

ENVÍOS MITROVICH

1

MORALES FRANCO ANYI MARLEN

CC. 1.031.164.998

FACULTAD:

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

AREA:

MERCADEO Y PUBLICIDAD

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

OPCIÓN DE GRADO MERCADEO Y PUBLICIDAD

BOGOTÁ D.C.

2022

MORALES FRANCO ANYI MARLEN

CC. 1.031.164.998

FACULTAD:

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

AREA:

MERCADEO Y PUBLICIDAD

Asesor

MÓNICA GONZÁLEZ ROBLEDO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

OPCIÓN DE GRADO MERCADEO Y PUBLICIDAD

BOGOTÁ D.C.

2022

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto se desarrolla gracias al compromiso del equipo de trabajo de la compañía Envíos Mitrovich, a los docentes y coordinadores de Área Andina, a mis compañeros de carrera y familiares, quienes han sido parte fundamental y un apoyo constante en para el proyecto y mi carrera en general. Agradezco a cada uno de ellos por ser un respaldo y confiar en mis conocimientos.

DEDICATORIA

4

Dedico este proyecto al Sr. Cristian propietario y gerente de la compañía Envíos Mitrovich por su confianza y constancia, a la docente Mónica Gonzales por dedicar su tiempo y su pasión como una guía constante, a mi hermana July Morales y mi colega Karen Molina por su aporte y apoyo. Con todo el cariño agradezco que crean en mí.

Tabla de contenido

PLAN DE INTERVENCIÓN	6
Objetivo.....	6
Título.....	6
Introducción	7
Contextualización	7
Misión	7
Visión.....	7
Valores corporativos	8
Productos y servicios:	8
Documentos	8
Paquetes	8
Mercancías:.....	8
Cargas	9
Trasteos y mudanzas	9
Identificación de la necesidad.....	10
Referente teórico	10
Competencia	11
Competencia directa.....	11
Competencia indirecta	12
Investigación de mercados	16
Diagnóstico	20
Intervención	21
Objetivo general.....	21
Objetivos específicos	21
Estrategias y tácticas	22
Ejecución estrategias.....	23
Sitio Web	23
Identidad corporativa	23
Mailing.....	24
Alianza SOS y Mitrovich.....	25
Gestión de llamadas y nuevas bases de datos	26
Resultados.....	27
BIBLIOGRAFIA	29

Objetivo

Incrementar el posicionamiento de la empresa por medio de una estrategia de marketing tradicional para obtener clientes B2B que nos generen ventas.

Título

Plan de acción para la penetración de nuevos mercados con la compañía Envíos Mitrovich.

Contextualización

Es una organización integradora de soluciones tecnológicas para optimización de procesos logísticos. Transporta vía aérea, marítima o terrestre tus documentos, paquetes, mercancía, carga, domicilios, remesas, es decir todas las opciones de envíos, local, nacional, internacional, importación y exportación.

Gracias a su tecnología el cliente podrá hacer seguimiento permanente a cada uno de los movimientos de mercancías.



Misión

Somos una organización integradora de soluciones tecnológicas para transformación digital corporativa y personal. Nuestro propósito superior es contribuir en la modernización del modelo económico y educativo colombiano, estamos comprometidos con el cierre de la brecha tecnológica.

Visión

Seremos el aliado integral de nuestros clientes a nivel nacional e internacional, que apoye su desarrollo, su progreso y su crecimiento.

- Honestidad
- Servicio
- Trabajo en equipo
- Respeto
- Responsabilidad

Productos y servicios:

Documentos

Ofrece el servicio de recogida y entrega de documentos unitarios. Recoge, transporta y entrega documentos puerta a puerta desde su casa, negocio o empresa hasta su destino final. Se garantiza prueba de entrega firmada.

Paquetes

Ofrece el servicio de recogida y entrega puerta a puerta de paquetes y encomiendas unitarios, es decir de una sola pieza. Cada paquete cuenta con una guía independiente la que se hace firmar en el momento de la entrega, es decir se garantiza entrega firmada y certificada. Cubre paquetes unitarios de entre 3 y 5 kilos.

