.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

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

Descripción:

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

Avance:

05/08/2024. Se realizó una sesión de asesoría con el Sr. Javier Eduardo González Velásquez, con el objetivo de diseñar acciones estratégicas enfocadas en la fidelización de clientes, cocreación de valor y la innovación en el sector de la construcción.

Objetivos de la Sesión

Fidelización de Clientes: Desarrollar estrategias para fortalecer la lealtad de los clientes actuales en el sector de la construcción.

Cocreación: Explorar formas de involucrar a los clientes en la planificación y desarrollo de proyectos de construcción, asegurando su satisfacción y alineación con sus expectativas.

Innovación: Proponer acciones para fomentar la innovación en la empresa, mejorando tanto los procesos de construcción como los servicios ofrecidos.

Desarrollo de la Sesión

Fidelización de Clientes

Análisis del Perfil de Clientes: Se revisaron los perfiles de los clientes, identificando aquellos con mayor potencial para proyectos recurrentes o de gran envergadura.

Propuesta de Mantenimiento y Seguimiento: Se sugirió establecer un sistema de mantenimiento preventivo y seguimiento post-construcción para asegurar la calidad a largo plazo y fortalecer la relación con los clientes.

Programas de Recompensas y Referidos: Se propuso implementar un programa de recompensas para clientes que recomienden nuevos proyectos o contraten servicios adicionales.

Cocreación

Involucramiento del Cliente en Proyectos: Se discutió la posibilidad de incluir a los clientes en la fase de diseño y planificación de los proyectos, permitiendo su participación en decisiones clave.

Uso de Tecnología para Cocreación: Se recomendó la utilización de herramientas digitales, como software de modelado 3D y realidad aumentada, para presentar propuestas de diseño y recibir feedback en tiempo real.

Propuestas Personalizadas: Se sugirió ofrecer propuestas de construcción personalizadas que reflejen las necesidades y preferencias específicas de los clientes, aumentando su satisfacción y sentido de propiedad.

Innovación

Evaluación de Procesos Actuales: Se analizaron los procesos actuales de la empresa en busca de oportunidades de mejora en eficiencia y sostenibilidad.

Implementación de Nuevas Tecnologías: Se recomendó la adopción de tecnologías innovadoras, como materiales de construcción sostenibles, métodos de construcción modular, y herramientas de gestión de proyectos avanzadas.

Capacitación Continua: Se subrayó la importancia de la capacitación continua del equipo en nuevas técnicas de construcción, normativas de seguridad y gestión de proyectos.

Monitoreo y Evaluación: Se sugirió un sistema de monitoreo de los proyectos para evaluar la efectividad de las nuevas prácticas y realizar mejoras continuas.

Acuerdos y Compromisos

El Sr. Javier Eduardo González Velásquez se comprometió a implementar las estrategias de fidelización y cocreación propuestas, comenzando con la creación de un programa de seguimiento post-construcción en el próximo trimestre.

Se acordó una nueva reunión en [fecha de la siguiente reunión] para evaluar los avances en la implementación de las estrategias discutidas y realizar los ajustes necesarios.

Cierre

La asesoría concluyó con un acuerdo mutuo sobre los próximos pasos a seguir. El Sr. Javier Eduardo González Velásquez expresó su satisfacción con las estrategias presentadas y su disposición para aplicarlas en su empresa de construcción.

11/07/2024. El objetivo de esta sesión fue proporcionar estrategias que le permitan cumplir con su promesa de valor en la ejecución de las obras asignadas.

Descripción de la Promesa de Valor

La promesa de valor del contratista Javier Eduardo González se basa en los siguientes pilares:

Calidad: Entrega de trabajos de alta calidad cumpliendo con las especificaciones técnicas.

Puntualidad: Cumplimiento de los plazos de entrega establecidos en el cronograma de obra.

Eficiencia: Optimización de recursos materiales y humanos para evitar desperdicios y sobrecostos.

Seguridad: Garantía de un ambiente de trabajo seguro para todos los empleados y contratistas.

Estrategias para Cumplir la Promesa de Valor

Calidad

Capacitación Continua: Implementar programas de formación y actualización para los trabajadores en técnicas y materiales de construcción.

Supervisión Rigurosa: Establecer un sistema de supervisión y control de calidad en todas las etapas de la obra, desde la recepción de materiales hasta la ejecución final.

Selección de Materiales: Utilizar materiales de construcción de alta calidad y proveedores confiables para garantizar la durabilidad y resistencia de las obras.

Puntualidad

Planificación Detallada: Elaborar un cronograma detallado de actividades con fechas específicas y responsables asignados.

Monitoreo de Avances: Realizar reuniones semanales para revisar el avance de la obra y ajustar el cronograma según sea necesario.

Gestión de Contingencias: Establecer un plan de contingencias para manejar posibles retrasos debido a factores externos, como condiciones climáticas o problemas con proveedores.

