



**EMPRESAS SURA**



---

# ¿Cómo atraer Clientes?



## TEMÁTICA

- Plantea un objetivo
- Define el público Objetivo
- Potencializa la propuesta de valor
- Estrategias de atracción de clientes:
  - Digitales
  - Mercadeo
  - Comerciales
  - Fidelización y experiencia



# Objetivos

Tener unas metas claras para la atracción de clientes que estén vinculadas al plan de ventas y/o al plan estratégico o al análisis del entorno.

- ❑ Aumentar un 45% las ventas que representa 1.000 millones en clientes nuevos para el 2023.

## EJEMPLOS DE OBJETIVOS DE ATRACCIÓN:

- ❑ Generar 150 leads mensuales por medios digitales en el 2023.
- ❑ Atraer 100 nuevos prospectos de clientes al mes para el 2023.
- ❑ Cerrar 50 negocios mensuales con clientes nuevos de los prospectos en el 2023.
- ❑ Aumentar la retención en un 30% de los clientes con campaña de referidos.

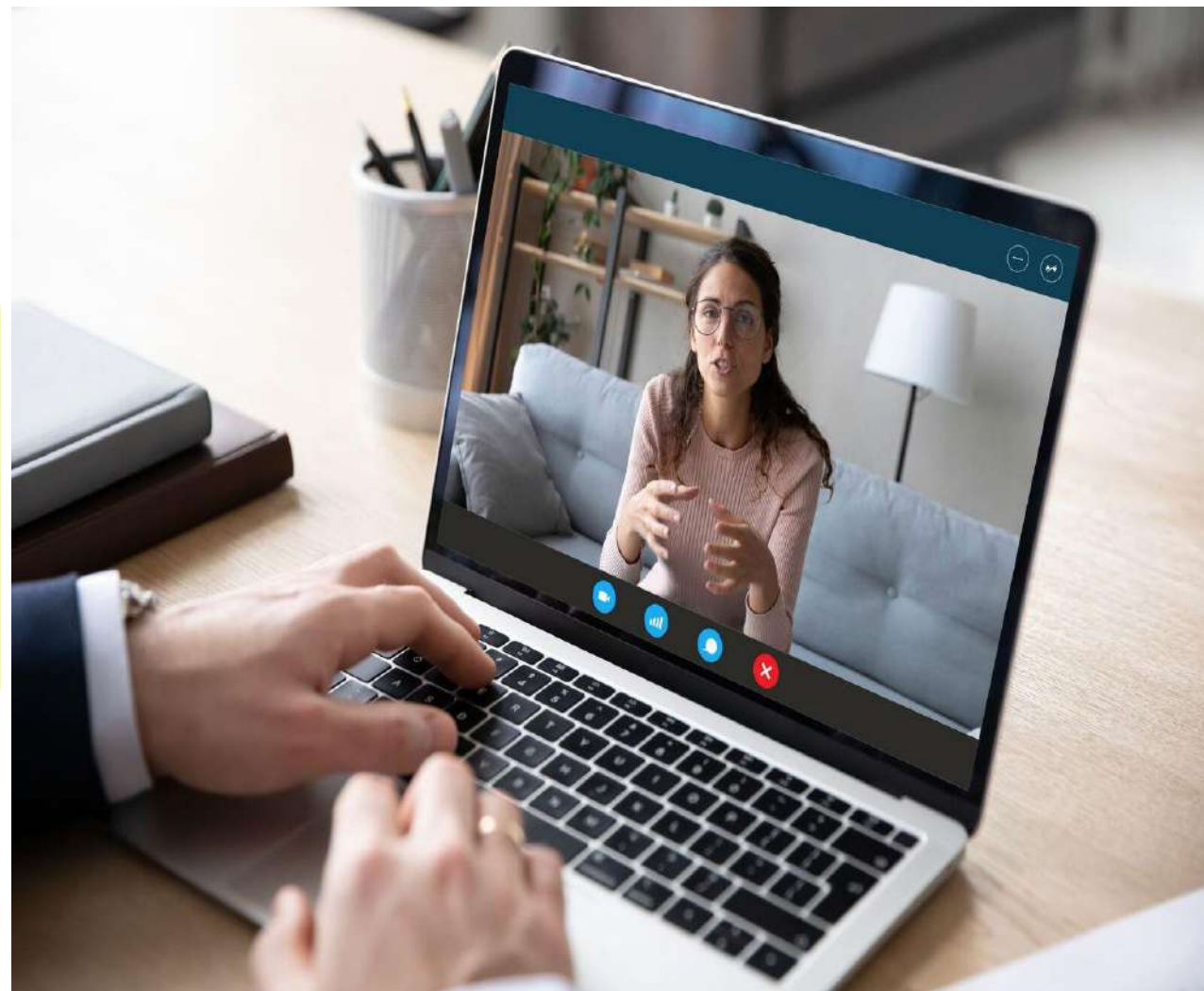


## ¿A quién queremos llegar?

Define el público objetivo al que deseas llegar. Ten en cuenta:

- Socio-demográfico
- Motivadores y necesidades
- Hábitos de compras
- Entorno digital
- Psicográfico
- Inhibidores

A continuación, te mostramos el mapa de cliente, como una herramienta fácil y práctica que puedes usar para entender tu público objetivo.



## EJEMPLO: EMPRESA DE HELADOS PARA RESTAURANTES - B2B

### Empresas

- Empresas medianas y pymes.
- Sus restaurantes, tiendas y farmacias.
- De Bogotá y Medellín y sus alrededores.

- Precio.
- Tiempos de entrega.
- Capacidad en la producción.

- Se mantienen actualizados en tendencias gastronómicas y de servicio al cliente.
- Son organizados con el pedido.
- Son empresas formales



- Tener una oferta de helados orgánicos