Mercancías:

Recoge, transporta y entrega de mercancías de una o varias piezas. Cada unidad de empaque unitaria o consolidada cuenta con guía independiente para que la firma de la prueba de entrega. Su solución de transporte de mercancía Premier va orientado a través de los servicios de:

- Recolección
- Cross
- Docking

- Almacenamiento
- Administración de inventarios y pedidos; empaque y embalaje
- Transporte y distribución certificada.

Cargas

La carga consolidada o Less Than Truck (LTL) es una modalidad de transporte mediante la cual en un vehículo se transportan los envíos de varias compañías que comparten el espacio y los costos del transporte según su mercancía. Al realizar diferentes entregas dentro de una sola ruta, las unidades se detienen varias veces para descargar su contenido. Es ideal para pequeñas y medianas empresas con envíos de aproximadamente 45 kilogramos a 5 toneladas y media, de uno a seis palés.

Trasteos y mudanzas

Cuenta con el mejor manejo logístico de Colombia, son expertos en la planificación de los servicios, alistando, protegiendo, empacando y trasladando los objetos y enseres, muebles y electrodomésticos de nuestros clientes con el mejor cuidado y calidad de servicio.

Ofrece personal honesto, capacitado y profesional, insumos y elementos de protección y empaque de primera calidad, realizamos empaque técnico, cuenta con los equipos de apoyo y soporte para adecuadas movilizaciones internas y con vehículos nuevos adecuados en dotación, tamaño, dotados de instrumentos tecnológicos de seguridad como cámaras, candados, están equipados con GPS, que garantizan una experiencia favorable.



Sitio web ENVÍOS MITROVICH

Identificación de la necesidad

Fortalecer las estrategias de marketing para penetrar nuevos mercados, buscando así, el aumento de las ventas.

Referente teórico

El mercado asegurador, se encuentra dentro del sector de los servicios. En Colombia está constituido por un 40% seguros de daños, 27% seguridad social, 25% seguros de personas y 8% SOAT.

Tiene una participación del PIB del 2,6% representado en un total de primas al año de \$11.437 miles de millones de pesos.

La actividad aseguradora y los seguros constituyen una de las principales manifestaciones económicas dentro de un país; a mayor avance cultural y tecnológico, mayor es la necesidad y la cultura del seguro, representada en la necesidad de protección.

Factores económicos. Caída general en rankings, caída del consumo, compras virtuales e 11 inflación.

Factores Políticos y Legales. Incertidumbre política, relaciones internacionales, manejo de vías, regulaciones logísticas y cierres.

Factores sociales. La higiene, las divisiones sociales y el aumento de la pobreza.

Factores tecnológicos. Poca inversión tecnológica, crecimiento del uso de las TIC, crecimiento de la realidad y el uso de drones.

Factores ecológicos. Aumento de productos eléctricos, reducción de papel y plásticos, preocupación por residuos y energías renovables.

Competencia

Competencia directa

Mensajeros urbanos

Empresas ▾ Personas Conductores ¿Quiénes somos? ▾ [INGRESAR](#)

mensajeros urbanos

TRANSFORMAMOS LA LOGÍSTICA PARA CONECTARNOS MEJOR

Realiza todas tus entregas en pocos minutos, gracias a nuestra tecnología y a la rapidez de la red logística más diversa de Latinoamérica.

[SOLICITA UN SERVICIO](#)

[O CONTACTA A UN COMERCIAL](#)

Sitio Web Mensajeros Urbanos

En el 2015 inician el reto de transformar la logística y conectarse mejor. Desde el inicio, han creído que la logística es el motor que mueve una sociedad; que cada producto que consumimos, cada alimento que comemos, cada prenda que vestimos, cada medicamento que necesitamos, están a nuestro alcance gracias a la logística.

- Nos conectamos con tu sistema: Automatiza la creación y seguimiento de tus entregas mediante una integración API.
- Disponibilidad inmediata: Más de 20.000 conductores conectados, listos para realizar tus entregas.
- Algoritmo de rutas óptimas: Optimizamos el tiempo, indicándoles a los conductores la ruta más corta.
- Seguimiento constante: De inicio a fin podrás rastrear en tiempo real la ubicación de tu entrega.
- Entregas en minutos: El tiempo es fundamental, por eso realizamos tus entregas en tiempo récord.
- Monitoreo de métricas: Recibe diariamente datos de tus entregas para mejorar tus procesos operativos.

