos los folletos, catálogos o muestras pueden ser distribuidos con ejemplares de otras empresas siempre y cuando no incurran en competencia entre ellos.

El encarte de los folletos NO está autorizado en ningún caso. Por encarte entendemos cuando un folleto se encuentra dentro de otro.

Siempre se respetará en todo momento la voluntad de los inquilinos de las viviendas en caso de no querer recibir publicidad.

No entregamos la relación de las viviendas inaccesibles a no ser que el cliente las solicite previamente, en ese caso se cobrará un plus por este servicio.

En las zonas socialmente conflictivas, zonas en las que el distribuidor puede correr algún riesgo, no se distribuirán y el cliente será informado con antelación.

COBERTURAS (EJEMPLARES NECESARIOS PARA CUBRIR UNA ZONA)

Las cantidades facilitadas por nuestra empresa corresponden a los ejemplares necesarios para cubrir una zona a partir de las Reglas de Distribución definidas en el presente documento.

Estas cantidades son contrastadas con las diversas bases de datos provenientes de fuentes públicas (Instituto Nacional de Estadística, Ayuntamientos, etc.), así como las aportadas por nuestros propios jefes de equipo.

Las cantidades corresponden al casco urbano de los diferentes municipios. No están incluidas las viviendas diseminadas (o urbanizaciones) ni las zonas con menos de 6 meses de construcción. En caso de interesarles dichas zonas se realizará un análisis previo para determinar aproximadamente las cantidades necesarias y su coste. Las cantidades son actualizadas anualmente.

SUPERVISIONES.

El objetivo de las supervisiones es verificar la calidad de la distribución de un folleto, catálogo o muestra en un área determinada.

Para conseguir este fin, Kurier dispone de una plantilla de supervisores que diariamente se distribuyen por las diferentes zonas de reparto para verificar la calidad de la distribución.

El trabajo de estos supervisores es corroborar que la distribución de la publicidad es la correcta, tanto en cantidad como en calidad. El estudio de cantidad se realiza calculando el porcentaje de visibilidad del folleto o muestra. Este se calcula eligiendo a alzar de una zona diferentes check points (este serán más o menos dependiendo de la densidad de población) al finalizar se calcula el porcentaje de porterías positivas dentro del total visitado.

Cuando un cliente quiere realizar conjuntamente una auditoria, nos deberá indicar el día anterior la zona a auditar para coordinar hora y lugar de encuentro con nuestro supervisor, así como el material necesario para realizar la auditoria (planos de reparto, hojas de incidencias sí las hubiera,

etc.). La supervisión conjunta siempre se realizará el mismo día de la distribución y al terminar esta.