A person's hands are shown typing on a laptop keyboard. In the background, there is a white coffee cup with a lid. The entire scene is overlaid with a semi-transparent dark blue filter.

# PLAN DE MEJORA PARA XKLA LTDA

fase 4: diagnostico

### XKLA ASESORIAS

XKLA Asesorías Ltda, es una agencia de seguros, con más de 30 años de experiencia, la cual se ha fortalecido en el transcurso de los años. Sus excelentes relaciones comerciales con el sector asegurador nos hacen una entidad confiable, dinámica y de buen prestigio.

Nuestra agencia se caracteriza por el asesoramiento continuo en cada una de las etapas en el proceso de adquisición de un seguro, la cual dividimos en tres: Preventa, Venta y Postventa.



## Pregunta problema

¿Qué impacto tendría la implementación de una estrategia de marketing digital para la empresa XKLA ASESORÍAS?

# Objetivos

---

## Objetivo general

Diseñar e implementar una estrategia digital con el fin de mejorar la presencia en el mundo online

## Objetivos específicos

- Identificar cual es el canal mas usado por el usuario para buscar seguros de copropiedades, de carro entre otros.
- Comparar la imagen digital que se tiene con la de la competencia
- Considerar la implementación de perfiles en las redes sociales mas apropiadas
- Establecer un branding claro y conciso

## Explicación

---

Por medio de una investigación del entorno de la empresa y de analizar al posible cliente, se considera cual es la forma y el canal que usa el usuario para comprar un seguro. teniendo en cuenta la era digital que se vive en el mundo es necesario que las empresas tengan una presencia digital clara e innovadora, por ello se deben crear perfiles en las redes sociales mas convenientes acompañado de un ajuste al branding de la empresa para generar una imagen digital mas fuerte y concisa que brinde mas confianza y seguridad al cliente.

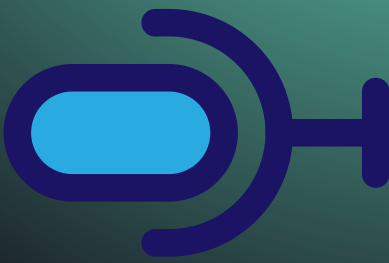
- Investigación:
  - análisis de la competencia
  - análisis del mercado de seguros en Bogotá
- Entrevistas a posibles clientes:
  - Administradores de conjuntos
  - Dueños de pymes
- La web
- El blog informativo

## Resultado del Instrumento

Investigación y análisis de la competencia: En Bogotá existe mucha competencia, como en la imagen muestra algunos competidores entre cientos que ofrecen lo mismo....

ENFINANZA SEGUROS LTDA	CALLE 151 B 117 61 AP 402, BOGOTA, BOGOTA	(1)8014102
INVERMUNDO S A	CARRERA 11 188 72 LC 11, BOGOTA, BOGOTA	(1)6727585
SD NUEVA ERA ASESORES DE SEGUROS LTDA	CALLE 9 29 37 P2 OF 203, BOGOTA, BOGOTA	3134751267
MARTINEZ CAMARGO Y COMPANIA LTDA	CARRERA 11 73 44 OF 306, BOGOTA, BOGOTA	(1)2110523
SYNERGIA AGENTES DE SEGUROS LTDA	CARRERA 13 96 67 OF 611, BOGOTA, BOGOTA	(1)7433072
JARGU S A CORREDORES DE SEGUROS	CARRERA 19 B 83 02 P 6, BOGOTA, BOGOTA	3102691235
CLAUDIA MALDONADO Y COMPANIA ASESORES DE SEGUROS LTDA	CARRERA 50 128 C 83 P 2, BOGOTA, BOGOTA	(1)2742112
PROTALSEGUROS LTDA	CALLE 96 45 A 31, BOGOTA, BOGOTA	(1)7421444
PATRIMONIO SEGUROS LTDA	CALLE 78 29 B 16 OFICINA 301, BOGOTA, BOGOTA	(1)4769983
CENTRO DE NEGOCIOS NORTE SEGUROS Y CAPITALIZACION SAS	CARRERA 14 BIS 153 81, BOGOTA, BOGOTA	3108778182

La mayoría de los competidores no tienen una presencia digital fuerte, se basan en colocar su información en varias fuentes como paginas amarillas o directorio de empresas



Entrevistas: 4  
Administradores en  
conjuntos residenciales

Entrevistas: 2  
Gerentes de pymes

## Resultados

### Preguntas: Abiertas

1. Considera importante la adquisición de pólizas de seguros para la copropiedad? Sí, no, por qué?
2. Normalmente a donde se dirige para buscar este tipo de seguros
3. Quienes toman la decisión de elegir la empresa de seguros
4. Que suelen buscar en una empresa de seguros
5. En que se basan para investigar la confiabilidad de la empresa
6. considera importante a la hora de comprar que la empresa tenga una presencia digital

- ✓ si es importante la compra de seguros por ley
- ✓ En primera estancia buscan por internet o por alguien que les recomienden algo
- ✓ Todos los residentes propietarios y el administrador - El gerente
- ✓ Confiabilidad, financiamiento, que cumpla con lo que promete, transparencia, un trato justo, acompañamiento
- ✓ La persona que ofrece el servicio, en su pagina web y sus perfiles en redes sociales, documentación en orden
- ✓ Se considera importante la presencia digital por que toman la decisión entre varias ofertas similares y la web es un valor agregado

### Preguntas: Abiertas

1. Considera importante la adquisición de pólizas de seguros para la empresa? Sí, no, por qué?
2. Normalmente a donde se dirige para buscar este tipo de seguros
3. Quienes toman la decisión de elegir la empresa de seguros
4. Que suelen buscar en una empresa de seguros
5. En que se basan para investigar la confiabilidad de la empresa
6. considera importante a la hora de comprar que la empresa tenga una presencia digital



Las RSD son un fenómeno global, pero sólo algunas plataformas son dominadoras, tales como Facebook, YouTube y Twitter, y más recientemente sitios como LinkedIn y Pinterest. Facebook, por ejemplo, ha alcanzado más de 1,100 millones de usuarios activos mensuales en ocho años de haber sido creada, siendo hoy en día la más grande del mundo (Crunchbase, 2013)

En el nuevo universo de los medios de contenido generado por usuarios, las marcas desempeñan un papel fundamental, ya que los consumidores comparten su entusiasmo acerca de su marca favorita a través de estas plataformas (Hennig-Thurau et al., 2010), comentando sobre sus productos y servicios (Chan y Ngai, 2011).

# Modelo canvas



# Modelo DOFA

## Fortalezas

1. Seguimiento continuo
2. Buena oferta de financiamiento
3. Buena cobertura
4. Precepción positiva de los clientes
5. Servicio postventa

## Debilidades

1. Poca presencia digital
2. La marca es débil
3. No tienen perfiles sociales
4. La pagina web esta incompleta

## Oportunidades

1. Nichos de mercado inexplorados
2. Relaciones comerciales
3. Competencia digital débil
4. Redes sociales
5. La web

## Estrategias FO

1. Aumentar el segmento de clientes basándonos en la percepción positiva de los clientes.
2. Generar una estrategia digital basándonos en el servicio de postventa y en el proceso de referidos
3. Utilizar las múltiples herramientas que ofrece la web para el posicionamiento de la marca

## Estrategias DO

1. Utilizar la web y las redes sociales para crear perfiles sociales
2. Aprovechar la debilidad de la competencia en el mundo online alimentando la pagina web y creando perfiles sociales

## Amenazas

1. Cambios socio económicos negativos
2. Recesión económica por paro nacional y pandemia
3. Precios fluctuantes de los seguros

## Estrategias FA

1. A causa del paro nacional se han causado disturbios y múltiples daños a las propiedades privadas
2. A causa de la pandemia el trabajo paso de ser presencial a ser netamente virtual haciendo que hayan mas personas conectadas a internet
3. Con los precios fluctuantes de los seguros se podrá dar una buena oferta de financiamiento

## Estrategias DA

1. La mejor publicidad es la que hace un cliente satisfecho
2. La web y las redes sociales pueden ser el medio para explorar nuevos nichos de mercado y fortalecer los existentes
3. El aumento de la interacción de las personas con el internet

# Plan de acción

CRAECIÓN DE REDES SOCIALES Y  
BRANDING :



ESTRATEGIA DE POCISIONAMIENTO



3 fases

1. Creación de perfiles en todas las redes con descripciones concretas y llamado a la acción
2. Creación de contenido audiovisual para las redes sociales
3. Creación de anuncios para ig y in

## CONTENIDO OFF LINE

- Contenido audiovisual para uso corporativo
- Presentaciones ( Branding)
  - Brochure
  - Infografías

Comunicación unificada  
de marca

**3 MESES**

## Plan de acción

Medio	Canal	Formato	Duración	Valor Pauta	Inversión
off y on -line	Branding	Unificación de marca	semana 1 y 2	\$ 0	COP \$ 0
off-line	Video - brochure - presentaciones - infografías	Digital e impreso	semana 3 y 4	\$ 0	COP \$ 0
On-line	Fb- ig - in	Creación de perfiles	semana 5 y 6	\$ 0	COP \$ 0
On-line	Fb- ig - in	Creación de contenido	semana 7 - 8 -9	\$ 0	COP \$ 0
On-line	Fb- ig - in	Anuncios pagos	semana 10 - 11	Desde \$ 15.000	\$ 300.000 aprox
Análisis de resultados			semana 12		

**CAMPAÑA 3 MESES: PRESUPUESTO TOTAL COP \$300.000 PESOS aprox**

## Conclusiones

---

La empresa actualmente se queda corto en los canales que usa para llegar a nuevos clientes, cuentan con un portafolio amplio y buenas relaciones comerciales que le permiten explorar nuevos nichos de mercado, aunque tienen muy poca presencia digital por consiguiente no tienen un branding claro lo que puede dañar la imagen y el posicionamiento que pueda tener la empresa, el canal principal por donde están trabajando que son los referidos es un motivo para posicionarse como una empresa con excelente servicio basado en testimonios reales. La alimentación de la pagina web, la creación de redes sociales, el diseño de una estrategia de contenidos, el ajuste del branding y la capacitación de un equipo comercial pueden ser la oportunidad para captar a nuevos clientes

## Recomendaciones

---

Identificar cuales son las redes sociales mas apropiadas para la creación de perfiles, la capacitación de un equipo comercial pueden aumentar los clientes en los nichos existentes, el uso de la web para las empresas son de mucha importancias debido a la era digital y a la situación sanitaria que se vive en el mundo, es por eso que se deben utilizar las múltiples herramientas que ofrecen las TICS.

GRACIAS

att: Fabiàn àlvarez