

**PROCESO DE VENTAS PARA LA ADQUISICIÓN DE CLIENTES
INTERNACIONALES MIPYMES DE LA AGENCIA DE MARKETING
DIGITAL MUNDO MEDIATORS
JUAN FELIPE ORTEGA BERNAL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BUCARAMANGA 2020**



unab

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Mundo Mediators

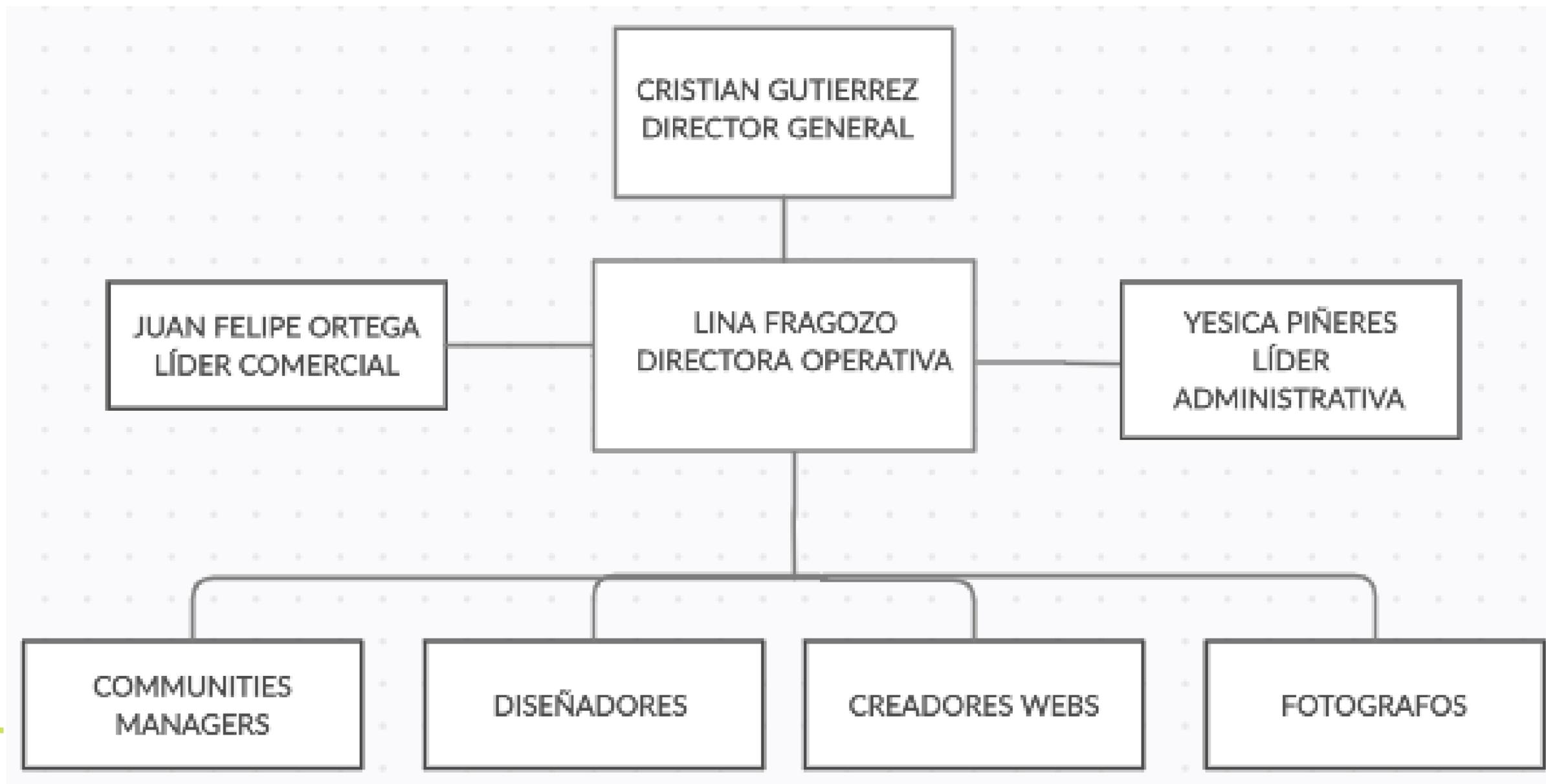


Es la Agencia de Marketing diseñada específicamente para los emprendedores y microempresas.

Su propuesta de valor es apoyar la digitalización de las empresas mediante servicios muy completos a un precio accesible.



