



## TRABAJO DE GRADO

### **DESARROLLAR SEGMENTO DE CLIENTES DE ALTO VALOR WIKIMUJERES, DONDE SE IMPLEMENTEN ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL CRECIMIENTO Y RECONOCIMIENTO DE LA MARCA JUMBO.**

#### **Título**

DESARROLLAR SEGMENTO DE CLIENTES DE ALTO VALOR WIKIMUJERES, DONDE SE IMPLEMENTEN ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL CRECIMIENTO Y RECONOCIMIENTO DE LA MARCA JUMBO.

#### **Autor**

Daniel Bulla Reyes

#### **Publicación**

Bogotá, Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO U.V.D-, 2018. 05 páginas.

#### **Unidad Patrocinante**

Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO)

#### **Palabras Claves**

Potencialización, clientes, Acto de valor.

#### **Descripción**

Este fortalecimiento empresarial nace con la idea de crear un segmento focal de alto valor Wikimujeres para la compañía Cencosud Colombia S.A, apoyándose en el área de fidelidad y C.R.M, creando estrategias de venta, posicionamiento de marca y valor agregado a los clientes inscritos al programa. Este grupo cerrado de Facebook tiene gran movimiento en redes lo que nos facilita tener un contacto directo con el cliente, conociendo gustos, preferencias y hábitos de compra. Wikimujeres entra a participar en el mercado de tiendas Jumbo como un segmento de investigación lo que nos a demostrado a lo largo del proyecto las expectativas de venta, acogida a eventos y recordación de marca como cadena retail, si bien sabemos el mercado colombiano cuenta con gran competencia a lo largo de los años y el área de fidelidad está desarrollando estrategias de marketing para atraer nuevos clientes, mantener a los clientes activos y realizar una buena segmentación a la base de datos de tiendas Jumbo Cencosud.

#### **Fuentes**

Página oficial: <http://www.tiendasjumbo.co/cencosud>

Facebook Jumbo: <https://www.facebook.com/TiendasJumboColombia/>

Facebook Puntos Cencosud Colombia: <https://www.facebook.com/PuntosCencosudCo/>

Página web Cencosud: <https://www.cencosud.com/>

## Metodología

**Cualitativo:** Desde la metodología cualitativa se realizará la aplicación y análisis de las diferentes estrategias de mercadeo que se realizarán para aumentar la base de datos del programa de Fidelidad de Cencosud Colombia y una vez finalizadas, entrar a revisar resultados que dejan cada una de estas actividades.

**Cuantitativo:** El seguimiento que se realizara en cada una de las actividades y los resultados que nos arrojaran para la medición, nos ayudara a tener un análisis en general de este nuevo segmento, en el, se podrá comparar resultados en tienda en cuanto a tráfico de clientes y venta. Así podremos ver que tan factible es este proyecto para la compañía y si vale la pena continuar con la búsqueda de grupos focales.

**Objetivo general:** Desarrollar un plan de acción que permita la realización de diferentes estrategias comunicativas, donde se busca posicionar y dar reconocimiento a la marca JUMBO a través de grupos de alto valor para compañía, como lo son las wikimujeres.

### Objetivos específicos:

- Determinar la necesidad de crear un segmento en el sistema POS de las tiendas con las cédulas de Wikimujeres con el fin de tener dinámicas exclusivas a este segmento.
- Diseñar diferentes alianzas afines a wikimujeres y desarrollar una actividad puntual por mes, dando a conocer beneficios exclusivos, eventos, atención a servicio al cliente personalizado al grupo focal Wikimujeres.
- Analizar la información recopilada en las dinámicas exclusivas de este segmento, en cuanto a tráfico en tienda, venta y hábitos de consumo, con el fin de ver la progresión y participación de tienda Santa Ana.
- Implementar este grupo focal a las tiendas Jumbo más reconocidas y estar a la búsqueda de nuevos grupos focales que ayuden a el área de CRM a conocer más de cerca a sus compradores para el mejoramiento continuo.

Cencosud es uno de los más grandes y prestigiosos conglomerados de retail en América Latina cuentan con operaciones activas en las ciudades de Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia donde laboran más de 14 mil colaboradores, las operaciones se extienden a los negocios de supermercados, mejoramiento del hogar, tiendas por departamento, centros comerciales y servicios financieros. Tiene como objetivo central convertirse en el mayor retail de América Latina, llegando con la máxima calidad de servicio, excelencia y compromiso, a cientos de miles de clientes.