Eficiencia

Optimización de Recursos: Implementar técnicas de gestión de recursos para reducir desperdicios y maximizar el uso de materiales y mano de obra.

Tecnología y Herramientas: Utilizar herramientas y tecnologías avanzadas que faciliten la ejecución de tareas y aumenten la productividad.

Gestión de Inventarios: Mantener un control riguroso de inventarios para evitar sobrestock y asegurar la disponibilidad de materiales necesarios.

Seguridad

Formación en Seguridad: Realizar capacitaciones periódicas sobre prácticas seguras y protocolos de seguridad en la obra.

Equipamiento Adecuado: Proveer a los trabajadores de equipos de protección personal (EPP) adecuados y asegurar su uso correcto.

Inspecciones de Seguridad: Implementar inspecciones regulares para identificar y corregir posibles riesgos en el sitio de construcción.

Conclusiones y Compromisos

El Sr. Javier Eduardo González se compromete a implementar las estrategias orientadas para asegurar el cumplimiento de su promesa de valor en la ejecución de las obras. Asimismo, se acuerda realizar una reunión de seguimiento en un mes para evaluar los avances y ajustes necesarios.

06-06-2024 El objetivo de esta asesoría es guiar al emprendedor en el establecimiento de objetivos clave para mejorar su posicionamiento en el mercado, aumentar las ventas y fidelizar a sus clientes. Estos objetivos son fundamentales para asegurar el crecimiento y sostenibilidad de la empresa en el competitivo sector de servicios de obra blanca y negra para viviendas.

2. Objetivos Claves

2.1. Posicionamiento de la Empresa

Importancia: Un buen posicionamiento en el mercado diferencia al emprendedor de sus competidores, aumentando la visibilidad y atrayendo nuevos clientes.

Estrategias:

Definir la Propuesta de Valor: Identificar y comunicar claramente los beneficios y características únicas de los servicios ofrecidos.

Branding: Desarrollar una identidad de marca sólida, incluyendo logo, eslogan y material de marketing coherente.

Presencia Online: Crear y mantener un sitio web profesional y perfiles activos en redes sociales relevantes. Utilizar SEO (optimización en motores de búsqueda) para mejorar la visibilidad en línea.

Testimonios y Casos de Éxito: Publicar testimonios de clientes satisfechos y casos de éxito que demuestren la calidad y efectividad de los servicios.

2.2. Aumento de las Ventas

Importancia: Incrementar las ventas es crucial para la rentabilidad y expansión de la empresa.

Estrategias:

Segmentación de Mercado: Identificar y enfocarse en segmentos específicos del mercado que puedan beneficiarse más de los servicios ofrecidos.

Optimización del Proceso de Ventas: Mejorar el proceso de ventas para hacerlo más eficiente y efectivo, desde la captación de leads hasta el cierre de contratos.

Promociones y Descuentos: Ofrecer promociones y descuentos especiales para atraer nuevos clientes y fomentar la repetición de negocios.

Alianzas Estratégicas: Establecer alianzas con otras empresas del sector (como inmobiliarias o tiendas de materiales de construcción) para generar referidos y proyectos conjuntos.

2.3. Fidelización de Clientes

Importancia: Fidelizar a los clientes asegura ingresos recurrentes y reduce la necesidad de captar constantemente nuevos clientes.

Estrategias:

Calidad del Servicio: Mantener y mejorar continuamente la calidad de los servicios ofrecidos para superar las expectativas de los clientes.

Comunicación Constante: Mantener una comunicación regular y proactiva con los clientes, informándolos sobre el progreso de los proyectos y respondiendo rápidamente a sus consultas y preocupaciones.

Programas de Fidelización: Implementar programas de fidelización que ofrezcan beneficios a los clientes recurrentes, como descuentos en futuros servicios o incentivos por referir a nuevos clientes.

Encuestas de Satisfacción: Realizar encuestas de satisfacción para obtener feedback de los clientes y hacer ajustes necesarios en los servicios ofrecidos.

3. Plan de Acción

Definición de Metas Específicas: Establecer metas cuantificables y alcanzables para cada uno de los objetivos claves.

Asignación de Responsabilidades: Designar a los responsables de implementar cada estrategia y asegurarse de que todos comprendan sus roles.

Calendario de Implementación: Crear un calendario detallado con plazos para la ejecución de cada estrategia.

Monitoreo y Evaluación: Establecer un sistema de monitoreo y evaluación para medir el progreso y realizar ajustes según sea necesario.

4. Conclusión

Establecer y alcanzar estos objetivos clave permitirá al emprendedor mejorar su posicionamiento en el mercado, incrementar sus ventas y fidelizar a sus clientes, asegurando así un crecimiento sostenible y exitoso. Se recomienda seguir las estrategias y el plan de acción mencionados, adaptándolos según las necesidades específicas de la empresa y el mercado.

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: