

**Herramientas Digitales que mejoren el proceso de atención
al cliente en el Área Comercial y de Marketing**

Natalia Correa Barrantes

Tutor Ernesto Arguello Pizaran

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Junio 2022

Resumen

En una empresa es importante que las áreas internamente tengan dentro de sus procesos una estructura organizada, definida y compartida, que el personal tenga claro su papel y tareas puntuales en sus funciones dentro de la organización, para obtener eficiencia y productividad dentro de la compañía y ofrecer al mercado un buen servicio y atención al cliente.

En el desarrollo de este trabajo se brinda información específica de la multinacional Volvo y como propuesta de mejora se proponen herramientas digitales por medio de las plataformas Word, Excel, Power Point y PDF, las cuales se ejecutaron a base de un trabajo y estudio detallado de los procesos que se manejan internamente en el área comercial y de marketing, con el propósito de realizar cambios en beneficio de la organización y dar respuestas de atención al cliente de manera oportuna, adicionalmente se propuso y desarrolló material visual dirigido a los clientes.

Finalmente puedo decir que tuve la oportunidad de conocer, aprender, desarrollar mis habilidades y conocimientos que me brindó la universidad, y fue satisfactorio haber realizado mi pasantía dentro de una organización tan importante como es Volvo y conocer su estructura, estrategias y procesos que implementan para ser pioneros en soluciones de transporte.

Palabras Clave: Procesos, Herramientas Digitales, Cliente, Comercial, Marketing

Agradecimientos

Agradezco principalmente a mis padres por el apoyo y esfuerzo que me han brindado a lo largo de toda mi vida, por ser mi motivación, inspiración y ejemplo a seguir; a la universidad por brindarme una excelente educación y a los profesores que creyeron en mi potencial e hicieron parte de mi proceso para formarme como profesional y persona.

A mis familiares y amigos, que fueron parte fundamental y un gran apoyo durante el transcurso de mi carrera y finalmente agradezco a la empresa Volvo Group Colombia, por confiar en mis capacidades y haberme permitido realizar mis prácticas empresariales en su organización.

Introducción

La carrera de negocios internacionales permite conocer y aprender varias áreas del conocimiento como logística, mercadeo, economía, contabilidad, finanzas, estadística, entre otras. Pero una de las áreas a tratar en el plan de mejora, la cual es primordial y fundamental en cada empresa es el área comercial y de marketing. El área comercial en su papel de vender el producto tiene un proceso interno del cual depende para que tenga éxito en la relación con el cliente; antes de ofrecer y vender un producto, debe considerar con anterioridad varios aspectos como los documentos necesarios, tiempos de producción y entrega, precio, homologación en el país, regulaciones, entre otros factores, del cual depende que dentro de la empresa haya un proceso estructurado y organizado.

El área de mercadeo es fundamental para el proceso comercial, debido a que es el que permite analizar el nicho de mercado en el cual se debe dirigir cada producto que la empresa ofrece y así mismo poder adaptar y generar contenido para mostrar el portafolio de productos según el cliente; adicionalmente se encarga de poder llevar a la empresa a la nueva era tecnológica, interactuando y brindando información por redes sociales a los seguidores.

Para poder obtener una empresa con excelente servicio a nivel del cliente, es primordial que primero cuente con una buena estructura y organización internamente dentro de los procesos de sus áreas, ya que adicionalmente va a permitir que se genere un buen ambiente laboral sin demoras, inconformidades o desacuerdos respecto a entrega de tareas y responsabilidades de cada empleado.

Es importante tener en cuenta que los procesos deben tener un constante cambio de mejoras, analizando y teniendo en cuenta el entorno en ámbitos políticos, económicos, ambientales, entre otros.