Tiendas Jumbo en Colombia cuenta con 75 tiendas distribuidas en todo el país. Al igual que en Chile para estar alineados como marca, manteniendo estándares de calidad superior, servicio de excelencia, tiendas de primer nivel y mayor variedad, tiendas Metro cuenta con 44 Supermercados en Colombia, donde se destacan por estar en los puntos y barrios más poblados de la ciudad, destacándose por ahorrar sin sacrificar la calidad de los productos, la creación de marca propia productos Máxima y otras marcas destacadas que hacen que los productos sean muchos más económico como mercado retail.

Tiendas Easy es una megatienda del hogar y la construcción, especializada en servicios para la construcción, remodelación y equipamiento de la casa y el jardín, tiene en su portafolio varias de las empresas más importantes de Latinoamérica Hipermercados, fue fundada en el año 1993 en la Argentina, 1994 en Chile, y 2007 en Colombia; Easy ha sido pionera desarrollando un nuevo mercado y satisfaciendo las necesidades de sus clientes en forma completa.

Algunos de los proveedores más reconocidos en el mercado global como por ejemplo Femsa, P&G, Casa Lucker, Unilever, LG, Black & Decker, Oster, Krea entre otras. Por otro lado cuenta con marcas propias tales como marca JBO (marca propia de Jumbo) y Máxima (para Metro), así que tiene un gran portafolio de productos para ofrecer a sus clientes, las líneas de negocio o sectores de la compañía son:

1. **PGC (Productos de gran consumo):**  
Esta categoría representa el mayor número de productos y marcas de las tiendas. Dentro de esta categoría se encuentran los productos básicos de la canasta familiar.
2. **PFT (Productos Frescos Terminados):**  
Esta categoría incluye todos los productos que se consideran como frescos, desde frutas, verduras, carnes, panadería, platos preparados y charcutería.
3. **Bazar:**

Dentro de esta categoría podemos encontrar todos los elementos necesarios para el hogar y también otra gran variedad de productos como por ejemplo comida para mascotas entre otros.

**4. Textil:**

Dentro de esta categoría podemos encontrar prendas de vestir para niños y adultos, desde ropa interior hasta pijamas.

**5. Electro:**

Dentro de esta categoría encontramos tanto electrodomésticos como neveras, lavadoras y hornos (línea blanca) como tecnología dentro de lo que se ofrece al cliente televisores, parlantes, celulares, computadores entre otros.

Puntos Cencosud es el club del programa de fidelidad para los clientes que realizan compras en las tres banderas antes relacionadas, acumulan puntos, los redimen en alianzas en específicos, canjes memorables, catálogos y descuentos semanales por estar inscritos al programa de fidelidad.

Este proyecto nace con el fin de aumentar la base de datos del programa de fidelidad de Cencosud Colombia, se desean desarrollar diferentes estrategias de mercadeo para el segmento de alto valor Wikimujeres, ofreciendo a estas clientes beneficios exclusivos como lo son listas de difusión, eventos, transnochones, invitación de grupos focales, wiki emprendedoras, entre otras. De esta manera se debe analizar el comportamiento de estas compradoras, con el tiempo obtener retroalimentación y mejorar en cada una de las categorías o estrategias a implementar.

Para esta estrategia se desarrolló un cronograma con actividades para las 16 semanas, con Post semanales, dinámicas especiales donde se realizaran alianzas con empresas a fines para darle mayor fuerza a este segmento, este grupo cerrado de Facebook se ha dado a conocer por ser mujeres que se apoyan, se ayudan en diferentes situaciones así mismo hemos visto que la marca Jumbo ha tenido muy buena acogida y que las estrategias que estamos implementando han sido de su agrado, las ventas han aumentado en varios sectores como lo son Mundo saludable, productos importados, licores y perecederos.

El área de fidelidad este grupo representa gran participación, logrando un análisis detallado de lo que se quiere lograr con todos los segmentos que se encuentran actualmente en la base de datos de Cencosud, crecer como programa puntos, como alianzas estratégicas y como beneficios exclusivos para al clientes de este mercado.

Actualmente este grupo de mujeres tiene gran acogida, donde enviamos post semanal o quincenal con los beneficios/descuentos para wikis afiliadas a puntos Cencosud, dándonos a conocer como el programa de fidelidad y obteniendo nuevas mujeres inscritas al programa y grupo, es una oportunidad el poder crecer como marca, poder conocer que piensan los clientes de nuestros productos, que marca son las más compradas y que esperan de un grupo de fidelidad. Para la empresa este grupo representa la voz de los compradores de tiendas Jumbo, las actividades que se realizan para ellas han presentado buenos resultados donde ponemos analizar diferentes comportamientos de compra.

