

clientUP

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio

2010

Evento organizado por:



IMPIVA



Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2007-2013

Una iniciativa de:

tradigenia:

creatividad empresarial & sentido común

Parte I

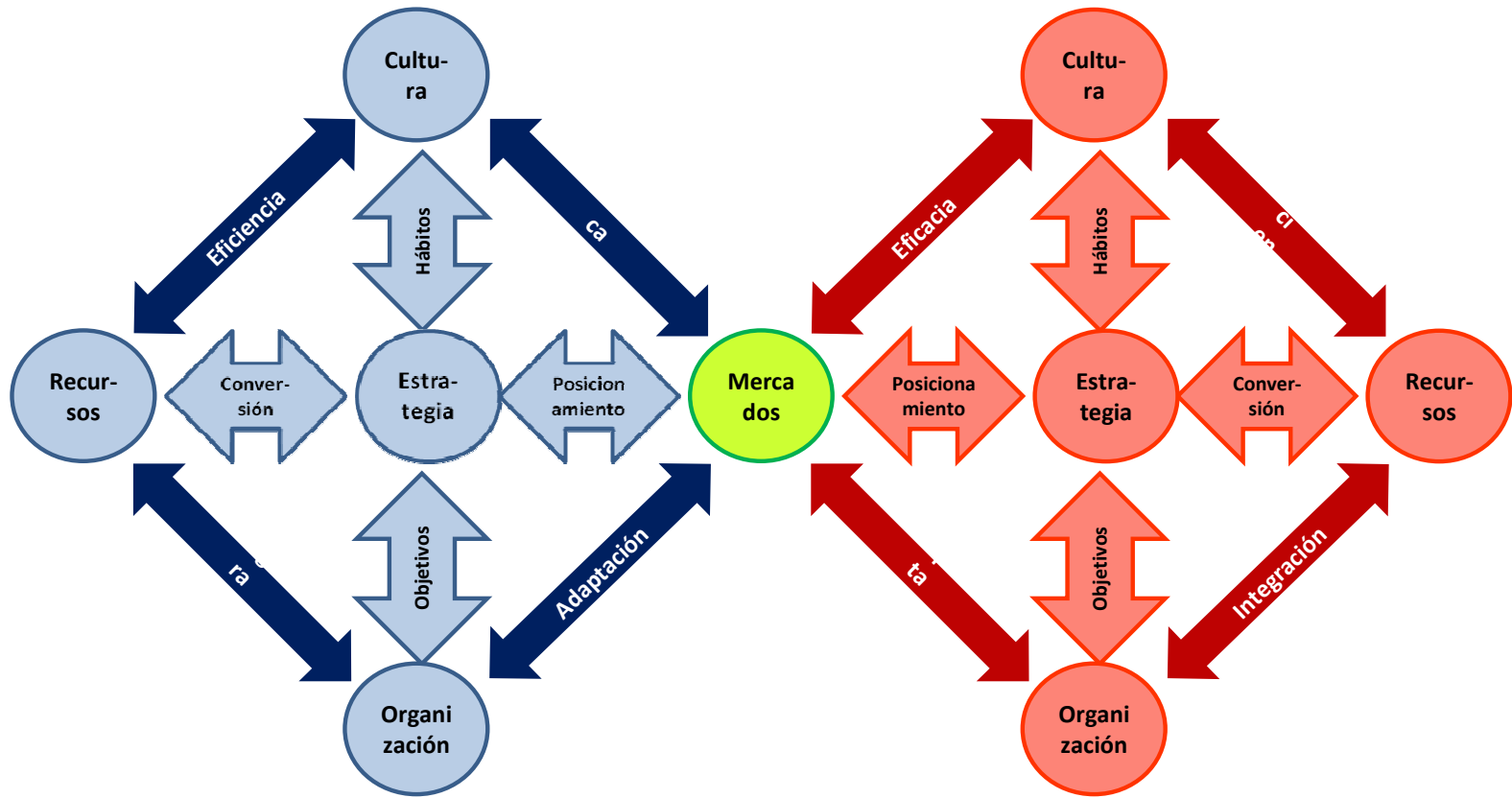
Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

client **UP** 2010

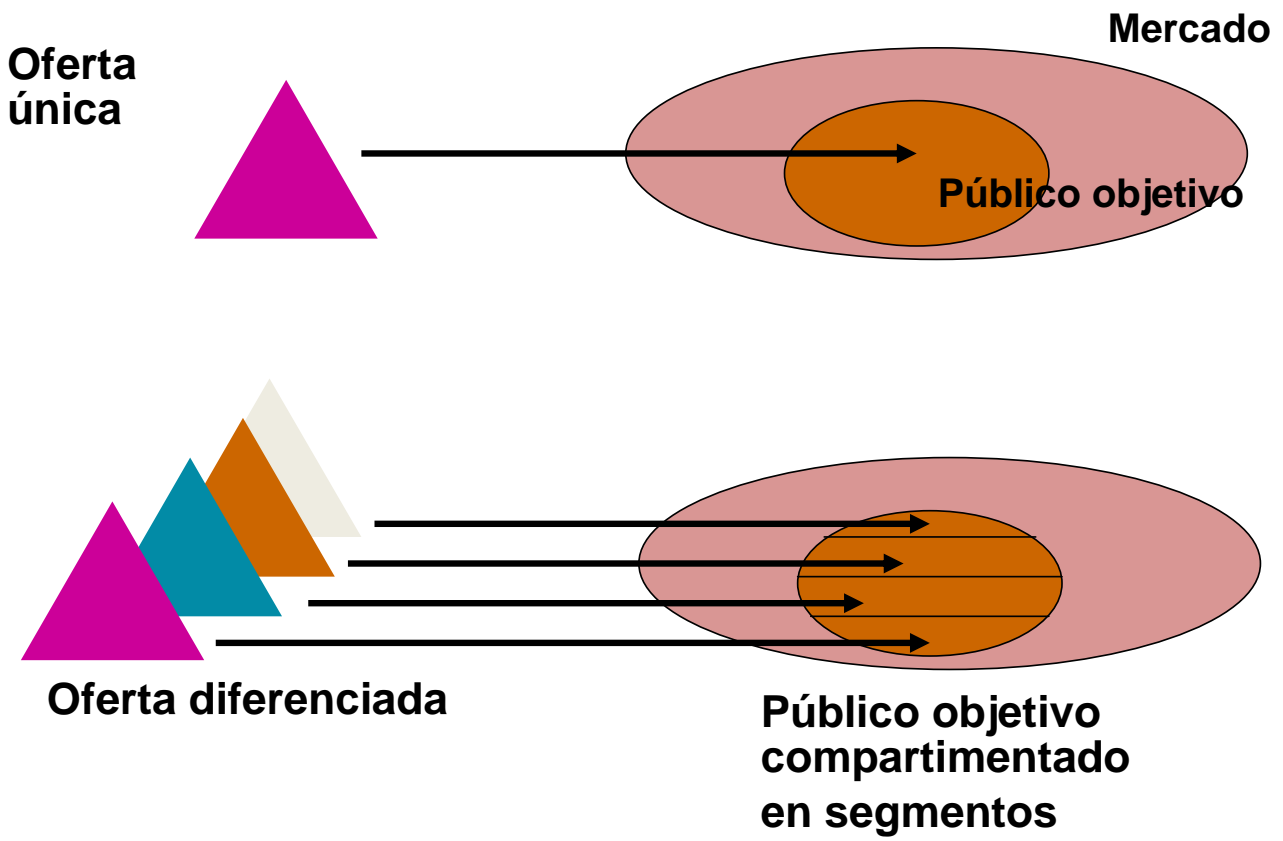


“El estratega victorioso sólo busca batalla una vez ha obtenido la victoria, mientras que quien está destinado a ser derrotado, primero pelea y luego intenta vencer”

Sun Tzu, El arte de la guerra, 500 a. C.



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

Ejemplo



www.naturvita.es

AFT	UENs	Plataforma	Driver	Utilidad	Segmento			
					Convencido	Prescrito	Sensibilizado	Enamorado
Alimentos Funcionales Naturales	Probióticos Especiales (Alimentación especial)	Primavita (bifidus vegetal)	Exclusión Nutriente	Lactosa				
				Proteína láctea				
				Gluten				
			Exclusión Origen	Vegetal				
	Exclusión Proceso	Orgánico	ECO Primavita					
	Probióticos Dietéticos (Complementos alimentarios)	Primavita (bifidus vegetal)	Aporte	Bifidus				
				Acido Oleico				
				Energía Vegetal		Primavita UP	Primavita UP	
			Control	Colesterol Free				
	Bajo Aporte Calórico							
Bebida Vegetal Natural	Primavita (bifidus vegetal)	Disfrute	Organoléptico					

“**Inteligencia de Clientes** es el proceso de captar, organizar y analizar la información relativa a los clientes y potenciales clientes, con el objetivo de construir relaciones más profundas y efectivas con ellos, y de mejorar la toma de decisiones de carácter estratégico”

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

client **UP** 2010

Acción de Marketing Directo para la venta de un vídeo formativo a entidades de carácter formativo.

Resultado de la acción.-

	Envíos	Respuestas	Porcentaje
	9,888	138	1,40 %

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

client **UP** 2010

Acción de Marketing Directo para la venta de un vídeo formativo a entidades de carácter formativo.

Resultado de la acción en términos económicos.-

Precio de venta unitario:	17.990 Ptas.
Coste variable unitario:	1.250 Ptas.
Margen de contribución unitario:	16.740 Ptas.
Margen bruto (para 138 ventas):	2,310.120 Ptas.
Costes publicitarios (para 9,888 envíos):	741.600 Ptas.
Costes de producción:	1,000.000 Ptas.
Beneficios:	568.520 Ptas.

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010

Acción de Marketing Directo para la venta de un vídeo formativo a entidades de carácter formativo.

Resultado de la acción por segmentos.-

	Envíos	Respuestas	Porcentaje
Segmento A	2,164	48	2,22 %
Segmento B	1,668	48	2,88 %
Segmento C	6,056	42	0,69 %
TOTAL	9,888	138	1,40 %

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010

Acción de Micromarketing con oferta diferenciada para el segmento C.
Resultado de la acción por segmentos.-

	Envíos	Respuestas	Porcentaje
Segmento A	2,164	48	2,22 %
Segmento B	1,668	48	2,88 %
Segmento C	6,056	134	2,22 %
TOTAL	9,888	230	2,32 %

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010

Acción de Micromarketing con oferta diferenciada para el segmento C.
Resultado de la acción por segmentos en términos económicos.-

Precio de venta unitario:	17.990 Ptas.
Coste variable unitario:	1.500 Ptas.
Margen de contribución unitario:	16.490 Ptas.
Margen bruto (para 230 ventas):	3,792.700 Ptas.
Costes publicitarios (para 9,888 envíos):	820.040 Ptas.
Costes de producción:	1,500.000 Ptas.
Beneficios:	1,472.660 Ptas.