Competencia indirecta

Servientrega



servientrega

Logo SERVIENTREGA

Durante 35 años de evolución, Servientrega se encamina a una nueva dimensión: La 13
Convergencia. El objetivo es lograr el equilibrio entre las nuevas tendencias e imperativos físicos y virtuales, con alcance a la gente, la marca, los mercados, los canales, la infraestructura y los riesgos, para garantizar la perdurabilidad y legado empresarial. Sus servicios se centran en entregas de:

- Documentos
- Mercancías
- Almacenamiento 3PL
- E-mailing certificado
- E-mailing masivos



Sitio web SERVIENTREGA

Coordinadora

COORDINADORA

Logo COORDINADORA

Coordinadora es una empresa de envíos que se ha destacado por ofrecer un servicio de 14 calidad, donde nos comprometemos a brindar el acompañamiento necesario para que todos tus documentos o paquetes lleguen en perfectas condiciones en los tiempos que se han fijado a diferentes destinos regionales, nacionales e internacionales. Sus servicios se centran en entregas de:

- Envío de mercancía nacional
- Envío de mensajería nacional
- Envíos internacionales
- Cargas masivas y contenedores
- Operaciones logísticas e-commerce
- Mercancías químicas



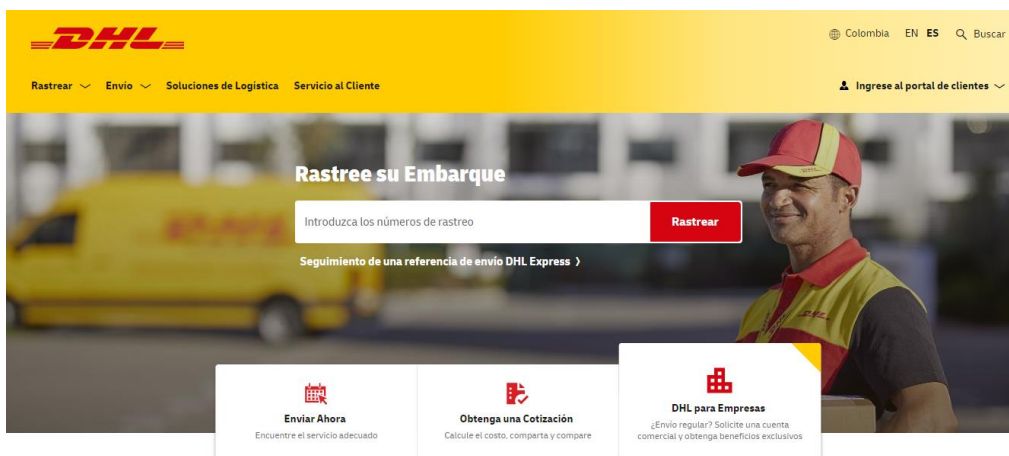
Sitio web COORDINADORA



Logo DHL

Cuenta con una amplia gama de soluciones que se pueden adaptar a las necesidades específicas de su negocio. Su objetivo es optimizar y mejorar su cadena de suministro para ayudarlo a obtener una ventaja competitiva. Use su buscador de soluciones para encontrar la solución perfecta para su negocio. Sus servicios se centran en entregas de:

- Documentos y paquetes



Sitio web DHL

4/27



Logo DHL

La nueva marca 4-72 nació del Servicio Postal Nacional, la empresa que asumió las funciones de Adpostal desde 2006. Sus servicios se centran en entregas de:

- Envío de mercancía nacional
- Envío de mensajería nacional
- Envíos internacionales

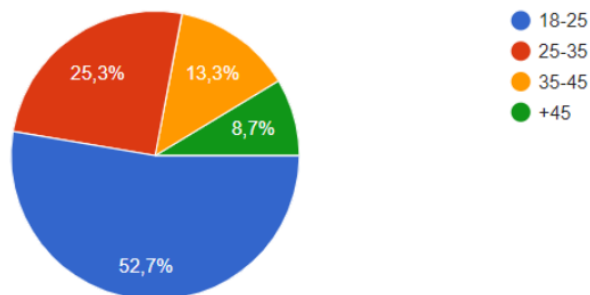


Sitio web 4-72

Investigación de mercados

¿En que rango de edad se encuentra?

