01 OVERVIEW

Ingresos del corte original: ·

ACUMULADO MENSUAL

· ·

· · upselling + cross-selling

MES ANTERIOR · MISMO TRAMO

· · ·

· · periodo equivalente

VS. MES ANTERIOR

· +·%

· +· · · cifras originales del informe

02 DETALLE DE LA SEMANA

Lunes · - domingo · · · DÍAS

RESULTADO SEMANAL PUBLICADO

· · ·

+·% vs. semana anterior

Anterior · · · · referencia · · ·

·% de la referencia · diferencia ·· ·



PRODUCTOS DE LA SEMANA

Habitaciones	· ·
Régimen	· ·
Caja fuerte	· ·
Otros	· ·

·% habitaciones · ·% cross-selling

RANKING MENSUAL · NO SEMANAL

· · consulta original ·, · CET



Media: · · · · · perfiles publicados

Corte archivado: cifras de los informes enviados el ·. Sin huecos de importes en Hotel A ; cierre todavía pendiente de validar.

03 REFERENCIA PARA LA SEMANA OBJETIVO

· · S·

TOTAL

· · ·/día × ·

HABITACIONES

· · ·/día × ·

CROSS-SELLING

· · ·/día × ·

04 PARTICIPACIÓN Y EQUILIBRIO DEL EQUIPO

Periodo mensual · ·

AGENTES CON VENTAS

·

Perfiles publicados en el ranking mensual

PESO DE LOS TRES PRIMEROS

·%

Agentes ·, · y ·

APORTACIÓN DEL RESTO

·%

· perfiles · · · ·

Lectura HBD: hay ventas publicadas en nueve perfiles. Los tres primeros aportan el ·% y los otros seis el ·%: existe producción más allá de los líderes. Para valorar la participación real, contrastar estos perfiles con las personas y turnos que han trabajado.

Dos prioridades: ·. FOM: compartir un buen cierre de los primeros vendedores y acompañar una recomendación por turno. ·. Dirección + FOM: contrastar el equipo activo y los turnos con el ranking para identificar a quién apoyar.

Cómo se calcula: peso del Top · = sus ingresos / suma del ranking mensual publicado; resto = los otros seis perfiles. Importes redondeados. No se calcula el porcentaje de plantilla que vende porque falta el total de personas que han trabajado. Estos indicadores son mensuales, no resultados exclusivos de la semana ·.