.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: 8/08/2024 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 8/08/2024 12:00:00 a. m.

Descripción:
08/08/2024 Diseñar acciones eficaces de fidelización, cocreacion e innovación. 17/07/2024. Realizar estrategias para cumplir su promesa de valor a nivel logístico para buscar la plena satisfacción de sus clientes. 07/06/2024. Establecer objetivos claves como el posicionamiento de la empresa, aumento de las ventas, y fidelización de clientes. 9/05/2024. Estrategias de mercadeo y ventas planificadas, que incluyan métricas y responsables 19/04/2024. Herramientas de investigación de mercados

Avance:
08/08/2024 Objetivo de la Asesoría: Guiar a Salim Ingeniería en el diseño e implementación de acciones eficaces de fidelización de clientes, cocreación de valor y fomento de la innovación en sus servicios de obra blanca y gris y pintura para zonas residenciales, con el fin de mejorar la satisfacción del cliente y potenciar el crecimiento sostenible de la empresa.

Temas Abordados:

Estrategias de Fidelización:

Programas de Recompensas: Implementación de programas de lealtad que ofrezcan descuentos, promociones o servicios adicionales a clientes recurrentes.

Comunicación Personalizada: Uso de herramientas CRM para personalizar la comunicación y ofrecer ofertas y servicios adaptados a las necesidades y preferencias de cada cliente.

Encuestas de Satisfacción: Realización de encuestas para recoger feedback sobre la experiencia del cliente y hacer ajustes según sus sugerencias.

Mantenimiento de Relación: Estrategias para mantener una relación continua, como boletines informativos, actualizaciones sobre nuevos servicios y seguimiento post-servicio.

Cocreación de Valor:

Participación Activa del Cliente: Involucrar a los clientes en el proceso de diseño y desarrollo de nuevos servicios. Esto puede incluir encuestas, grupos focales y talleres de co-creación.

Adaptación a Necesidades Específicas: Ofrecer soluciones personalizadas basadas en las necesidades específicas de los clientes y la retroalimentación recibida.

Colaboración con Clientes: Crear un entorno donde los clientes puedan aportar ideas y sugerencias sobre cómo mejorar los servicios ofrecidos.

Innovación:

Cultura de Innovación: Fomentar una cultura de innovación dentro de la empresa mediante la capacitación continua, el estímulo de la creatividad y el reconocimiento de ideas innovadoras.

Tecnología y Nuevas Tendencias: Incorporar nuevas tecnologías y tendencias en la industria de la construcción y la pintura, como el uso de herramientas digitales para la planificación y ejecución de proyectos.

Desarrollo de Nuevos Servicios: Crear y probar nuevos servicios que respondan a las tendencias del mercado y las necesidades emergentes de los clientes.

Recomendaciones:

Desarrollar un Programa de Fidelización: Crear un programa de fidelización bien estructurado que ofrezca recompensas y beneficios para clientes recurrentes y recomendadores.

Implementar Herramientas de CRM: Utilizar herramientas CRM para gestionar la información del cliente, facilitar la comunicación personalizada y realizar seguimientos eficaces.

Promover la Cocreación: Organizar sesiones de cocreación con clientes para desarrollar nuevos servicios y mejorar los existentes, asegurando que se alineen con sus expectativas y necesidades.

Incentivar la Innovación: Crear un comité de innovación dentro de la empresa para evaluar nuevas ideas y tecnologías que puedan mejorar los servicios y procesos.

17/07/2024. 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 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 empresario se compromete a implementar las estrategias discutidas 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.

07-06-2024 El objetivo de esta asesoría es guiar a SALIM Ingeniería SAS 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.

Objetivos Claves

Posicionamiento de la Empresa

Importancia: Un buen posicionamiento en el mercado diferencia a SALIM Ingeniería SAS 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.

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.

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.

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.

Conclusión

Establecer y alcanzar estos objetivos clave permitirá a SALIM Ingeniería SAS 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.

09-05-2024 Se llevó a cabo una sesión de asesoría con el emprendedor John Leyton, representante de la empresa de construcción Salim Ingeniería. 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.

19/04/2024. 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: 8/10/2024 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 8/10/2024 12:00:00 a. m.

Descripción:
08/10/2024. Hacer uso de herramientas digitales para el área comercial 07/09/2024. Realizar monitoreo de las tendencias del mercado a través de la transformación digital 10/08/2024. Dar a conocer las herramientas digitales y tecnológicas para el desarrollo de actividades operativas.

Avance:
08/10/2024 Objetivo de la Reunión: Orientar sobre el uso de herramientas digitales para potenciar el área comercial de Salim Ingeniería SAS, con el fin de mejorar la prospección de clientes, optimizar la gestión de ventas y fortalecer las relaciones con los clientes actuales.

Temas Tratados

1. Importancia de la Digitalización en el Área Comercial

Automatización de procesos comerciales para gestionar oportunidades de manera eficiente.

Mejora en la visibilidad de la empresa para captar nuevos clientes a través de canales digitales.

Optimización de la atención al cliente y seguimiento de proyectos mediante plataformas colaborativas.