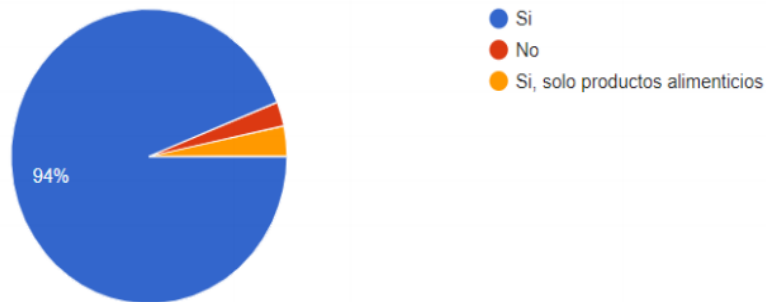
150 respuestas



El público encuestado en mayor porcentaje se encuentra entre los 18 y 35 años de edad. 17

¿Has pedido algún producto vía online con entrega a domicilio?

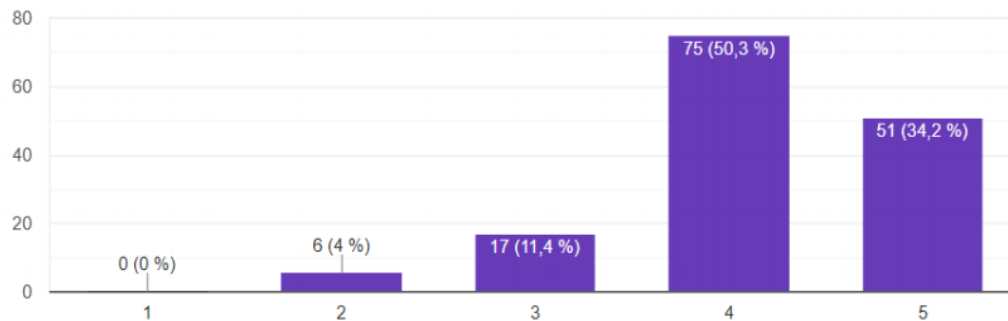
150 respuestas



El público encuestado en mayor porcentaje si ha realizado pedidos vía online solicitando entregas a domicilio.

¿De 1 a 5 que tal ha sido su experiencia con los paquetes que le llegan?

149 respuestas

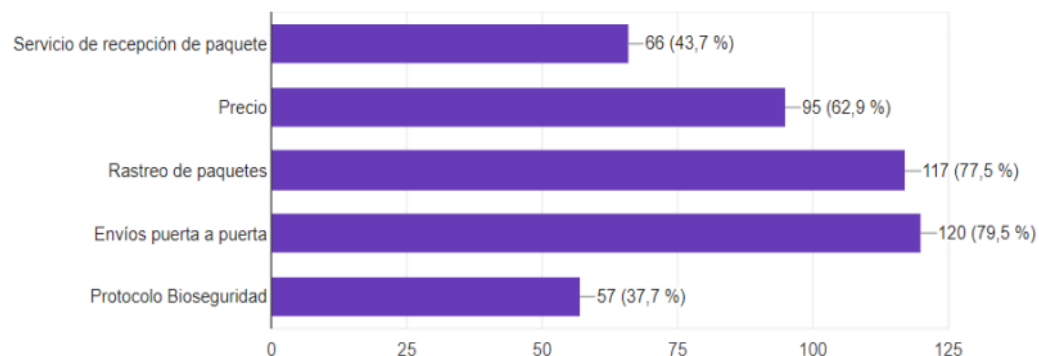


El público encuestado en mayor porcentaje califica en promedio su experiencia con los servicios de entrega de paquetería que reciben con 4 puntos.

¿Qué considera primordial al momento de enviar un paquete?(Múltiples opciones)