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

client **UP** 2010

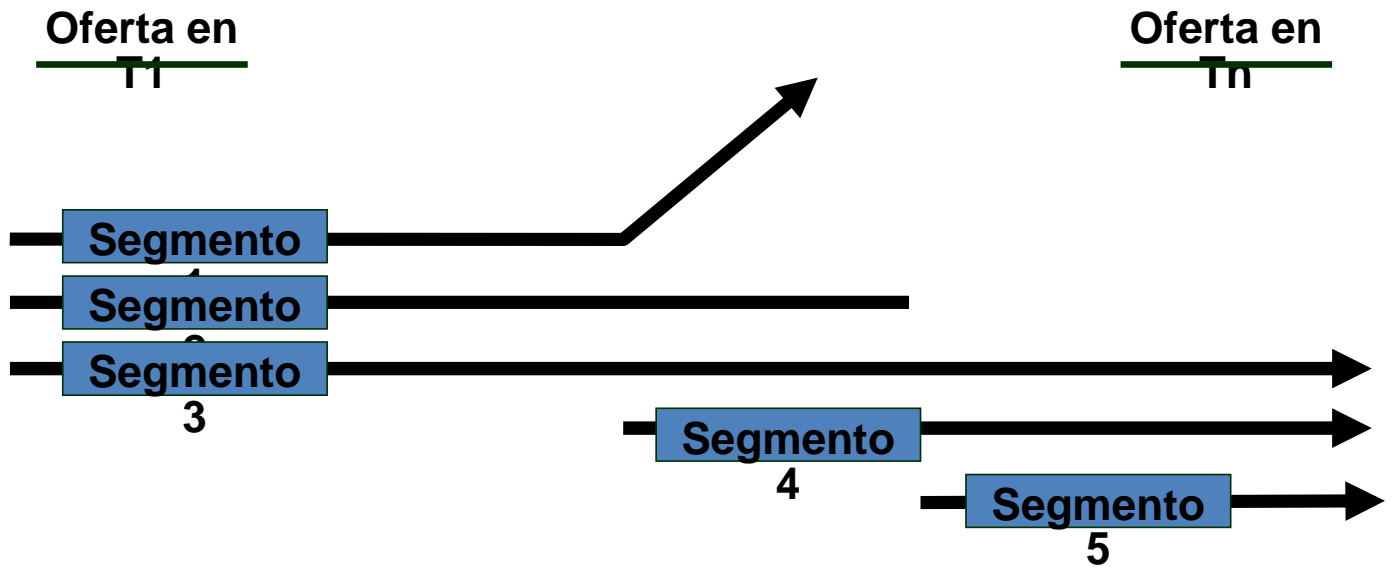
Acción de Micromarketing con precio diferencial para el segmento C.
Resultado de la acción por segmentos en términos económicos.-

Precio de venta unitario:	17.990 Ptas.	8.995 Ptas.
Coste variable unitario:	1.250 Ptas.	1.250 Ptas.
Margen de contribución unitario:	16,490 Ptas.	7.745 Ptas.
Margen bruto (para 96 y 134 ventas):	1,583.040 Ptas.	1,037.830 Ptas.
Costes publicitarios (para 9,888 envíos):	314.224 Ptas.	496.592 Ptas.
Margen neto:	1,268,816 Ptas.	541.238 Ptas.

Total margen neto:	1,810.054 Ptas.
Costes de producción:	1,000.000 Ptas.
Beneficio:	810.054 Ptas.

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

“Cuando al cabo de unas semanas de montar la spin-off nos dimos cuenta de que no éramos todos millonarios, tuvimos que ajustar las expectativas”

El promotor de una spin-off

www.thinkspectrally.com

vs.

www.multiscantechologies.com

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

client **UP** 2010



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

client **UP** 2010

**“<<Tenemos que redoblar nuestros esfuerzos >>
es la frase de un perdedor. El éxito estriba en
pensar mejor, y no en pensar más”**

General George S. Patton



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010

Parte II

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

client **UP** 2010

Contenidos

Factores Clave de Éxito: Modelo Sectorial y Empresarial. 1

La Ecuación del Valor. Utilidad, Esfuerzo y Expectativa. 2

Plataformas, Líneas y Modelos de Producto o Servicio. 3

Segmentación de Clientes con criterios de Valor. 4

Análisis de Atractivo / Posición. 5

El Branding visto desde la Inteligencia de Clientes. 6

Despliegue del Plan: Proceso de Producción Comercial. 7

Como la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

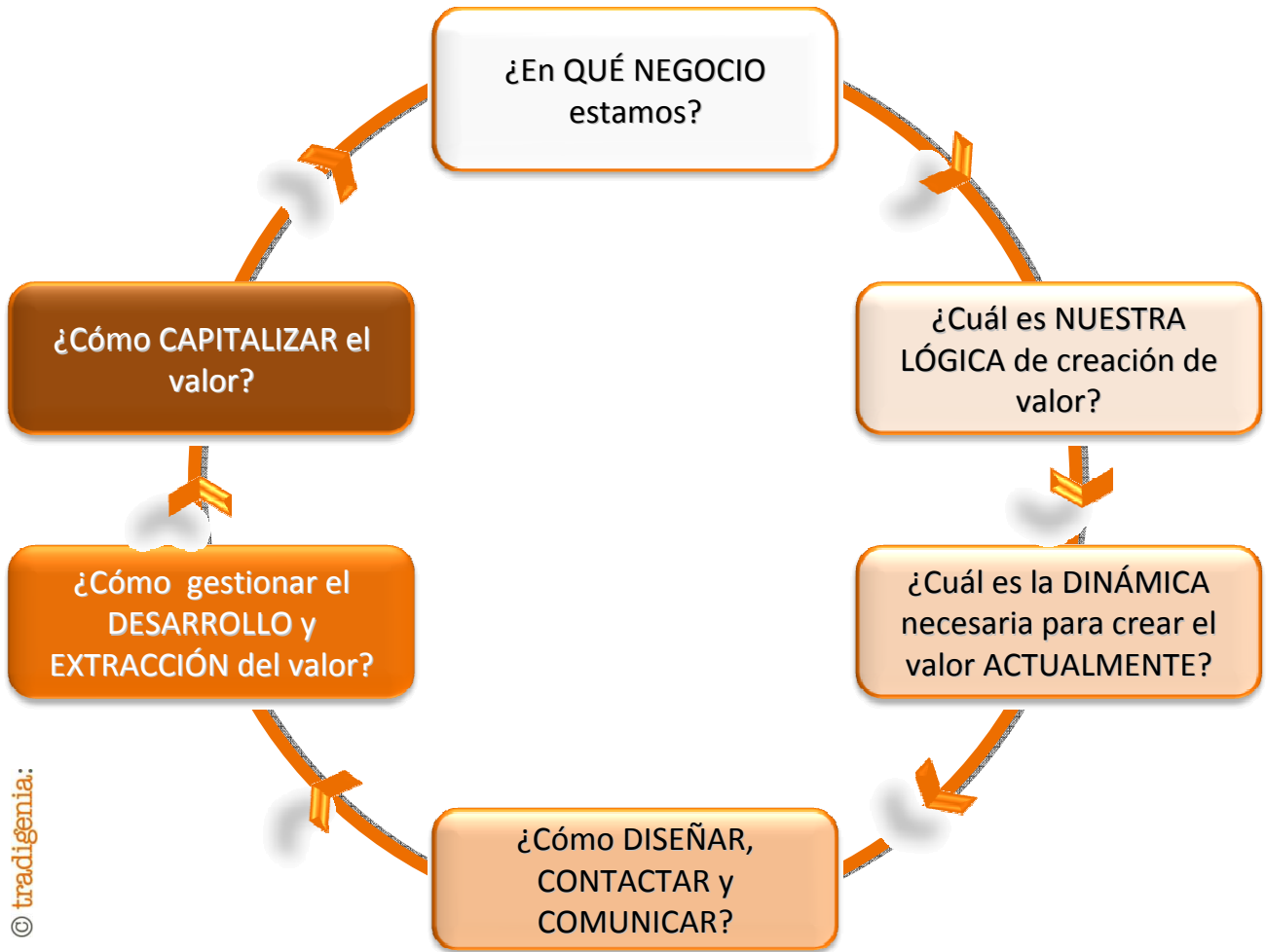
Factores Clave de Éxito: Modelo Sectorial y Modelo Empresarial.