Estructura organizacional



Portafolio de Servicios

Precios actuales / anteriores



Membresía de
administración de
redes sociales

300.000 COP / 83 USD, 69 EUR

Diseño de páginas
Webs y Landing pages
(sitios de aterrizaje)

700.000 COP / 194 USD, 163
EUR

Asesorías
personalizadas
60.000 COP / 16 USD, 13 EUR

Creación de identidad
de marca digital (logos,
diseños)

80.000 COP / 22 USD, 18 EUR

Fotografía
Semiprofesional y
Profesional

100.000 COP / 27 USD, 23 EUR

Capacitaciones y
Eventos para
Instituciones públicas
y privadas

300.000 COP / 83 USD, 69 EUR

Problema de Investigación 1/4

El mundo de los negocios se encuentra ante un escenario totalmente nuevo debido al impacto de la Pandemia del COVID-19. Los negocios que no tenían presencia digital pasaron al olvido debido a la imposibilidad de los consumidores de contactarlos para adquirir sus productos o servicios, los que si tenían pero que no realizaban estrategias de marketing, se vieron en la necesidad de impulsar la creación de contenido en redes sociales para permanecer en la mente de los consumidores, y aquellos negocios que sí tenían una fuerte presencia digital, lograron consolidar y fidelizar una comunidad de consumidores digitales.

Problema de Investigación 2/4

Lo anterior, ha hecho que muchas empresas estén iniciando o mejorando su proceso de digitalización, especialmente aquellas que son PYMES. La transformación digital ofrece a las PYMES la oportunidad de acceder a un mercado digital que crece cada día.

Según datos publicados Confecámaras al cierre del año 2019, el número de empresas legalmente constituidas en Colombia era 1.643.849, sin embargo, esta cifra sería del doble tomando en cuenta empresas informales.

Es decir, que más del 90% de las empresas constituidas en Colombia son PYMES.

Problema de Investigación 3/4

Por su parte, el panorama en Latinoamérica es muy similar, ya que según el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), las pymes representan el 90% de las empresas existentes, según cifras publicadas en el año 2018 (Banco de Desarrollo de América Latina, 2018). Y en el caso del continente europeo el porcentaje de la cantidad de empresas que son PYMES para el año 2019, era todavía mayor del latinoamericano donde más del 98% de las empresas constituidas en Europa son pymes, según Cepyme Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa.

Es decir tanto en Colombia, como en América Latina y Europa la mayoría de empresas son PYMES.

Problema de Investigación 4/4

Por consiguiente, la oportunidad de mercado ocasionado por la necesidad de digitalización de las PYMES ha supuesto un reto para la agencia de marketing Mundo Mediators en materia de establecer un nuevo proceso acorde al mercado internacional, debido a que actualmente no existe dicho proceso y el precio de todos los servicios están estimados en pesos colombianos.

Por tanto, por ejemplo, un cliente potencial del mercado español va a pagar por un servicio de marketing digital, un valor muy inferior al de su mercado local, o un aliado comercial que subcontrata a la agencia, pueda revender los servicios en dólares o en euros cobrando en ocasiones hasta 5 veces más que la agencia si se compara al precio de comercialización en Colombia.

Marco Teórico 1/3

Sanabria, Torres, y Lopez, afirman que la dinámica del mercado ha llevado a las organizaciones a un enfoque hacia la satisfacción del cliente donde las tecnologías de la información y la comunicación se constituyen en herramientas fundamentales para vender bienes y servicios a través de la red, conocido como comercio electrónico. Este modelo permite generar mayor productividad y competitividad a las empresas debido a la reducción de costos de transacción y a la visibilidad que generan a través de factores como el fundamento del negocio, las oportunidades de tecnología y la percepción de los empresarios y de los consumidores.

Marco Teórico 2/3

Por su parte, Montero, asegura que definir estrategias de marketing digital para que estas se conviertan guía de apoyo para las Pymes, permite cada vez tener un mayor control y conocimiento sobre el consumidor. Todo esto se convierte en un beneficio mutuo que reciben los clientes y las organizaciones, al surgir nuevos canales de comunicación directa y efectiva entre ambos, logrando una cercanía entre la gente y las organizaciones que es difícil de encontrar en los canales tradicionales.

Marco Teórico 3/3

Finalmente es de destacar lo que afirma Guy Kawasaki en su ebook "El arte de emnpezar 2.0" donde advierte que los modelos pueden variar constantemente, y es necesario que las empresas comiencen a trabajar paralelamente en digitalizar sus negocios apalancandose de todas las herramientas que ofrece el marketing digital. Algo que se complementa tambien con lo que expone Brian Halligan, considerado el padre del inbound Marketing quien dice que una de esas estrategias debe ser precisamente el Inbound Marketing debido a que provecha toda la tecnología y se enfoca en atraer la atencion de los clientes digitales con base en publicaciones que logren seducir al espectador.

Modelo V3 inbound marketing

1

Viral



Se busca captar la atención del cliente.

2

Valor



Se quiere añadir valor solucionando los dolores de cabeza de los CO

3

Venta



Se generan ofertas de servicios con Bonus + Crossseling

Marco Legal

Ley 527 de 1999:

Incorporó en nuestro ordenamiento jurídico nuevos conceptos: los mensajes de datos, el contrato electrónico, los principios del comercio electrónico, las firmas electrónicas y digitales así como las entidades de certificación digital

Ley 1221 de 2008:

Establece tres modalidades de teletrabajo o tipo de teletrabajador, que responden a los espacios de ejecución del trabajo, las tareas a ejecutar y el perfil del trabajador.

Marco Conceptual 1/2

Marketing digital:

Es el conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en el internet. Se diferencia del marketing tradicional por incluir el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real.

Comercio electrónico:

Es la compraventa y distribución de bienes y servicios a través de internet. Constituye un nuevo soporte para la actividad comercial porque carece de materialidad y de pautas físicas (espacio y tiempo) pero le da accesibilidad y rapidez. Se pueden realizar transacciones todos los días del año a cualquier hora y en cualquier lugar del mundo.

Marco Conceptual 2/2

Redes sociales:

Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. Cada red social tiene sus objetivos y usos diferentes.

Agencia de marketing:

Es una empresa encargada de diseñar la estrategia de marketing online integral de un negocio y llevarla a cabo. La conforman: community manager, diseñador web, consultor en pago de publicidad en facebook y google, entre otros. Al mismo tiempo busca construir un vínculo de la marca con los clientes y potenciales consumidores en el ambiente online.

Justificación

La elaboración del presente trabajo de investigación surge principalmente por la necesidad de de la agencia de marketing digital Mundo Mediators de diseñar un nuevo proceso de ventas online para la adquisición de clientes internacionales MIPYMES.

Igualmente, el desarrollo de este trabajo se realiza fundamentalmente por el interés de la empresa de ser un punto de partida dentro de las aspiraciones de la agencia de marketing digital Mundo Mediators de extender su oferta de servicios al mercado internacional.

Objetivo general

Establecer el nuevo proceso de ventas para la adquisición de clientes internacionales MIPYMES de la agencia de marketing digital Mundo Mediators para el año 2021.

Objetivo específico 1

Establecer los motivos por los que la Agencia de Marketing Mundo Mediators quiere crear un nuevo proceso de ventas online para la adquisición de clientes internacionales.

Motivos nuevo proceso

Automatizar el proceso de ventas

Aumentar su eficacia de cierre

Extender su portafolio de productos

Independizar la atracción de clientes potenciales

IncurSIONAR en nuevos mercados internacionales

Mejorar los ingresos de la agencia, aumentar el equipo y su remuneración

Clientes

Actualmente la agencia de marketing digital Mundo Mediators cuenta con clientes nacionales e internacionales en los diferentes servicios, de los cuales 25 son fijos en el servicio de membresía mensual de administración de redes sociales, más los clientes que contratan otros servicios como pagina webs, asesorias, fotografía y capacitaciones. La empresa cuenta con experiencia vendiendo sus servicios a España, Chile, Guatemala y Panamá.

Competencia nacional

Agencia de marketing digital Starlabs CO: Actualmente es la agencia de marketing más reconocida o con mayor reputación en Colombia. Se encuentra ubicada en Montería, tiene más de 60 miembros en su equipo de trabajo y ofrece los servicios de: Diagnóstico de perfil de Instagram, Manejo de redes sociales, Branding, Desarrollo de e commerce y páginas webs, y asesoramiento en Pauta digital. Tiene más de 39.000 seguidores en Instagram, y dentro de sus clientes destaca la compañía de transporte asiática Didi. El precio su servicio de administración de redes sociales comienzan en su plan emprendedor por valor mensual desde \$550.000.00 COP, hasta su plan premium por valor de \$1.200.000 COP. (StarUpsLab Agencia, 2020)

Competencia Internacional

Agencia de marketing digital Avendano Design (España): Es una agencia de marketing digital con más de 10 años de experiencia en el mercado español, se encuentra ubicada en Madrid. Según su página web tienen más de 20 miembros en su equipo de trabajo. Avendano Design ofrece los siguientes servicios: administración de redes sociales, desarrollo web y branding. La empresa tiene 10.000 seguidores en Instagram y dentro de sus clientes se destaca la empresa Latin American Art Journal. El precio de su servicio de administración de redes sociales comienza en su plan Standard por valor mensual desde €150 EUR, hasta su plan Premium por valor de €280 EUR. (Avendano Design, 2020)

Objetivo específico 2

Diagnosticar el proceso de ventas actual de la agencia de marketing digital Mundo Mediators, que permitan identificar los problemas, aspectos positivos y oportunidades de mejora.

Modelo AIDA Proceso actual

Atracción

Referidos Cristian Gutierrez
Contenido en redes sociales
Referidos clientes

Interés

Propuesta en documento
Explicación de beneficios
Casos de éxitos similares

Deseo

Beneficios adicionales
Equipo de trabajo multidisciplinar
Digitalización del negocio

Acción

Técnicas de cierre
Envío de factura
Creación grupo de WhatsApp

Postventa

Ninguna por el momento

Análisis POPS 1/2

Positivos:

- La capacidad de persuasión del equipo comercial de más del 80% de clientes potenciales
- Se usan técnicas de cierre que tienen buena efectividad.
- Los clientes recomiendan a la agencia
- Precios son muy competitivos en el mercado, y tienden a ser más bajos que los de su competencia.

Oportunidades:

- Se pueden aumentar los canales de atracción enfocándose en publicidad digital.
- Determinar los precios de los servicios para los mercados internacionales para que sean competitivos y valorados.
- Se necesita hacer un acercamiento con empresas internacionales que puedan ser aliados comerciales

Análisis POPS 2/2

Preocupaciones:

- Se depende mucho de los referidos o clientes potenciales que llegan gracias al director de la agencia.
- Pese a que la agencia cuenta con un CRM esta herramienta no es utilizada para la labor comercial.
- El documento que se presenta al cliente como propuesta comercial es bastante largo y poco llamativo.
- Precios en pesos colombianos. No hay precios para el mercado internacional

Soluciones:

- Determinar un presupuesto semanal para la publicidad digital
- Utilizar el CRM de la empresa para hacer un seguimiento riguroso a los clientes potenciales.
- Determinar precios internacionales para todos los servicios.
- Crear una propuesta comercial llamativa para el mercado nacional e internacional.
- Internacionalizar medios digitales.

Objetivo específico 3

Diseñar el nuevo proceso de ventas online para la adquisición de clientes internacionales MIPYMES para la agencia de marketing Mundo Mediators.

Modelo AIDA Proceso nuevo

Atracción

Publicidad digital nacional e internacional
Contenido de valor en redes sociales
Pagina web, eventos y referidos

Interés

Propuesta sencilla y atractiva
Explicación de beneficios
Casos de éxitos similares nacionales o internacionales

Deseo

Beneficios adicionales
Equipo de trabajo multidisciplinar
Digitalización del negocio

Acción

Técnicas de cierre
Envío de factura en USD o EUR
Creación grupo de WhatsApp

Postventa

Seguimiento Constante
Encuestas de satisfacción
Ventas cruzadas

Portafolio de Servicios

Precios nuevos



Membresía de
administración de
redes sociales

300.000 COP / 83 USD, 69 EUR

Diseño de páginas
Webs y Landing pages
(sitios de aterrizaje)

700.000 COP / 194 USD, 163
EUR

Asesorías
personalizadas
60.000 COP / 16 USD, 13 EUR

Creación de identidad
de marca digital (logos,
diseños)

80.000 COP / 22 USD, 18 EUR

Fotografía
Semiprofesional y
Profesional

100.000 COP / 27 USD, 23 EUR

Capacitaciones y
Eventos para
Instituciones públicas
y privadas

300.000 COP / 83 USD, 69 EUR

Objetivo específico 4

Crear estrategias de inbound marketing digital dirigidas al mercado español para la promoción de los servicios de la agencia de marketing Mundo Mediators

Inbound Marketing 1/3

ETAPA DEL EMBUDO	OBJETIVO	KPI	ACTIVIDADES
ATRACCIÓN	Aumentar el tráfico a la página web y a las redes sociales en España (Madrid y Barcelona).	Alcance en Redes Sociales Visitas a la página web Búsquedas en google # campañas #seguidores en redes de España	<ol style="list-style-type: none">1. Blog2. Anuncios en google (Madrid, Barcelona)3. Pauta en Facebook Ads (Madrid, Barcelona)4. Redes sociales (En vivos, post, videos- Contenido de valor) en zonas horarias atractivas para España

Inbound Marketing 2/3

CONVERSIÓN	Generar 10 prospectos mensuales en el mercado español.	Mensajes en redes sociales (directo, Messenger, Whatsapp) Inscritos en página web Registro de prospecto a bitrix	1. Producción de ofertas: Ofertas indirectas (capacitaciones indirectas- blog, Academia, ebook, grupo de whatsapp) Ofertas directas (Presentación de productos/servicios, prueba de producto) 2. Landing pages 3. Call to action
RELACIONAMIENTO	Lograr que un 80% de los prospectos contactados continúen en el proceso de ventas, y que 20% de abandonos se registren en la base de datos para envío de información de valor.	#Personas que abran el correo y respondan al llamado a la acción #Prospectos con los que se inicie conversación (Nutrición) # Contacto por llamada o videoconferencias	1. Email Marketing 2. Newsletters 3. Mensajes de WhatsApp (Con información de valor)

Inbound Marketing 2/3

VENTAS	Cerrar el 60% de los prospectos que han agendado la reunión de presentación	# nuevas membresías # nuevos productos / servicios	1. Presentación de la propuesta 2. Visitas al empresario
ANÁLISIS	Mantener una tasa del 90% de las membresías	# membresías renovadas # Recomendaciones	1. Actividades de fidelización 2. Llamadas de seguimiento de satisfacción

Informe de gestión

Objetivos y logros alcanzados	Cumplimiento	Justificación
Adaptación a la empresa	SI	La adaptación a la empresa fue ágil
Cumplimiento de tareas	SI	Tareas cumplidas a cabalidad con buenos resultados
Relación con los clientes	SI	Profesional y cercana
Relaciones laborales	SI	Equipo de trabajo empoderados trabajando en armonía

Logros

Funciones	Acciones	Impactos
Liderar el dpto comercial	Planeación, ejecución y seguimiento	Nuevos clientes, Renovación de servicios
Presentaciones de venta	Creación y ejecución de presentaciones	Clientes más informados, presentaciones más ágiles
Creación de nuevo proceso	Creación y ejecución del nuevo proceso	Mejor rentabilidad para la agencia, y nuevos clientes internacionales
Post venta	Seguimiento a la satisfacción	Clientes felices y nuevas recomendaciones

Impactos percibidos

- Académico laboral: Recibí un excelente acompañamiento por parte del docente tutor Jaime Andres, quien además apoyó en la gestión de alianzas con otras empresas.

La integración y trabajo en equipo con todos los miembros de la agencia fue muy positiva para el desarrollo de todas las actividades.

- Limitaciones: Ninguna percibida

Conclusiones

- La agencia de marketing digital Mundo Mediators es una empresa con gran potencial de crecimiento debido al aumento de los servicios de marketing digital en las empresas que buscan digitalizar sus modelos de negocio en gran parte gracias a crisis provocada por la pandemia del Sars Cov-2 o Coronavirus. Por tanto, existe una gran oportunidad de mercado tanto nacional como internacionalmente.
- Para antes de la finalización de este trabajo de grado, el nuevo proceso de ventas fue aplicado con un prospecto de Guatemala interesado en los servicios de creación de página web y administración de redes sociales, dando como resultado, una negociación donde se logró captar la atención del cliente potencial de forma más rápida, y que la negociación se basará en los nuevos precios de los servicios para el mercado internacional expuestos en el presente documento.

Recomendaciones

- Se recomienda a la agencia de marketing digital Mundo Mediators, crear alianzas estratégicas con empresas de otros países que puedan comercializar los servicios de la agencia con un porcentaje atractivo de comisión por venta.
- Se sugiere a la agencia de marketing digital Mundo Mediators, realizar reuniones quincenales donde se traten temas específicos del nuevo proceso de ventas. Es decir, un espacio donde se analicen las actividades comerciales hechas a la fecha, sus resultados, y se tomen decisiones en pro de mejorar cada vez los resultados alcanzados.

GRACIAS



unab

Universidad Autónoma de Bucaramanga

de puertas abiertas

REGISTRADO MINEDUCACIÓN