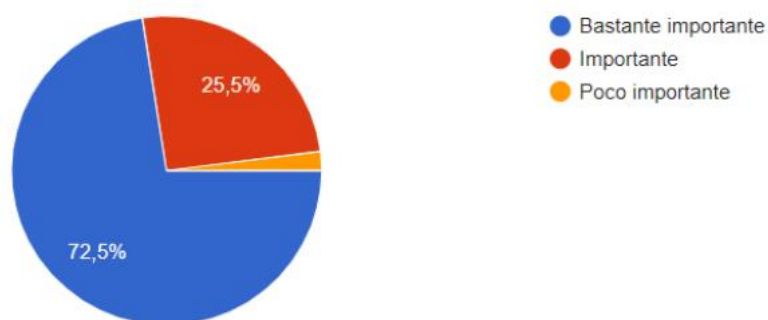
151 respuestas



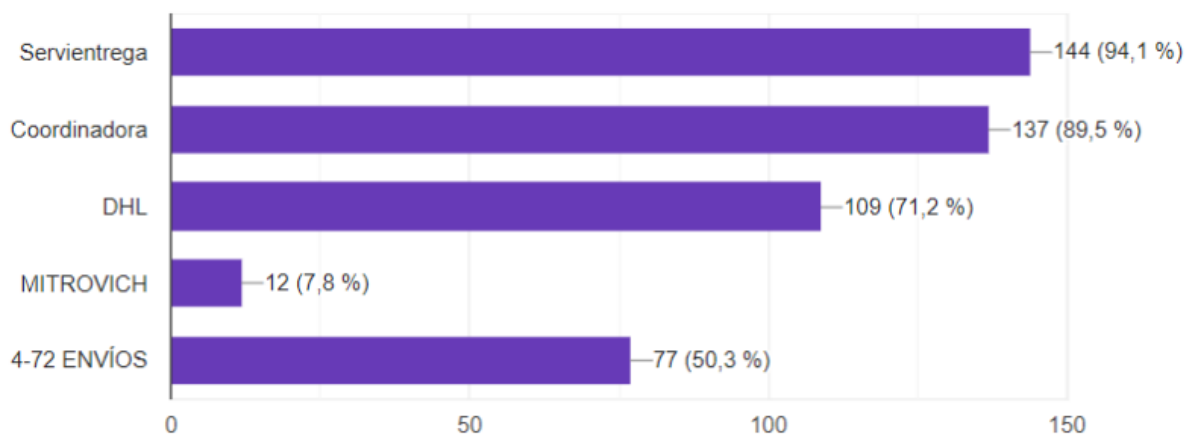
El público encuestado considera que los puntos más importantes son entrega puerta a puerta y poder rastrear su mercancía.

¿Le parece importante en la actualidad el aspecto de los medios digitales(Pag web, redes sociales, blogs, entre otros) para la elección entre una marca y otra?

149 respuestas



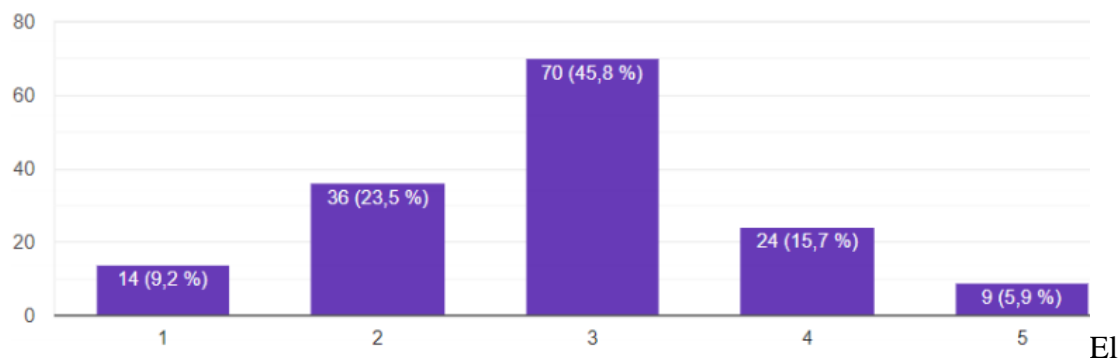
El público encuestado considera que los medios digitales son importantes en su decisión de compra.



El público encuestado reconoce como compañías principales de entregas la empresa Servientrega y Coordinadora.

De 1 a 5 que tan atrayente le parece el siguiente grupo de publicaciones?



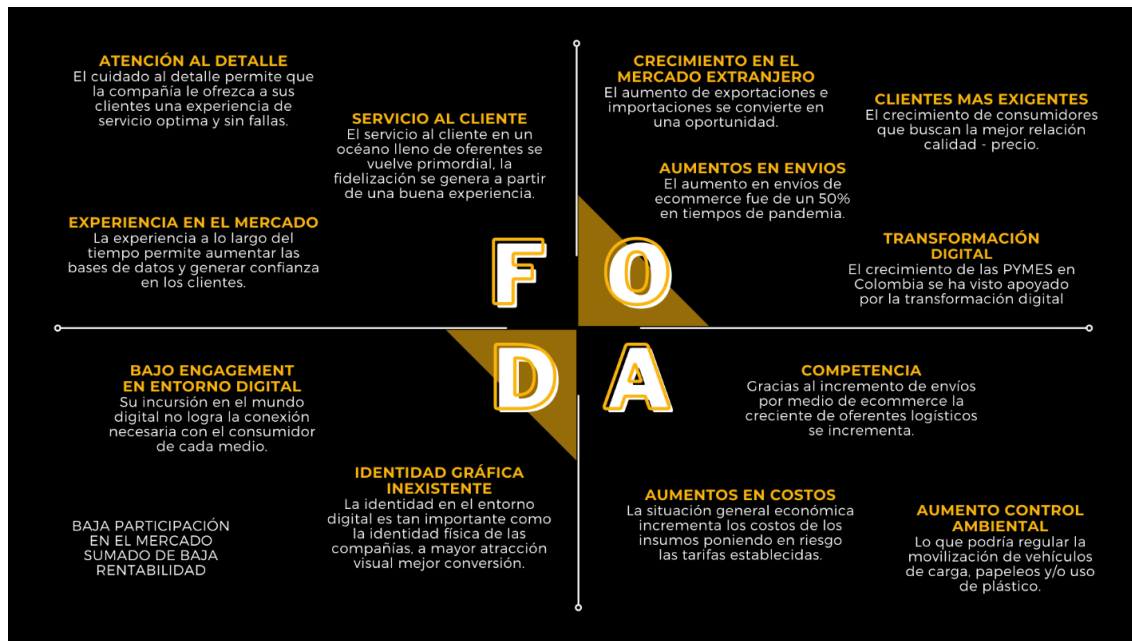


público encuestado califica la publicidad de Envíos Mitrovic como poco atractiva.

Diagnóstico

El público encuestado afirma haber ordenado productos vía online, donde la mayoría tuvo una buena y excelente satisfacción. La prioridad al momento de hacer envíos es poder rastrear el producto y tener un servicio de recepción puerta a puerta.

El consumidor actual considera que el medio digital se vuelve en un tomador de decisiones valioso. El aspecto visual publicitario de la compañía no genera atracción en el consumidor.



Análisis de públicos

Intervención

Objetivo general

Incrementar las ventas de la empresa por medio de una estrategia digital utilizando el sitio web y las redes sociales para la consecución de nuevos clientes.

Objetivos específicos

- Rediseñar la identidad publicitaria de la compañía con el fin de generar atracción y confianza en los nuevos clientes y prospectos.
- Creación de bases de datos y contacto directo con empresas para coordinar citas y poder hacer ofertas de servicio.
- Incrementar el número de clientes nuevos por medio del contacto directo con empresas, y así aumentar las ventas en los meses de octubre a diciembre de 2021.

- Optimización del sitio web de forma orgánica por medio de redes sociales y demás medios digitales usados por la compañía.
 - ✓ La construcción del sitio: <https://mitrovich.com.co/> tiene varias falencias, si su uso es nulo recomendamos el cierre de este para no afectar el posicionamiento del sitio actual: <https://enviosmitrovich.com.co/>
 - ✓ Implementar palabras claves contundentes similares a la web pendiente por eliminación.
 - ✓ Etiquetado ALT de imágenes que mejoren el posicionamiento SEO.
 - ✓ Secciones con exceso de texto y poca dinámica, se recomienda una infografía clara y específica que busque ser más impactante para las nuevas tendencias de público.
 - ✓ Modificar links de destino y agregar botón WhatsApp.
- Rediseñar la identidad publicitaria de la compañía con el fin de generar atracción y confianza en los nuevos clientes y prospectos.
 - ✓ Manejo de diseños minimalistas, imagen más profesional, fuente gráfica más ligera, mensajes directos y pensados en el cliente.
 - ✓ Contenido de valor y más humano.
 - ✓ Portafolio con información relevante (servicio, experiencia en el mercado, tarifas, alcance del servicio, datos de contacto).
- Contacto con empresas nuevas.
 - ✓ Personal Envíos Mitrovich disponible.
 - ✓ Selección nuevos nichos.