2. Herramientas Digitales Recomendadas para el Área Comercial

1. CRM (Customer Relationship Management)

Un CRM permite gestionar clientes, contactos y oportunidades comerciales en un solo lugar. Las herramientas más recomendadas son:

HubSpot CRM (versión gratuita disponible).

Zoho CRM.

Pipedrive.

Uso en Salim Ingeniería:

Registro de contactos: Almacenar información de clientes y aliados estratégicos.

Gestión de oportunidades: Monitorear el estado de cada proyecto o propuesta presentada.

Seguimiento automatizado: Recordatorios para seguimiento de cotizaciones y contratos.

2. Plataformas de Publicidad Digital y Prospección

Google Ads y LinkedIn Ads permiten llegar a tomadores de decisiones en empresas del sector construcción e inmobiliario.

Google Ads: Campañas para aparecer en las búsquedas relevantes (ej. “Contratistas de obra gris en Bogotá”).

LinkedIn Ads: Anuncios dirigidos a empresas y profesionales del sector construcción.

Uso en Salim Ingeniería:

Promoción de servicios de obra blanca, gris y pintura para nuevos clientes en el sector residencial e industrial.

Campañas de retargeting para atraer a usuarios que ya visitaron el sitio web de la empresa.

3. Redes Sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn)

Estas plataformas permiten mostrar proyectos realizados, captar la atención de potenciales clientes y mantener una comunicación activa.

Uso en Salim Ingeniería:

LinkedIn: Publicación de casos de éxito y testimonios de clientes.

Instagram y Facebook: Mostrar antes y después de remodelaciones y obras ejecutadas.

WhatsApp Business: Facilitar la interacción directa con clientes mediante un catálogo de servicios.

4. Automatización del Marketing (Email Marketing)

Herramientas como Mailchimp o Sendinblue permiten enviar campañas de correo para mantener informados a los clientes sobre nuevos servicios, promociones y avances en la industria.

Uso en Salim Ingeniería:

Crear boletines mensuales con proyectos recientes y tendencias del sector construcción.

Enviar propuestas personalizadas y notificaciones automáticas a clientes.

5. Herramientas de Gestión Colaborativa

Herramientas como Trello, Asana o Microsoft Teams permiten gestionar tareas y colaborar con el equipo comercial en tiempo real.

Uso en Salim Ingeniería:

Asignación de tareas para la elaboración de propuestas comerciales.

Seguimiento del estado de cada proyecto comercial.

Comunicación fluida entre el equipo de ventas y administración.

3. Plan de Implementación Inicial

CRM: Configurar un CRM para registrar clientes y dar seguimiento a propuestas en dos semanas.

Campañas Publicitarias: Iniciar una campaña piloto en Google Ads durante 30 días para atraer nuevos clientes.

Redes Sociales: Activar LinkedIn y actualizar Instagram con fotos recientes de obras ejecutadas.

Automatización del Marketing: Crear un boletín de bienvenida para clientes y aliados estratégicos.

Gestión Colaborativa: Implementar Trello para el equipo de ventas en la primera semana de noviembre.

Conclusiones y Próximos Pasos

Acción: Salim Ingeniería SAS debe definir los roles y responsables de cada herramienta digital implementada.

Plazo: Primera evaluación de resultados en 45 días.

Seguimiento: Se programará una reunión en seis semanas para revisar avances y ajustar las estrategias según el desempeño obtenido.

07/09/2024. **Herramientas Digitales para el Monitoreo de Tendencias:**

Plataformas de Análisis de Datos: Utilizar herramientas como Google Trends, SEMrush o Ahrefs para identificar palabras clave y términos populares relacionados con la obra civil.

Redes Sociales y Foros Especializados: LinkedIn y foros como Reddit pueden ayudar a rastrear discusiones sobre nuevas técnicas, materiales y normativas en el sector.

Boletines y Blogs Especializados: Suscribirse a boletines de la industria y seguir blogs de construcción y tecnología para estar al tanto de innovaciones y regulaciones.

Automatización del Monitoreo:

Alertas de Google: Crear alertas para recibir notificaciones sobre noticias y tendencias específicas de la obra civil.

Software de CRM: Utilizar un CRM que integre herramientas de monitoreo de mercado para almacenar y analizar datos de clientes y competidores.

Paneles de Control Personalizados: Configurar dashboards con herramientas como Power BI o Tableau para visualizar en tiempo real las tendencias y datos relevantes.

Big Data y Machine Learning:

Explorar soluciones de big data y machine learning para predecir tendencias de mercado basadas en el análisis de grandes volúmenes de datos. Empresas de ingeniería pueden beneficiarse al anticipar cambios en la demanda de servicios.

Plan de Acción:

Identificación de Fuentes de Información: Definir los medios digitales clave para monitorear tendencias (portales de construcción, redes sociales, etc.).

Implementación de Herramientas: Adquirir o suscribirse a herramientas digitales que faciliten la automatización del monitoreo.

Capacitación: Formar al equipo en el uso de plataformas digitales para interpretar los datos y aplicarlos estratégicamente.

Revisión Periódica: Establecer reuniones mensuales para revisar los datos recopilados y ajustar las estrategias según las tendencias del mercado.