**Actividades realizadas:**

Actualmente este grupo de mujeres tiene gran acogida, donde enviamos post semanal o quincenal con los beneficios/descuentos para wikis afiliadas a puntos Cencosud, dándonos a conocer como el programa de fidelidad y obteniendo nuevas mujeres inscritas al programa y grupo, es una oportunidad el poder crecer como marca, poder conocer que piensan los clientes de nuestros productos, que marca son las más compradas y que esperan de un grupo de fidelidad. Para la empresa este grupo representa la voz de los compradores de tiendas Jumbo, las actividades que se realizan para ellas han presentado buenos resultados donde ponemos analizar diferentes comportamientos de compra.

**Listas de difusión:** Envió de comunicación a grupo segmentado con descuento semanales, este es enviado por WhatsApp a clientes del grupo, Daniela Bulla y Patricia Mutis se encargan de solicitar los descuentos a los comerciales, con el área de marketing hacen montaje de piezas y los días viernes en la tarde se envía este arte aprobado por cada comercial con el fin de dar un descuento exclusivo para el fin de semana.

**Wiki cocineras:** La convocatoria para el evento de Wiki Cocineras se realizó a través de Facebook y posteriormente se confirmó la asistencia por WhatsApp, el evento se realizó en La escuela de gastronomía Mariano Moreno de 10:00 a.m. a 1:30 p.m., como resultado, asistieron 20 personas las cuales continúan haciendo parte del grupo llamado WikiCocineras Jumbo, donde se les envían descuentos exclusivos de marcas e información de su interés para la cocina con profesionales de este sector.

**Encuesta de pescadería:** Se creó un post donde mujeres wikis que contestaran una encuesta de este sector podrían obtener un descuento del 30% cargado a su número de cedula si contestaban una encuesta para conocer gustos, preferencias, atributos y de esta manera obtener información segmentada para la empresa.

**Wikiempreendedoras:** Con el fin de que mujeres wikis ingresen como proveedores de tiendas Jumbo, Easy o Metro, se creó el programa Wikiempreendedoras para que cada una de ellas envié su propuesta, su portafolio o presentación, este programa se realizara cada 3 meses con el fin de que las propuestas sean analizadas por el área de comercial, en donde el proveedor en este caso la mujer emprendedora pueda conocer un poco más cerca el sector, el comercial implementa ideas de venta, distribución, colores, stock por tiendas, entre otras, así mismo se habla temas de pago, publicidad y promociones, todo lo relacionado a la nueva marca ingresada a la tienda.

**Actividad de Halloween:** Se realizó con el fin de que las mujeres wikis visitaran la tienda con sus hijos, se realizaron actividades de integración pasarela, premios, refrigerios y descuentos en marcas afines a niños, darles un evento exclusivo para ellas y así mismo conocer los gustos y preferencias de sus hijos.

**Actualización de datos:** Campaña de actualización de datos para este grupo de mujeres se realiza cada 2 meses o antes de un evento con el fin de tener en la base de datos las cedulas actualizadas y en el sistema de planificación de Censosud, esta se realiza por medio virtual o en punto de pago, al momento de realizarlo virtual se envía un mailing con la imagen de actualización y un beneficio exclusivo para las personas que la realicen obtengan una recompensa, en el sistema se encuentra cargada la base de wikimujeres la cual será actualizada con un nuevo cargue que realiza el área de operaciones de fidelidad, se realizan prueban en cada una de las tiendas para confirmar que las cedulas están correctamente en el sistema.

#### **Wikitrasnochon:**

La tienda Jumbo Santa Ana es nuestra tienda que frecuentan clientes estratos 4, 5 y 6, esta se ha convertido en el punto de encuentro de muchas de estas mujeres a la hora de realizar sus compras, buscando así los productos de su interés. Para cadenas de mercado retail es importante crear campañas que realicen impacto a los compradores usuales y así mismo contar con el voz a voz, pues bien si cada año nos proyectamos a las nuevas tendencias en punto de venta, nuevas marcas, nuevos puntos para cumplir las metas de las tiendas, uno de los proyecto que quise iniciar para este grupo de mujeres fue el primer Wikitrasnochon donde pudimos darnos cuenta que si apuntamos siempre a grupos en específicos podemos conocer a nuestro consumidor final de manera más exacta, este trasnochon sobre paso las expectativas, el margen de venta y el tráfico de clientes en una noche pasamos de \$315.000.000 a \$600.000.000 en venta, lo que sobre paso las expectativas, son mujeres dadas a contestar cualquier tipo de pregunta, se acomodan a las actividades que tengamos en tiendas, el trasnochon que 7: 00 PM a 11:00 PM represento venta en productos saludables, importados, licores, frutas y verduras, cárnicos y zona de textil, textil hogar y electro, lo que hizo que la tienda funcionara hasta a 1:00 AM.

