.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: 10/05/2024 0:00:00 Fecha de ejecución: 10/05/2024 0:00:00

Descripción:

10/05/2024. Estrategias de mercadeo y ventas planificadas, que incluyan métricas y responsables, 20/04/2024. Herramientas de investigación de mercados 06/06/2024. Establecer objetivos claves como el posicionamiento de la empresa, aumento de las ventas, y fidelización de clientes. 11/07/2024. Realizar estrategias para cumplir su promesa de valor 05/08/2024. Diseñar acciones eficaces de fidelización, cocreación e innovación.

Avance:

10-05-2024 Se llevó a cabo una sesión de asesoría con el emprendedor Javier Eduardo González Velasquez. La reunión tuvo como objetivo principal definir estrategias de mercadeo y ventas para mejorar la visibilidad y aumentar las ventas de los servicios de construcción de Salim Ingeniería.
Objetivos de la Asesoría
Identificar y desarrollar estrategias de mercadeo efectivas para Salim Ingeniería.
Proponer acciones concretas para implementar las estrategias de ventas.
Definir métricas para medir el éxito de las estrategias.
Asignar responsables para la ejecución de las acciones propuestas.
Análisis de la Situación Actual
Durante la sesión, se revisó el estado actual del mercadeo y ventas de Salim Ingeniería, incluyendo:
Portafolio de servicios de construcción ofrecidos.
Estrategias de mercadeo y ventas actuales.
Canales de venta utilizados.
Segmentación del mercado y público objetivo.
Desempeño y resultados de las campañas anteriores.
Estrategias Propuestas
A continuación, se detallan las estrategias de mercadeo y ventas recomendadas para Salim Ingeniería:
Estrategias de Mercadeo
Marketing de Contenidos
Acción: Crear y mantener un blog en el sitio web de Salim Ingeniería con artículos sobre

tendencias en construcción, casos de estudio de proyectos realizados, y consejos técnicos.
Métrica: Número de visitas al blog, tiempo de permanencia en la página, número de suscripciones al boletín.
Responsable: Equipo de Marketing.
Optimización para Motores de Búsqueda (SEO)
Acción: Optimizar el sitio web para mejorar el ranking en motores de búsqueda mediante el uso de palabras clave relevantes, meta descripciones y contenido de calidad.
Métrica: Ranking de palabras clave, tráfico orgánico al sitio web.
Responsable: Especialista en SEO.
Redes Sociales
Acción: Incrementar la presencia en redes sociales (LinkedIn, Facebook, Instagram) mediante la publicación regular de contenido relevante, fotos de proyectos en progreso y finalizados, y participación en grupos y foros.
Métrica: Número de seguidores, interacciones (likes, comentarios, shares), tráfico generado desde redes sociales al sitio web.
Responsable: Community Manager.
Publicidad Digital
Acción: Implementar campañas de Google Ads y LinkedIn Ads dirigidas a segmentos específicos del mercado, como desarrolladores inmobiliarios y propietarios de grandes proyectos.
Métrica: CTR (Click-Through Rate), tasa de conversión, ROI (Retorno sobre la Inversión) de las campañas publicitarias.
Responsable: Equipo de Publicidad Digital.
Estrategias de Ventas
Desarrollo de Relaciones Comerciales
Acción: Establecer y fortalecer relaciones con clientes potenciales mediante visitas, llamadas y seguimientos periódicos.
Métrica: Número de contactos establecidos, número de reuniones realizadas, tasa de conversión de contactos a clientes.
Propuestas y Presentaciones
Acción: Desarrollar propuestas y presentaciones personalizadas para cada cliente potencial, destacando los beneficios específicos de los servicios de construcción de Salim Ingeniería.
Métrica: Número de propuestas enviadas, tasa de aceptación de propuestas.
Programas de Referencias
Acción: Implementar un programa de referencias que incentive a los clientes actuales a referir nuevos clientes a cambio de descuentos o beneficios.
Métrica: Número de referencias recibidas, tasa de conversión de referencias a clientes.
Responsable: Gerente de Ventas.
Capacitación del Equipo de Ventas
Acción: Organizar sesiones de capacitación regular para el equipo de ventas sobre técnicas de

ventas, servicios de construcción y nuevas tendencias en la industria.
Métrica: Evaluaciones de desempeño del equipo de ventas, aumento en las ventas después de la capacitación.
Responsable: Director de Ventas.