- Sabores auténticos con poca grasa.
- Buenas prácticas en las operaciones.
- Productos que genere recompra.

- Hacen una orden de pedido una vez al mes.
- Compran a través de los asesores de venta.
- Pago a 2 meses.

- Siguen a gremios (Asobares, Acodres), referentes del sector locales e internacionales, influencers (foodies).
- Buscan por Google y redes.
- Las palabras claves son: helados y helados orgánicos.
- El de compras tomador de decisión: Instagram

## EJEMPLO: EMPRESA DE HELADOS PARA EL CONSUMIDOR FINAL – B2C

### Familias

- Mujeres y hombres.
- Entre 26 y 40 años
- NSE medio alto
- Con hijos y mascotas
- Profesionales y con posgrado.
- Foco en Bogotá y Medellín.

- Poca variedad.
- Disponibilidad del producto.
- Que se derrite muy rápido.

- Compartir en familia.
- Les gusta cuidarse.
- Les gusta los sabores innovadores.
- Productos bajos en azúcar.



# Propuesta de valor

## Propuesta de valor

Único  
Diferente  
Relevante  
Sostenible en el tiempo  
No tan fácil de copiar  
Ser la preferencia del  
cliente





# Atributos de la industria relevantes para el cliente

Liste los atributos que son relevantes para el cliente. Luego califique de 1 a 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante para el clientes.

La pregunta debe ser abierta, no podemos dar opciones de respuesta, el cliente debe responder de forma espontanea.

1. ¿A la hora de comprar el producto o servicio para usted que es lo las importante? (mencione 5 atributos)
2. Enumere los atributos de 1 a 5 siendo 1 el más importante y 5 el menos importante para usted

## Ejemplo B2B :

¿A la hora de comprar Helados para su Negocio para usted que es los más importante?