1

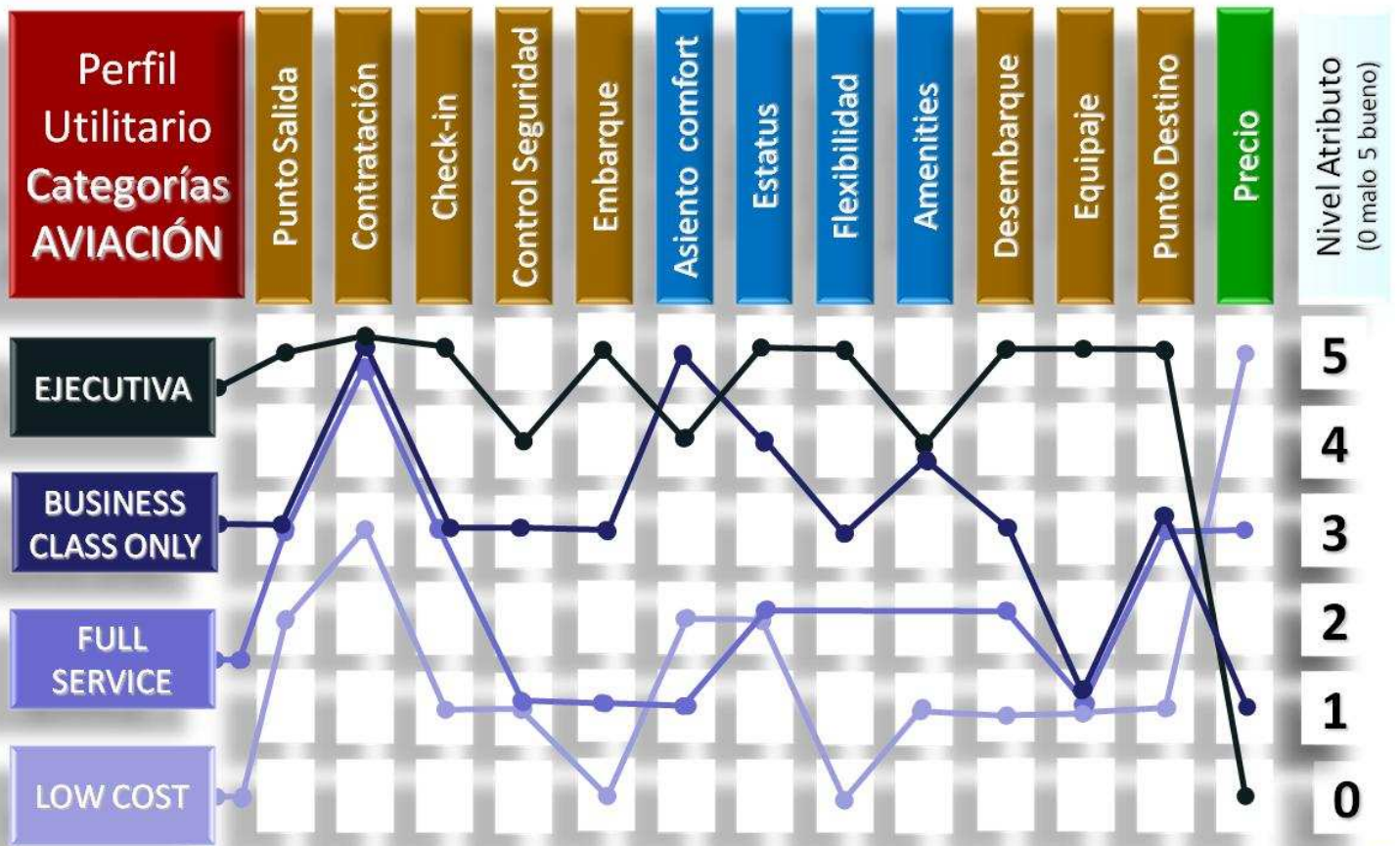
En qué negocio estoy. Cómo crea valor diferencial mi empresa.

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

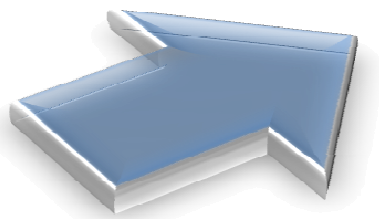
clientUP 2010



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.



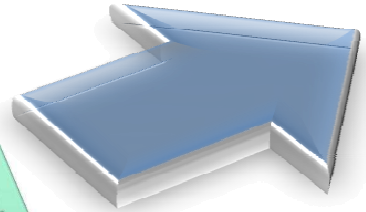
Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.



Habilidad
distintiva



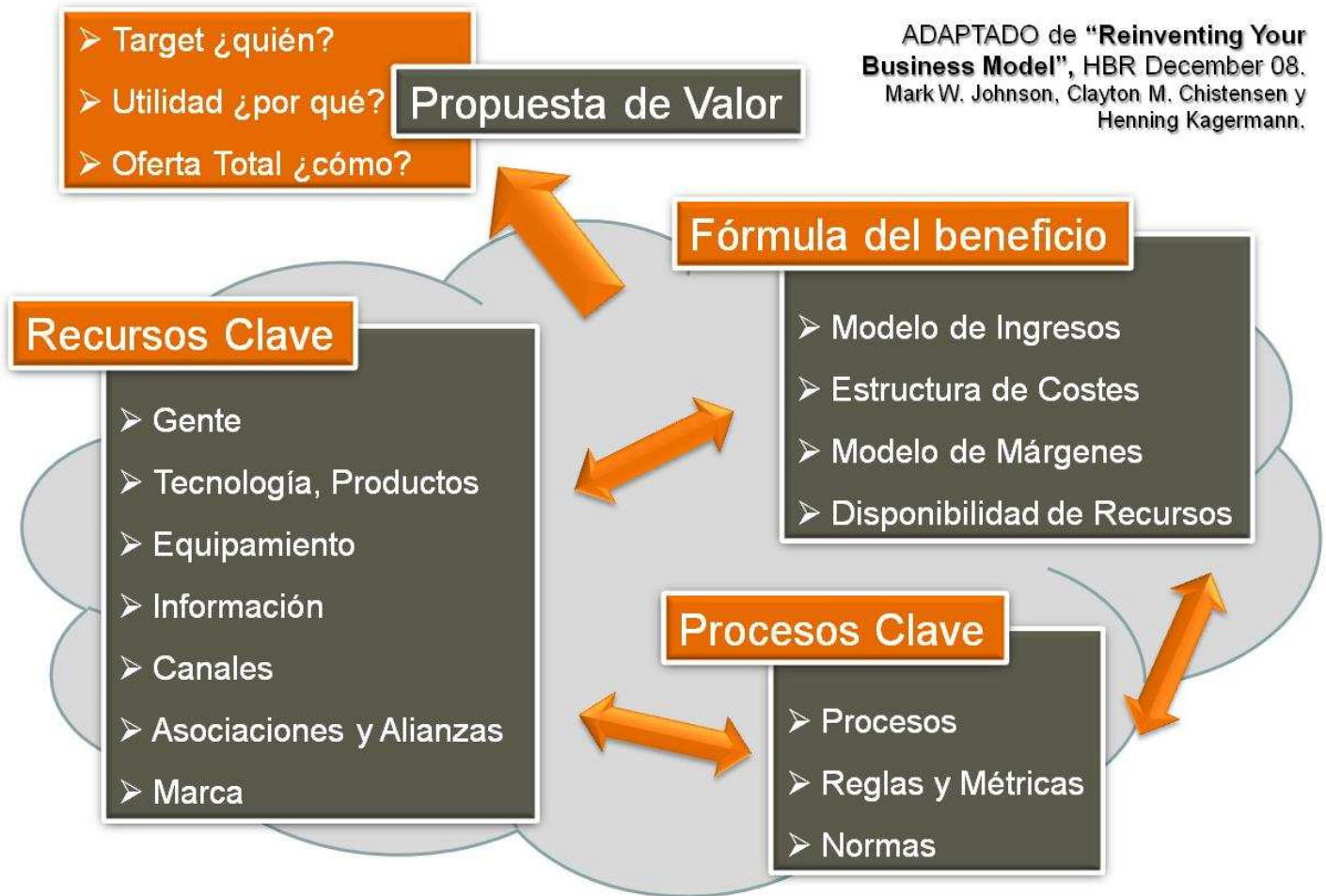
Ventaja
competitiva



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

La Ecuación del Valor. Utilidad, Esfuerzo y Expectativa.

2

Buscando Oportunidades y dándoles forma de pares: Producto - Mercado

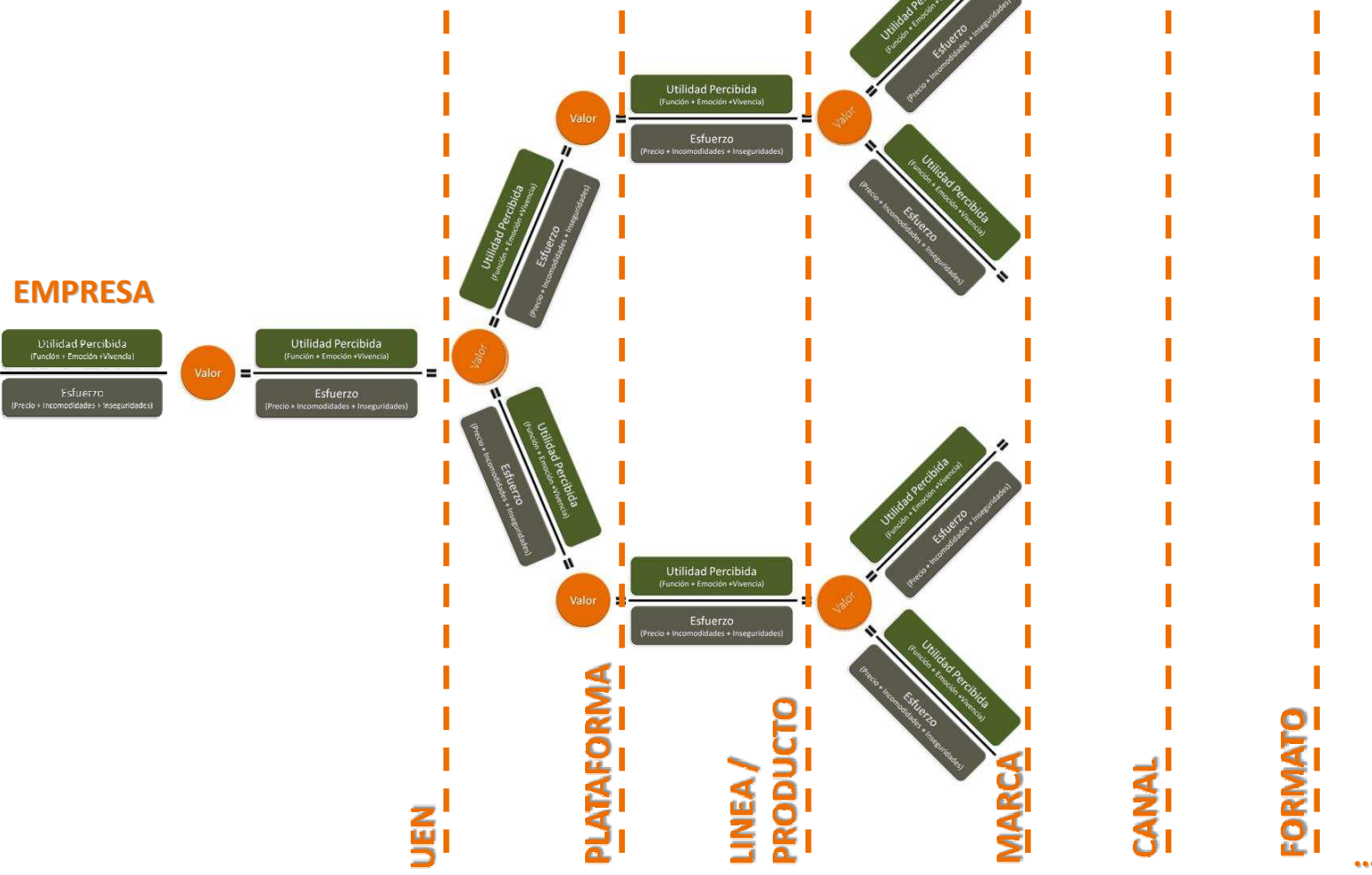
Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

client **UP** 2010



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

Plataformas, Líneas y Modelos de Producto o Servicio.

3

Qué soy capaz de “empaquetar”. Definiendo y estructurando correctamente mi portfolio de oferta.

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010

SECTOR	CATEGORÍA	Plataforma	Línea
FERTILIZANTES Y AGRONUTRIENTES	CONVENCIONALES	FERTILIZ	Elementos
	BIOTECNOLÓGICOS	E	1
		TRAT.	ES
		CONSERVACI.	COSECHA

Confidencial

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

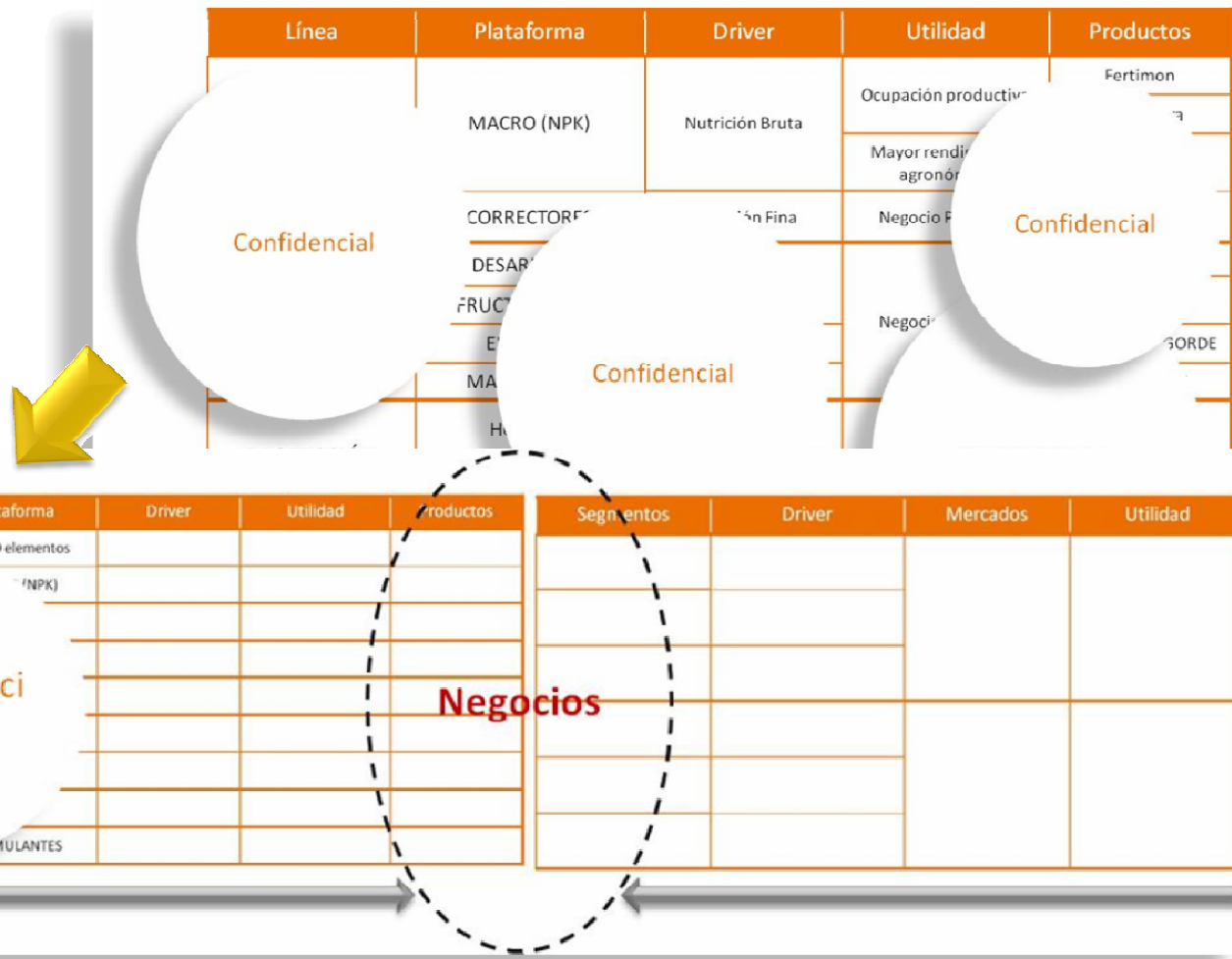
Segmentación de Clientes con Criterios de Valor.