20/04/2024. Se procede a realizar la primera actividad que son las herramientas de investigación de mercado.

El propósito de esta asesoría es proporcionar a la empresa de construcción una comprensión detallada de las herramientas de investigación de mercados disponibles para evaluar los comportamientos y motivaciones de compra de sus clientes potenciales.

Durante la sesión de asesoría, se explicaron varias herramientas de investigación de mercados que pueden ser útiles para la empresa de construcción. A continuación, se detallan algunas de las herramientas más relevantes:

Encuestas: Las encuestas son una forma efectiva de recopilar datos sobre las preferencias, necesidades y comportamientos de los consumidores. Pueden realizarse tanto en línea como en persona, y pueden adaptarse para abordar preguntas específicas relacionadas con la compra de productos o servicios de construcción.
Entrevistas en Profundidad: Estas entrevistas permiten obtener información detallada sobre las opiniones, experiencias y motivaciones de compra de los clientes. Son útiles para explorar temas más complejos y obtener una comprensión más profunda de los comportamientos de compra.
Grupos Focales: Los grupos focales reúnen a un pequeño grupo de individuos para discutir temas específicos relacionados con el mercado de la construcción. Son útiles para identificar tendencias, opiniones compartidas y áreas de oportunidad.
Análisis de Redes Sociales: El análisis de redes sociales puede proporcionar información valiosa sobre las conversaciones, opiniones y tendencias relacionadas con la industria de la construcción. Puede ayudar a identificar influenciadores clave y comprender mejor las preferencias de los consumidores.
Análisis de Datos de Ventas: Examinar los datos de ventas históricos puede revelar patrones de compra, preferencias de producto y comportamientos de los clientes. Esto puede ser especialmente útil para identificar qué productos o servicios son más populares y qué estrategias de marketing son más efectivas.
Observación Directa: Observar directamente el comportamiento de los consumidores en entornos de construcción o tiendas puede proporcionar información útil sobre cómo interactúan con los productos y qué factores influyen en sus decisiones de compra.

Conclusiones:
Se recomienda a la empresa que utilice una combinación de estas herramientas de investigación de mercado para obtener una comprensión completa de los comportamientos y

motivaciones de compra de sus clientes. Al hacerlo, podrán desarrollar estrategias de marketing más efectivas, identificar oportunidades de mejora de productos y mantenerse competitivos en el mercado.

2 Gestión de la Productividad Administrativa y laboral

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

3 Gestión de la Productividad Operacional

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

4 Gestión de calidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

5 Gestión de la innovación / Desarrollo y sofisticación de producto

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

6 Gestión Financiera y Contable

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

7 Gestión Logística

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

8 Gestión de la transformación digital

Fecha Programada: 05/08/2024 0:00:00 Fecha de ejecución: 05/08/2024 0:00:00

Descripción:

10/09/2024. Dar a conocer las herramientas digitales y tecnológicas para el desarrollo de actividades operativas. 09/10/2024. Realizar monitoreo de las tendencias del mercado a través de la transformación digital 06/11/2024. Hacer uso de herramientas digitales para el área comercial

Avance:

10/09/2024. Asesoría de fortalecimiento en el mes de Septiembre

09/10/2024. Asesoría de fortalecimiento en el mes de Octubre

06/11/2024. Asesoría de fortalecimiento en el mes de Noviembre

9 Gestión de la Sostenibilidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

10 Indicadores de Gestión

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

11 Gestión de la propiedad intelectual

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

12 Índice de productividad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

13 Otro

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:
Otro seguimiento a indicadores propuestos

Avance:

14 Concepto final

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

15 Cierre de asesoría

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance: