

“Como tu cliente
podría ser mucho
más rentable”



6R

Seis Estrategias para
Rentabilizar la Cartera de
Clientes de Su Empresa

Taller de
Planificación
Empresarial



marketingtech
estándares superiores

¿POR QUÉ HACERLO AHORA EN SU EMPRESA?

- Alcance un nuevo nivel de rentabilidad con cada uno de sus clientes.
- Reduzca su costo de captación.
- Incremente la retención de sus clientes actuales.

¿EN QUÉ CONSISTE?

Este taller de Planificación Empresarial permite a su equipo de dirección encontrar oportunidades latentes en su actual negocio y lo más importante, diseñar un plan concreto para aprovecharlas.

La actividad se basa en la aplicación de la Metodología de las 6R desarrollada por MarketingTech. Este modelo ha sido publicado en numerosas revistas internacionales por su aplicabilidad a la actividad gerencial, entre ellas Harvard Business Review en Español (Febrero, 2006).

Este taller es dirigido por un Consultor Senior de MarketingTech, con experiencia internacional en desarrollos de marketing relacional. De esta forma, su empresa se favorece de incorporar dicha experiencia a su proceso de planificación y el diseño de las acciones.



1. ESTUDIO DEL NEGOCIO

El primer paso consiste en el relevamiento de la operación actual de la empresa y sus indicadores fundamentales. Esto permite que el diseño del taller se haga a la medida de las características de su negocio y atendiendo a su prioridades. Este primer relevamiento también permite la detección de las principales oportunidades existentes en su cartera de clientes.

Se realiza mediante información específica que MarketingTech solicitará y procesará previo a la realización del taller.



2. TALLER GERENCIAL

Se trata de una actividad de dos jornadas completas de duración en la que se analizan cada una de las oportunidades y posibles estrategias para aprovecharlas. También se discuten acciones alternativas para la aplicación concreta de cada una de ellas.

De esta forma, al finalizar el segundo día, su empresa contará con un detalle de:

- Principales oportunidades de crecimiento del negocio y apalancamiento del mismo a partir de la cartera actual de clientes.
- Priorización de las estrategias a seguir.
- Detalle de las actividades para que su propia empresa pueda llevarlo adelante.
- Acuerdo de cronograma entre los participantes.

Cada uno de los temas es discutido desde el punto de vista conceptual, se analizan las herramientas disponibles para llevarlo adelante y se discute la forma de aplicación concreta a la empresa.

AGENDA TÍPICA DEL TALLER

A continuación se detalla la agenda típica del taller “Seis Estrategias para Rentabilizar la Cartera de Clientes de Su Empresa”. De todas maneras, el contenido definitivo de la actividad es diseñado en coordinación con la empresa, las prioridades que ésta fije y las oportunidades más importantes detectadas durante la etapa de “Estudio del Negocio”.

DÍA 1

1. RELACIÓN

- PRESENTACION: Dando una nueva perspectiva a nuestro negocio: de ofrecer productos a gestionar relaciones.
- EJERCICIO: Estimando el valor vitalicio de los distintos segmentos de clientes.
- EJERCICIO: Detectando el potencial de crecimiento en la cartera actual.
- PRESENTACION: Principios para el diseño de la relación.
- EJERCICIO: Diseño de relación con distintos segmentos de clientes.
- EJERCICIO: Diseñando mecanismos para el crecimiento de la amplitud y profundidad de las relaciones.

2. RETENCIÓN

- PRESENTACION: Principios fundamentales para el análisis de la retención de clientes.
- EJERCICIO: Estimando el costo actual del abandono en la empresa.
- PRESENTACION: Los tipos de estrategias de fidelización.
- EJERCICIO: Identificando los mecanismos más eficientes de fidelización en la empresa.

3. RENTABILIZACIÓN

- PRESENTACION: Cuatro estrategias para incrementar la rentabilidad de la cartera.
- EJERCICIO: ¿Cómo incentivar efectivamente la venta cruzada sobre la cartera?
- EJERCICIO: Estimando el impacto del precio sobre la rentabilidad de las relaciones.
- EJERCICIO: Diseñando acciones para clientes con diversos niveles de rentabilidad.

DÍA 2

4. REFERENCIACIÓN

- PRESENTACION: El poder de las referencias personales.
- PRESENTACION: Estrategias normalmente empleadas para incrementar las referencias.
- EJERCICIO: Diseñando acciones que promuevan la referenciación de forma medible.

