

ACTIVIDAD DE EXPOSICIÓN

Investigación de Mercados y Segmentación de Clientes en Contact Center y BPO

Programa de formación:

Contact Center y BPO

Resultado de aprendizaje:

“Identificar y aplicar criterios de segmentación de mercado, variables y perfil del consumidor en procesos de atención y servicio al cliente.”

OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD

Desarrollar en los aprendices la capacidad de investigar un mercado, identificar el perfil del consumidor y aplicar criterios de segmentación de mercado utilizados en el sector Contact Center y BPO, fortaleciendo habilidades de análisis, investigación, comunicación y exposición.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Los aprendices deberán conformar grupos de trabajo y realizar una investigación de mercado sobre una empresa, producto o servicio de libre elección.

Posteriormente deberán:

- Identificar el perfil del consumidor.
 - Aplicar variables de segmentación de mercado.
 - Analizar necesidades del cliente.
 - Relacionar la investigación con procesos de Contact Center y servicio al cliente.
 - Presentar los resultados mediante exposición.
-

TEMAS QUE DEBEN INVESTIGAR

1. Investigación de mercados

Definir:

- Qué es.
- Importancia.
- Objetivos.
- Usos.

- Alcances.
 - Aplicación en Contact Center y BPO.
-

2. Perfil del consumidor

Identificar:

- Edad.
 - Género.
 - Nivel educativo.
 - Ocupación.
 - Estrato socioeconómico.
 - Hábitos de consumo.
 - Necesidades.
 - Comportamiento del cliente.
 - Canales de atención preferidos.
-

3. Segmentación de mercado

Aplicar las siguientes variables:

A. Segmentación demográfica

- Edad.
- Sexo.
- Ingresos.
- Educación.

B. Segmentación geográfica

- Ciudad.
- Región.
- Zona urbana o rural.

C. Segmentación psicográfica

- Estilo de vida.
- Intereses.

- Personalidad.
- Preferencias.

D. Segmentación conductual

- Frecuencia de compra.
 - Fidelidad.
 - Nivel de uso.
 - Comportamiento de consumo.
-

4. Relación con Contact Center

Explicar:

- Cómo se aplicaría la segmentación en atención al cliente.
 - Qué canal de atención utilizarían.
 - Cómo mejorarían la experiencia del cliente.
 - Qué estrategias usarían para fidelizar clientes.
-

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Paso 1: Conformación de grupos

Grupos de:

- 3 aprendices.
-

Paso 2: Selección del caso

Elegir uno de los siguientes ejemplos o uno libre:

- Empresa de telefonía.
- Banco.
- Tienda virtual.
- Restaurante.
- EPS.
- Plataforma digital.
- Empresa de mensajería.

- Servicio de streaming.
 - Aerolínea.
 - E-commerce.
-

Paso 3: Investigación de mercado

Realizar:

- Encuestas.
 - Entrevistas.
 - Observación.
 - Consulta en internet.
 - Recolección de información del consumidor.
-

Paso 4: Análisis y segmentación

El grupo deberá construir:

Perfil del consumidor:

Ejemplo:

“Personas entre 18 y 35 años, usuarios frecuentes de redes sociales, con preferencia por atención digital.”

Segmentación:

Aplicar las 4 variables vistas en clase.

Paso 5: Diseño de estrategia

Proponer:

- Estrategia de atención.
 - Canal de contacto.
 - Estrategia de fidelización.
 - Mejora en experiencia del cliente.
-

PRODUCTO A ENTREGAR

1. Exposición oral

Tiempo:

- 10 a 15 minutos por grupo.

Todos los integrantes deben participar.

2. Presentación

Puede realizarse en:

- PowerPoint.
- Canva.
- Genially.
- Prezi.