ATRIBUTOS	CALIFICACIÓN						PROMEDIO
PRECIO	1	3	1	2	2	1	1.7
VARIEDAD EN PRODUCTO	4	5	4	3	4	5	4.2
TIEMPOS DE ENTREGA	3	4	2	3	3	3	3.0
INNOVACION EN PRODUCTO	2	1	3	1	1	4	2.0
FACILIDAD DE COMPRA	5	2	5	5	5	2	4.0

1. PRECIO
2. INNOVACION EN PRODUCTO
3. TIEMPOS DE ENTREGA
4. FACILIDAD DE COMPRA
5. VARIEDAD EN PRODUCTO

## Evaluación de atributos con los competidores **Ejemplo B2B**

Evaluar a los competidores y a la empresa con los atributos que son relevantes para el cliente.

Evaluar de 1 a 5, siendo 5 el más alto (mejor calificación) y 1 el más bajo (peor calificación). Relácelo por todos los atributos encontrados.

COMPETIDOR	CALIFICACION ATRIBUTOS COMPETENCIA Y COMPAÑÍA				
	PRECIO	CALIDAD DEL PRODUCTO	TIEMPOS DE ENTREGA	FACILIDAD DE COMPRA	VARIEDAD EN PRODUCTO
Competidor 1	5	2	3	2	2
Competidor 2	4	2	4	3	3
Competidor 3	3	3	5	4	4
<b>Empresa</b>	4	5	5	3	5

# PROPUESTA DE VALOR

- ¿Qué valor estamos entregando a nuestros clientes?
- ¿Qué problema estamos ayudando a resolver?
- ¿Qué beneficios tienen nuestros productos y servicios frente a los funcional y lo emocional?
- ¿Qué me hace diferente a la competencia y relevante para el cliente?
- ¿Cómo alivias frustraciones?
- ¿Cómo motivas la venta?

**Como pueden plasmar la propuesta de valor:**

## **Ejemplo B2B:**

(Verbo) Ofrecemos a \_\_ nuestro target a beneficios funcionales y emocionales, mediante el producto y servicio que diferencia y relevante para el cliente, aliviando que frustraciones y cómo motivas a los clientes o grupos de interés.

Ofrecemos a nuestros clientes empresas un producto innovador, con un sabor autentico de poca grasa, elaborado con las mejores practicas de inocuidad, entregado en el menor tiempo posible, garantizando un stock apropiado en los picos de demanda y asegurando así una recompra en el producto



# Estrategias de atracción de clientes

- Digitales
- Mercadeo
- Comerciales
- Fidelización y experiencia



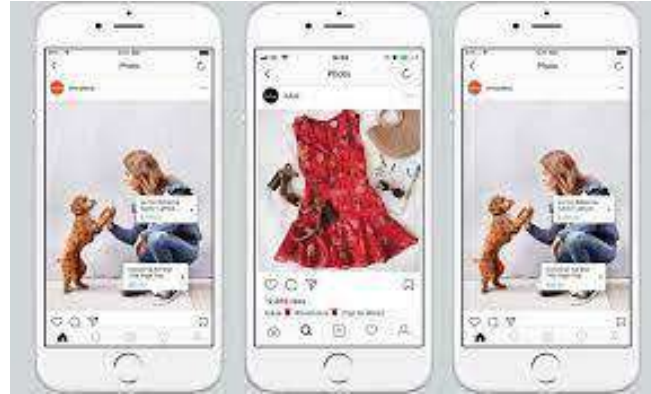
# Estrategias digitales



- ❑ Posicionamiento (SEO y SEM) y optimización web (Usabilidad, carga, amabilidad de sitio)



- ❑ Campañas de atracción de leads (formularios)



- ❑ Aplica el Social shopping
- ❑ Difundir contenido orgánico en las redes sociales



- ❑ Email marketing (Armar un *newsletter*)



- ❑ Crea, promociona tu e-commerce
- ❑ Marketplace (Falabella, Mercado libre)



- ❑ Elaborar un blog con información de interés (actualizar, noticias, tendencias, monitoreo)

# Estrategias de mercadeo



- ❑ Posiciona tu marca en tus clientes actuales y potenciales (campañas de marca en medios ATL y BTL).