4

Para quién trabajo: definiendo y estructurando y gestionando adecuadamente la demanda del mercado.

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010



Como la inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

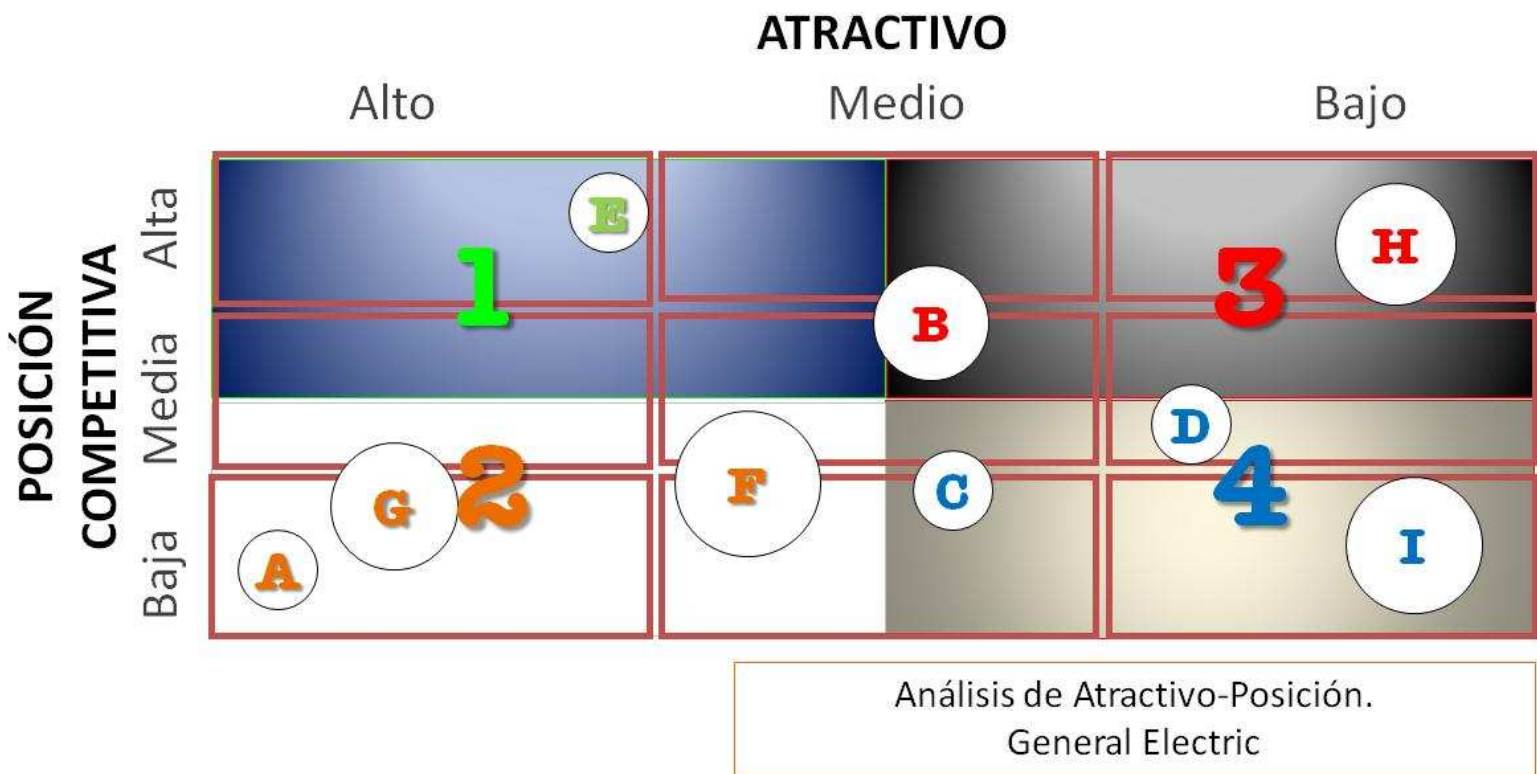
Análisis de Atractivo / Posición.

5

Qué quiero y desde donde parto para alcanzarlo.

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

Factores de Atractivo

PRODUCTO

SEGMENTO

	PESO %	INDICADORES	Medida
Crecimiento	35 %	Líneas	cualitativa
		Proyectos	número
		Perfil Líder / Organización	cualitativa
Ajuste de Soluciones	10%	Territorio	cualitativa
Accesibilidad	20%	Facilitador	cualitativa
		Proyectos anteriores	número?
Inventario Actual	20%	Cultivos actuales	número
Valor referencia	15%	Red que impacta	número?