- ✓ Desarrollo de bases de datos,
- ✓ Gestión de llamadas y envío de portafolio.
- ✓ Seguimiento a prospectos y mailing.
- Implementación de manual de servicio al cliente.

Ejecución estrategias

Sitio Web

Se realizan modificaciones tales como, eliminar/ocultar el sitio alternativo Mitrovich que correspondía al sitio web anterior de la compañía y afectaba el posicionamiento del nuevo sitio. Adicional se hacen sugerencias sobre el contenido del sitio web para que sea más ligero, concreto y contenido que genere valor para los visitantes.

Identidad corporativa

Se modifica el logo eliminando el technology group por la palabra el Envíos.

Se realizan modificaciones en la línea gráfica publicitaria, tales como, manejo de colores acordes a la marca (blanco, negro, naranja, amarillo o grises), fuentes light que sean ligeras y en tipo oración, o sea minúscula salvo el inicio de cada frase, limitar el uso de gifs si no son llamativos. Actualmente se usan gifs que no se alcanzan a leer, preferible no usarlos. Manejo de fotografías profesionales que representen la seriedad de la compañía, existen bancos de imágenes gratuitas que nos permiten acceder a estas fotografías. Mensajes que conecten con las necesidades de las empresas (envíos seguros, entregas a tiempo, mejor manejo de las paqueterías), por ejemplo: Despreocúpate de los envíos de tu mercancía, ¡Déjalo en nuestras manos!



Imagen red social Instagram Envíos Mitrovich (izq.).

Imagen desarrollada por Anyi Morales (der.).

El portafolio de servicios se modifica para que sea más puntual, con la finalidad de que los nuevos prospectos que lo reciban puedan entender las actividades de la compañía, sugiriendo cambios como, página inicial con logo Envíos Mitrovich y el texto: Despreocúpate de los envíos de tu mercancía, ¡Déjalo en nuestras manos!, somos operadores logísticos. Adicional una breve presentación, experiencia en el mercado y valor diferencial (por qué debería trabajar con Mitrovich). Cobertura del servicio (nacional e internacional), tarifas de envío (este tema si es viable colocarlo), otros servicios, como trasteos, etc. Empresas con quienes han trabajado, datos de contacto (WhatsApp, correos, dirección oficinas, sitio web, Redes, entre otros).

Mailing

Se hace una lista de sugerencias de los CRM los CRM que pueden funcionar para la compañía:

- GetResponse: <https://www.getresponse.mx/pricing>

- Constant Contact: <https://www.constantcontact.com/co/price-plans>
- Mailchimp: <https://mailchimp.com/es/pricing/marketing/>
- Blue Caribu: <https://www.bluecaribu.com/crm>

Alianza SOS y Mitrovich

La compañía creó una alianza para ampliar las líneas del portafolio, para esta nueva campaña se sugieren algunas modificaciones para las piezas gráficas, tales como, colocar logos de Mitrovich y SOS uno en frente del otro del mismo tamaño. Manejar los textos de los servicios ofrecidos en texto tipo oración, evitar las mayúsculas para no dar la impresión de que gritamos en las piezas graficas e incluir datos de contacto de ambas compañías.

Las imágenes más relacionadas con el consumidor, en el caso de trasteos una familia feliz, adultos mayores saludables para el tema de medicamentos, etc.



Guía para desarrollo de pauta, Anyi Morales.

Gestión de llamadas y nuevas bases de datos

Se asesora sobre la creación de bases de datos de nuevos prospectos.

Disponibilidad personal: 1 comercial (tiempo completo), 1 comercial (1/2 tiempo) y 3 servicio al cliente (1-2 horas diarias).

Se seleccionan los nuevos nichos y en medio de una reunión se informó al equipo comercial sobre las actividades a realizar. Se sugieren fuentes de información para desarrollar las bases de datos de nuevos contactos.

Se desarrolla un documento en Excel para que se puedan registrar los contactos de las nuevas bases de datos.