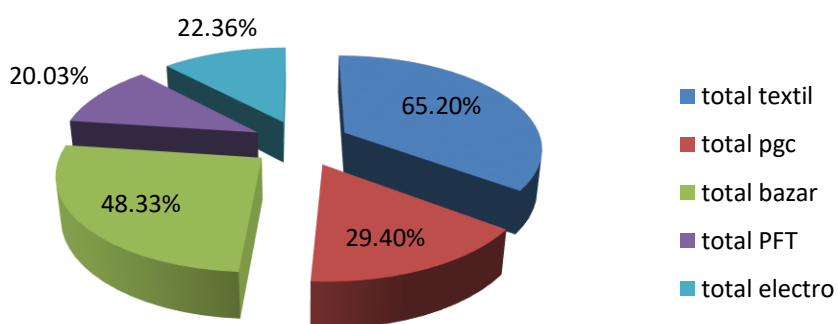
Las expectativas que hemos logrado como equipo frente a esta campaña ha sido de gran conocimiento, el crear diferentes eventos en una compañía tan grande conlleva a que mucha gente de diferentes áreas trabaje de la mano para que los descuentos salgan en POS, las promociones estén marcadas en cada punto el servicio al cliente esté al tanto de las actividades y toda la actividad se lleve de la mejor manera, el área de abastecimiento nos colaborara con el surtido en tienda ya que las góndolas no dan abasto en tan tienda por la compra de productos, a continuación se relacionaran evidencias de lo que este evento genero para tienda Jumbo y la gran acogida que desarrollo esta campaña.

Margen de venta en la tienda en cuanto a dinámica, venta de tienda total, participación y diferencia al año 2016.

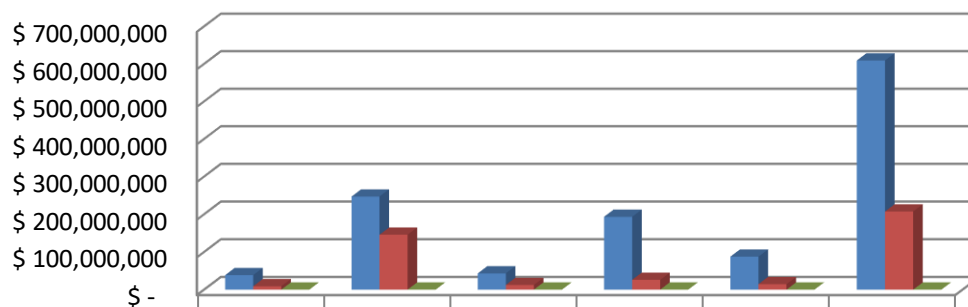
SECCION	Venta Dinámica Wikis (20 de septiembre de 2017)	Venta Total tienda Santa Ana (20 de septiembre 2017)	% participación	venta Total tienda Santa Ana (20 de septiembre 2016)	% progresión
total textil	\$ 25.047.511	\$ 38.418.697	65,20%	\$ 8.913.250	76,80%
total pgc	\$ 72.560.083	\$ 246.783.096	29,40%	\$ 145.690.364	40,96%
total bazar	\$ 20.822.690	\$ 43.082.563	48,33%	\$ 12.294.557	71,46%
total PFT	\$ 38.678.442	\$ 193.137.167	20,03%	\$ 25.955.705	86,56%
total electro	\$ 19.545.763	\$ 87.406.491	22,36%	\$ 14.421.018	83,50%

SECCION	Venta Total tienda Santa Ana (20 de septiembre 2017)	venta Total tienda Santa Ana (20 de septiembre 2016)	% progresión
total textil	\$ 38.418.697	\$ 8.913.250	76,80%
total pgc	\$ 246.783.096	\$ 145.690.364	40,96%
total bazar	\$ 43.082.563	\$ 12.294.557	71,46%
total PFT	\$ 193.137.167	\$ 25.955.705	86,56%
total electro	\$ 87.406.491	\$ 14.421.018	83,50%
TOTAL	\$ 608.828.014	\$ 207.274.894	83,50%
<b>TOTAL</b>	\$ 176.654.489	\$ 608.828.014	\$ 207.274.894

### % participación dinamica 20 de Septiembre 2017 por sector



### Crecimiento Santa Ana 17 sept 2017



■ Venta tienda 17	\$ 38,418,	\$ 246,783	\$ 43,082,	\$ 193,137	\$ 87,406,	\$ 608,828
■ venta año anterior	\$ 8,913,2	\$ 145,690	\$ 12,294,	\$ 25,955,	\$ 14,421,	\$ 207,274
■ % progresion	76.80%	40.96%	71.46%	86.56%	83.50%	83.50%