- ❑ Hacer sorteos y concursos (digitales y/o presenciales).

eventos

- ❑ Participar en eventos relacionados con tu sector (webinars, ferias y eventos, conferencias).
- ❑ Realiza eventos propios.



GRATIS

- ❑ Ofrecer pruebas gratuitas o artículos de regalo.
- ❑ Demostraciones del producto o servicio en vivo.

# Estrategias de mercadeo



- Activa el marketing mix
- Desarrollo de nuevos productos.
- Creación y desarrollo de nuevos canales.



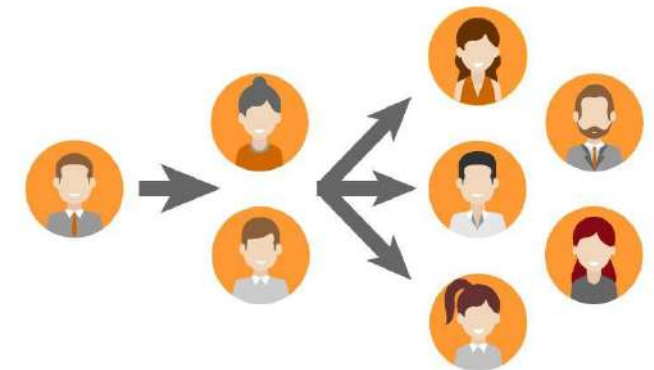
- Colaboraciones comerciales con otras marcas (cobranding)



- Marketing de influencer



- Modelo AIDA: Activa los “Call to Action”
- Destaca más los productos y servicios estrellas.



- Marketing de boca en boca

# Estrategias comerciales



- Adquisición de bases de datos potenciales
- Plan de prospectación de clientes
- Consecución de aliados
- Participar en ruedas de negocio

- Crea una presentación comercial: ¡céntrate en los beneficios!
- Aplica la venta consultiva mediante técnicas.

- Realiza promociones, cupones de descuento e incentivos
- Ofrece más de lo esperado (y hazlo gratuito)



- Incursionar en nuevos mercados y territorios
- Geo referenciar los clientes



- Estrategias de precios de nuevos productos.
- Estrategias de precios para mezclas de producto: De la línea de producto, De producto opcional, De precios de producto cautivo, De precios de subproductos, De precios de productos colectivos
- Estrategias de ajustes de precios: descuentos, psicológica, promocionales, geográfica.



# Estrategias experiencia y fidelización



- Evalúa y mostrar la satisfacción de los clientes.
- Realiza seguimiento al cliente



- Campañas de referidos



- Ofrece beneficios extra para fidelizarlos
- Afianza el relacionamiento a largo plazo
- Desarrollo de clientes

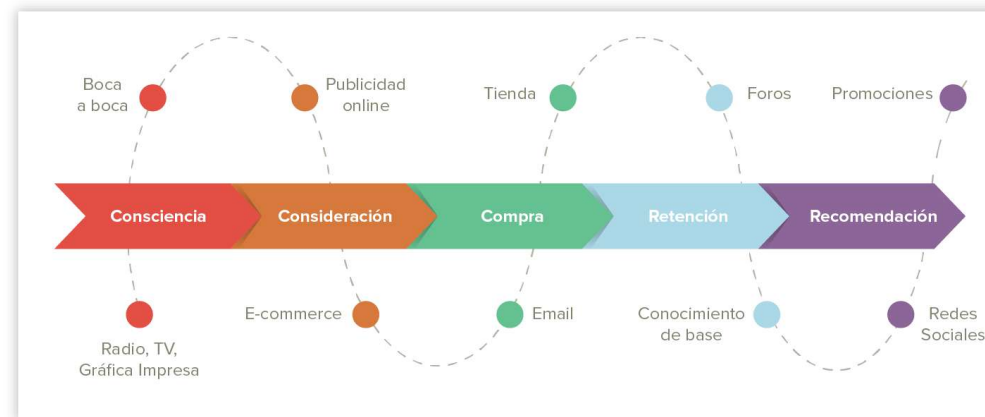


Seguros SURA Colombia

4.6 ★★★★★ (298)