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010

**Factores de
Posición**

PRODUCTO

SEGMENTO

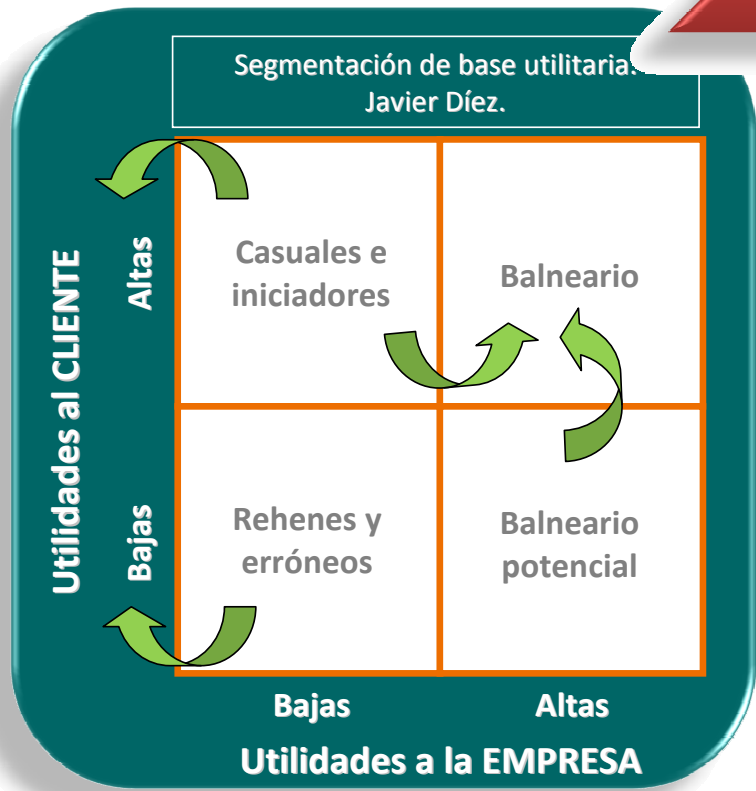
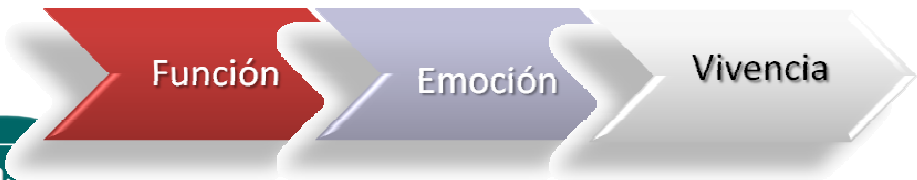
PESO %

INDICADORES

	PESO %	INDICADORES
Ventas actuales	20%	Facturación
Notoriedad	10%	Registros en Google/Referencias
Antigüedad	5%	Años de relación
Especialización	25%	Nº Referencias catálogo
Proximidad geográfica	15%	Nº Visitas comerciales realizadas
Identidad cultural / u otras	5%	Idiosincrasia
Atención al cliente	20%	Plazos/Disponibilidad

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP2010



Los clientes presentan una tipología utilitaria asimilada a la de los productos / servicios... de la misma manera que podemos pensar en un "producto ideal" podemos establecer cuál sería nuestro "cliente ideal" al que llamamos "cliente balneario".

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

El Branding visto desde la Inteligencia de Clientes.

6

Marcando las diferencias.

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

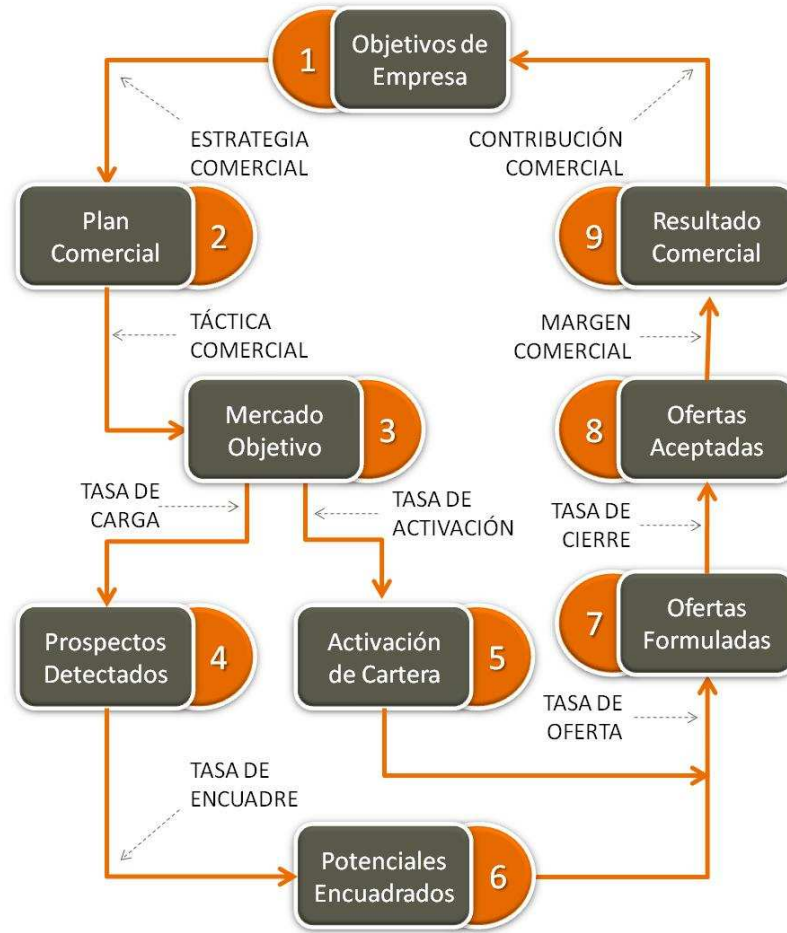
Despliegue del Plan: Proceso de Producción Comercial.



La fábrica de las ventas.

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

client **UP** 2010



Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

The image displays a collage of business data visualizations. On the left, there are several spreadsheets with columns for years (2008, 2009, 2010, 2011, 2012) and various metrics. In the center, a large white oval contains the word "Confidencial" in orange. To the right, there is a summary table with columns for "COMPONENTES 2009", "COMPONENTES 2010", "COMPONENTES 2011", and "COMPONENTES 2012". Each component section lists metrics like "Facturas", "Recepciones", "Ventas", "Clientes", and "Márgen". Below these, there are sections for "Otros Cuentas" (Multicuentas and Cuenta Comercial). To the right of the summary table is a table with columns "Objetivo" and "Límite de Acción". The bottom right section of this table contains specific notes: "Cubrir crecimiento componentes TVS", "Un 40% en cartera actual", and "Un A, en el por expensas generadas desde E, 50% más de C 20%".

Cómo la Inteligencia de Clientes ayuda a descubrir tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

clientUP 2010

Gracias!!

Estamos a su disposición en:

tradigenia:

creatividad empresarial & sentido común



jmmateu@tradigenia.com

jdiez@tradigenia.com

info@tradigenia.com

Evento organizado por:



IMPIVA



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

Proyecto cofinanciado por los
Fondos FEDER, dentro del
Programa Operativo FEDER de la
Comunitat Valenciana 2007-2013

Próximas convocatorias en:

www.clientup.info