La transformación digital facilita un monitoreo ágil y preciso del mercado, permitiendo que Salim Ingeniería SAS se mantenga a la vanguardia del sector de obra civil y pueda tomar decisiones basadas en datos confiables.

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: 11/11/2024 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 11/11/2024 12:00:00 a. m.

Descripción:
11/11/2024 aplicar el índice de productividad al cierre de la asesoría

Avance:
11/11/2024 Se aplica el indice de productividad arrojando un resultado de 2,75

13 Otro

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:
Otro seguimiento a indicadores propuestos

Avance:

14 Concepto final

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance: Salim Ingeniería ha recibido asesorías enfocadas en potenciar su crecimiento y sostenibilidad en el sector de la construcción. Se establecieron acciones para fidelizar a los clientes a través de programas de recompensas, comunicación personalizada y encuestas de satisfacción, además de involucrarlos en el desarrollo de nuevos servicios mediante talleres y grupos focales. Se promovió también la adopción de tecnologías emergentes y la creación de nuevos servicios adaptados a las tendencias del mercado, fomentando la innovación. Para garantizar el cumplimiento de su promesa de valor en calidad, puntualidad, eficiencia y seguridad, se sugirió la capacitación continua, supervisión estricta de proyectos y el uso de materiales de alta calidad. Además, se destacó la importancia de cronogramas detallados,

monitoreo de avances y planes de contingencia. También se recomendó optimizar recursos mediante tecnologías avanzadas y reforzar la seguridad laboral. Se propusieron estrategias para mejorar el posicionamiento de la empresa, como el desarrollo de una identidad de marca sólida, la optimización del sitio web mediante SEO, y el fortalecimiento de la presencia en redes sociales. Para aumentar las ventas, se sugirieron alianzas estratégicas, segmentación de mercado y promociones especiales. Además, se destacó la importancia de programas de fidelización y encuestas para ajustar los servicios a las necesidades del mercado. En cuanto a mercadeo y ventas, se recomendó crear contenido técnico en un blog, implementar campañas de publicidad digital y fortalecer relaciones comerciales mediante visitas personalizadas. Además, se sugirió el uso de herramientas de investigación de mercados y la implementación de programas de referencias. Finalmente, se propuso digitalizar el área comercial mediante herramientas como CRM y campañas en Google Ads y LinkedIn Ads para mejorar la prospección de clientes y optimizar la gestión de ventas, fortaleciendo la competitividad de la empresa. Resultados esperados: Las asesorías contribuirían a fortalecer la fidelización de clientes, incorporar innovaciones tecnológicas, mejorar la eficiencia operativa y aumentar la presencia de marca. También se espera una mayor conversión en ventas, expansión de la cartera de clientes y mayor competitividad a largo plazo. Recomendaciones: Fidelizar a los clientes con programas de recompensas y encuestas de satisfacción. Incorporar tecnologías emergentes y fomentar una cultura de innovación. Mejorar la eficiencia operativa con cronogramas detallados y supervisión. Optimizar la marca con SEO y presencia en redes sociales. Capacitar al equipo de ventas y utilizar CRM para optimizar la gestión comercial. Digitalizar la gestión comercial con herramientas como Google Ads y LinkedIn Ads.

15 Cierre de asesoría

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance: 11/11/2024 La asesoría concluye en NOVIEMBRE de 2024, y el empresario manifiesta su satisfacción con el servicio proporcionado por la orientadora del Centro de Desarrollo Empresarial. Además, ha llevado a cabo la aplicación práctica de los temas abordados durante las asesorías, demostrando un compromiso efectivo con la implementación de las recomendaciones recibidas.

Informe final de Fortalecimiento Empresarial

MENU

Para Imprimir
Oprima "Ctrl+P"

PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL

No	Variable	Medición IP a Junio	VALOR	OBSERVACIONES
1	Cantidad Productos/Servicios producidos en 1 mes		1.000	
2	Valor venta 1 Producto/Servicio producido		$8.000.000	
N=1*2	Valor obtenido por la venta de los Productos/Servicios		###########	
3	Costo Directo de producción de un Producto/Servicio		$3.000.000	
4	Costos Indirectos de producción del Producto/Servicio		$1.000.000	
D=1*3+4	Costo de producción de los Productos/Servicios		###########	
IP=N/D	Indice de Productividad		2,66578	
TP	Tipo de Productividad		Positiva	

No	Variable	Medición IP a Noviembre	VALOR	OBSERVACIONES
1	Cantidad Productos/Servicios producidos en 1 mes		1.500	
2	Valor venta 1 Producto/Servicio producido		$8.000.000	
N=1*2	Valor obtenido por la venta de los Productos/Servicios		###########	
3	Costo Directo de producción de un Producto/Servicio		$2.900.000	
4	Costos Indirectos de producción del Producto/Servicio		$1.000.000	
D=1*3+4	Costo de producción de los Productos/Servicios		###########	
IP=N/D	Indice de Productividad		2,75799	
TP	Tipo de Productividad		Positiva	
Incr	Incremento porcentual		3,46%	