EMPRESA	SITIO WEB	TELEFONO	DIRECCION	CIUDAD
Pharmabiz SAS	https://pharmabizas.com/contacto	(571) 678 9096	Carrera 8G No. 156 - 52 Barrio Barrancas	Bogota

CONTACTO	CARGO	CORREO ELECTRONICO	EMPRESA CONTRATADA ACTUALMENTE	ENVIOS PROMEDIO MENSUAL	COMENTARIOS/SEGUIMIENTO

Imagen del formato para búsqueda de clientes nuevos, Anyi Morales.

Resultados

La empresa realiza cambios en el proceso del desarrollo de las estrategias debido al ritmo de trabajo que ha tenido la compañía, en donde se ven obligados a darle prioridad a otras necesidades que garanticen su permanencia en el mercado. Se trabaja según la necesidad del cliente y durante el proceso la compañía decide incorporar una alianza nueva para ampliar su portafolio y poder cubrir más mercado. Los resultados obtenidos son los siguientes:

- Se rediseña la identidad corporativa para las piezas graficas de sus redes sociales, buscando un diseño más ligero, concreto y más expresivo. De la mano del diseñado de la compañía se hacen los cambios y a la par modificaciones en la web con la finalidad de que la información allí consignada sea más específica y clara para sus clientes y nuevos prospectos.
- Se diseña una estrategia para la consecución de clientes nuevo del sector B2B. De la mano del equipo comercial se da una explicación de cómo debía ejecutarse la estrategia. El plan pudo avanzar hasta cierto limite debido a que tenían más labores

que desarrollar que tuvieron mayor prioridad. No se lograron resultados en cuanto 28 a la consecución de clientes ya que a estrategia no fue aplicada en el periodo propuesto.

- La empresa hace una alianza para incluir nuevos servicios a su portafolio con el apoyo de esta nueva compañía. Se trabaja a la par para poder crear las piezas que logran mostrar los nuevos servicios en las redes y mantener la imagen corporativa de la compañía sin ser confundida con la nueva alianza.

Se trabajó contantemente pero más del 70% de las estrategias planteadas inicialmente no logran culminarse por las decisiones tomadas por la compañía.

- Valora Analitik. (2021). Consumo: así fueron los hábitos de los colombianos en el año más atípico. [online] Recuperado de:
<<https://www.valoraanalitik.com/2021/03/13/consumo-asi-fueron-los-habitos-de-los-colombianos-en-el-ano-mas-atipico/>>
- La República (2021) Pobreza en Colombia aumentó al 42.5% de la población en 2020. [online] El Economista. Recuperado de:
<<https://www.eleconomista.com.mx/economia/Pobreza-en-Colombia-aumento-al-42.5-de-la-poblacion-en-2020-20210429-0133.html>>
- Fundesarrollo.org.co. (2021). [online] Recuperado de:
<<http://www.fundesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2020/01/Estudio-de-la-evoluci%C3%B3n-de-las-clases-sociales-en-Colombia.pdf>>
- Semana. (2021). Actualidad/articulo/comercio-electronico-aumento-en-colombia-durante-la-pandemia-y-creceria-16-este-ano. [online] Recuperado de:
<<https://www.semana.com/actualidad/articulo/comercio-electronico-aumento-en-colombia-durante-la-pandemia-y-creceria-16-este-ano/202140/>>
- BBC News Mundo. (2014). Estrato 1, estrato 6: cómo los colombianos hablan de sí mismos divididos en clases sociales. [online] Recuperado
https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140919_colombia_fooc_estratos_aw
- IT Digital Media Group. (2019). El mercado de realidad virtual y aumentada crecerá un 78,5% en 2020. [online] Recuperado de: <https://www.itreseller.es/en-cifras/2019/12/el-mercado-de-realidad-virtual-y-aumentada-crecera-un-785-en-2020>

- Vida, R. (2019). Colombia viene creciendo en reciclaje. El Tiempo. [online] Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/que-porcentaje-de-residuos-y-materiales-recicla-colombia-363052>
- Nexotrans. (2020). La paquetería aumenta un 50% en los envíos de ‘e-commerce’. [online] Recuperado de: <https://www.nexotrans.com/noticia/98176/nexolog/la-paqueteria-aumenta-un-50-en-los-envios-de-e-commerce.html>
- Silverman, C. (2014). How to correct website and social media errors effectively. American Press Institute. [online] Recuperado de: <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/digital-corrections/>