Compañía de seguros

- Consigue valoraciones positivas en Google



- Facilita la experiencia de compra

# Ejemplo: Empresa de Helados

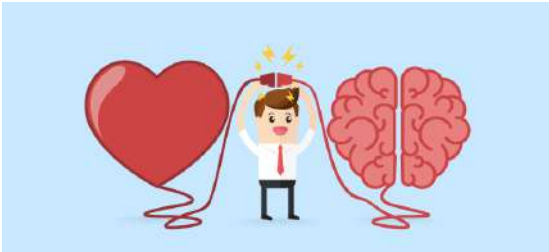
- **Objetivo de ventas:** Aumentar un 45% las ventas que representa 1.000 millones en clientes nuevos para el 2023.
- **Objetivos de atracción:**
  - Generar 40 leads mensuales por medios digitales en cliente empresa (B2B) en el 2023.
  - Atraer 300 nuevos clientes (usuario final) en punto de atención propio para el 2023.
  - Atraer 200 nuevos clientes interesados en helados para mascotas para el 2023.
- **Nombrar el público objetivo:** Familias y Empresas



- **Estrategias :**
  - Campañas de atracción de leads (**DIGITAL**)
  - Hacer publicidad en las redes sociales (**DIGITAL**)
  - Aplicar el Social shopping (**DIGITAL**)
  - Plan de prospección de clientes (**COMERCIAL**)
  - Estrategias de precios para mezclas de producto colectivos en combo (**COMERCIAL**)
  - Ofrecer pruebas gratuitas en tiendas para personas y mascotas (**MERCADEO**)
  - Posicionar la marca en clientes actuales y potenciales (**MERCADEO**)
  - Desarrollar productos para mascotas (**MERCADEO**)
  - Conseguir valoraciones positivas en Google (**EXPERIENCIA Y FIDELIZACIÓN**)

# Algunas Recomendaciones para la atracción de clientes

- ❑ Los compradores B2B no se dejan llevar tanto por sus emociones.



- ❑ Los compradores B2C pueden tomar una decisión más emocional y personal.



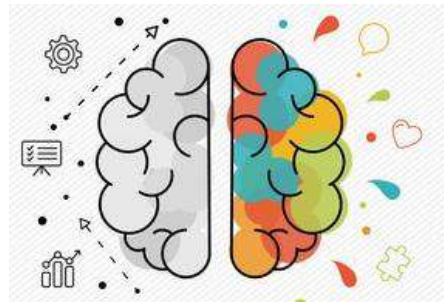
- ❑ Conceptos Claves (Tendencias)



- ❑ Contenido enfocado



- ❑ Las audiencias B2C (entretenimiento), B2B (beneficios racionales).



- ❑ Omnicanalidad



# CONTACTOS EMPRESAS SURA

## Medellín

Correo electrónico: [EmpresaSuraMed@suramericana.com.co](mailto:EmpresaSuraMed@suramericana.com.co)

Teléfono: 3757348

Chat de WhatsApp: 315 275 78 88 opción 4

Línea SURA #888 opción 2

## Bogotá

Correo electrónico: [empresasura@sura.com.co](mailto:empresasura@sura.com.co)

Teléfono fijo: (1) 319 1045

Chat de WhatsApp: 315 275 78 88 opción 4

Línea SURA #888 opción 2

## Cali

Correo electrónico: [empresasuracali@suramericana.com.co](mailto:empresasuracali@suramericana.com.co)

Chat de WhatsApp: 315 275 78 88 opción 4

Línea SURA #888 opción 2

## Sitio web

<https://www.segurossura.com.co/empresasura/>