5. RECUPERACIÓN

- PRESENTACION: No perdamos clientes por problemas de servicio. El impacto actual del correcto manejo de QYR.
- EJERCICIO: diseñando un sistema de manejo de quejas y reclamos.

6. REACTIVACIÓN

- PRESENTACION: El poder de la reactivación de clientes dormidos.
- EJERCICIO: Estimación del potencial en nuestra cartera de clientes.
- EJERCICIO: Identificando los perfiles a reactivar.
- EJERCICIO: Diseñando mecanismos permanentes de reactivación.

NEXT STEPS

- Priorización de las estrategias con mayor retorno.
- Determinación de actividades.
- Acuerdo de plazos.
- Acuerdo de responsables.

Posteriormente al taller, MarketingTech presentará el documento que incluye las estrategias priorizadas, las acciones para la implementación de cada una de ellas, los acuerdos sobre plazos y responsables dentro de la organización.

A partir de este documento, la empresa podrá implementar su estrategia de rentabilización de cartera de clientes en forma sistematizada.

6R Taller de Planificación Empresarial

Sus clientes podrían ser más rentables de lo que son. Un importante porcentaje de éstos seguramente generan pérdida e incluso aquellos que son rentables seguramente podrían serlo mucho más.

Todas las empresas desperdician gran parte del potencial de la relación con sus clientes. Simplemente dejan que se vayan a sus competidores.

En esta presentación usted obtendrá herramientas prácticas que le ayudarán a que sus clientes concentren la actividad con su empresa e incrementen su fidelidad en el tiempo.

El modelo de las 6R de MarketingTech



1. RELACIÓN

De la misma manera que su empresa diseña sus productos, hoy puede diseñar y controlar la calidad de la relación con sus clientes con el fin de obtener todo el valor potencial de éstas.



2. RETENCIÓN

La rentabilidad de su empresa depende más de su capacidad de retener que de captar clientes. Sin embargo es necesario asegurarse que el costo de obtener la fidelidad de sus clientes sea menor que el valor de ésta.



3. RENTABILIZACIÓN

Todo cliente puede ser más rentable de lo que es. Es responsabilidad de la empresa, no del cliente, lograrlo. Conozca las principales estrategias de rentabilización.



4. REFERENCIACIÓN

Las referencias seguramente ya son la mayor fuente de nuevos clientes para su empresa. Hoy existe una diversidad de mecanismos para acelerar y aprovechar este fenómeno.



5. RECUPERACIÓN

Los clientes no abandonan su empresa por sus errores. La abandonan por la falta de respuesta luego de estos. Sepa cómo gestionar su última línea de defensa.



6. REACTIVACIÓN

Es más fácil y rentable reactivar clientes “dormidos” que generar clientes nuevos. Diseñe una estrategia de reactivación efectiva.

Pablo Fernández, PhD

Socio de MarketingTech
Autor del Modelo de las 6R



El Dr. Pablo Fernández es consultor y disertante internacional en temas de marketing. Es socio de MarketingTech.

Anteriormente fue también consultor del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, socio de Metrix Marketing y Gerente de Marketing de ING BANK y COFAC.

Obtuvo su doctorado (PhD) en la Universidad Cornell (USA), donde también había recibido su maestría. Actualmente es docente de la Universidad ORT, de la Universidad de Belgrano de Argentina, de la Universidad Americana de Paraguay y de la Universidad Católica del Perú.

Es co-autor del libro “La Gestión del Marketing de Servicios”. Su modelo sobre las 6R del marketing relacional, publicado por la revista Harvard Business Review América Latina por su valor para la actividad gerencial.

Distinguido como Eisenhower Fellow, 2008.

La metodología de las 6R ha sido desarrollada y publicada en diversas revistas internacionales.

MarketingTech emplea esta herramienta para ayudar a las empresas a incrementar la rentabilidad de su cartera de clientes.

A su vez, ofrece servicios de:

- Consultoría de marketing
- Investigación de mercado
- Capacitación
- Comunicaciones
- Análisis de bases de datos
- Organización de eventos y congresos
- Call Center y Contact Center

Cuenta con clientes en Uruguay, Argentina, Chile, Brasil, Paraguay, México, Ecuador y Perú.

Oficina Montevideo:
Javier de Viana 2350
Tel: 2410 9610
marketingtech@marketingtech.com.uy
www.marketingtech.com.uy



marketingtech
estándares superiores