Índice

Resumen	2
Agradecimientos	3
Introducción	4
Volvo Group	6
Misión	6
Visión	6
Valores	6
Ubicación Geográfica	6
Estructura Organizativa	7
Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica	7
Análisis DOFA	8
Fortalezas	8
Oportunidades	8
Debilidades	8
Amenazas	8
Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	9
Importancia, limitaciones y alcances de su trabajo	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos	9
Contenido Plan de Mejora	10
Conclusiones	15
Bibliografía	15
Seguimiento Practica Profesional	16
Programación de actividades realizadas en la organización	16
Actividades Mensuales	16
Ciclo 1 (Diciembre – Enero)	16
Ciclo 2 (Febrero – Marzo)	17
Ciclo 3 (Abril – Mayo)	17
Ciclo 4 (Junio – Julio)	17

Volvo Group

El Grupo Volvo ofrece camiones, autobuses, equipos de construcción, soluciones energéticas para aplicaciones marinas e industriales, financiación y servicios que aumentan el tiempo de actividad de nuestros clientes y la productividad de nuestros clientes.

Contribuimos al desarrollo de soluciones electrificadas y autónomas en beneficio de los clientes, la sociedad y el medio ambiente. (Volvo Group, 2022, p. [3])

Misión

Impulsar la prosperidad a través de soluciones de transporte e infraestructura. (Volvo Group, 2022, p. [6])

Visión

Ser el proveedor de soluciones de transporte e infraestructura más deseado y exitoso del mundo. (Volvo Group, 2022, p. [6])

Valores

Éxito del cliente, Confianza, Pasión, Cambio y Actuación. (Volvo Group, 2022, p. [6])

Ubicación Geográfica

Presencia en Colombia - Bogotá D.C.

- Volvo Market

Dirección: Calle 25 G # 96 b - 69

Teléfono: +60 1 7470067

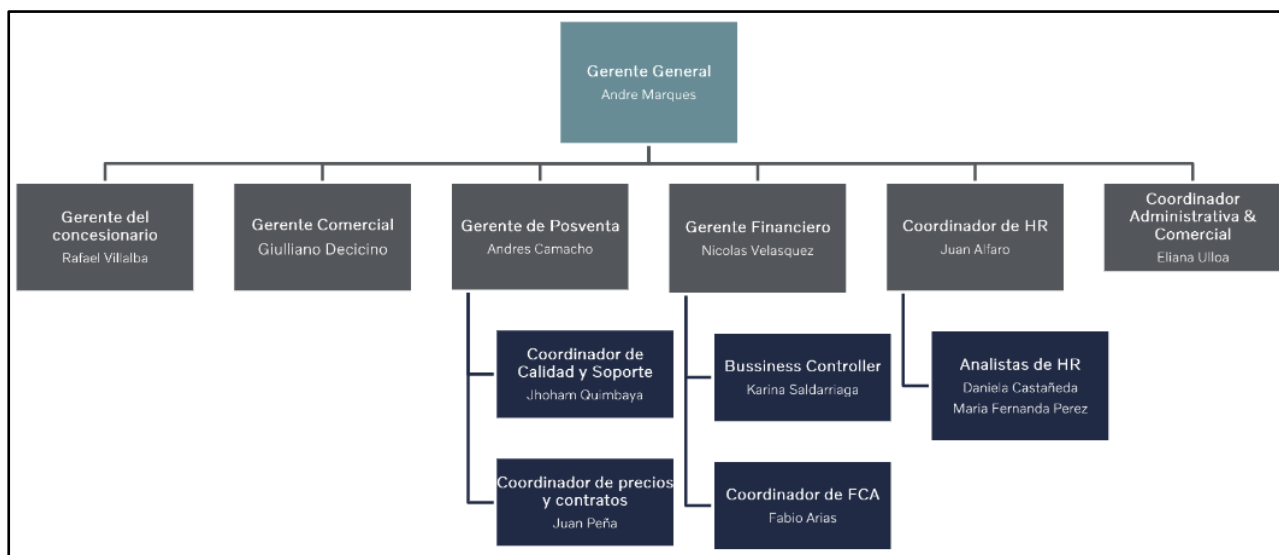
- Volvo Andina

Dirección: Ak 68 # 22 A - 45

Teléfono: +60 1 7565672

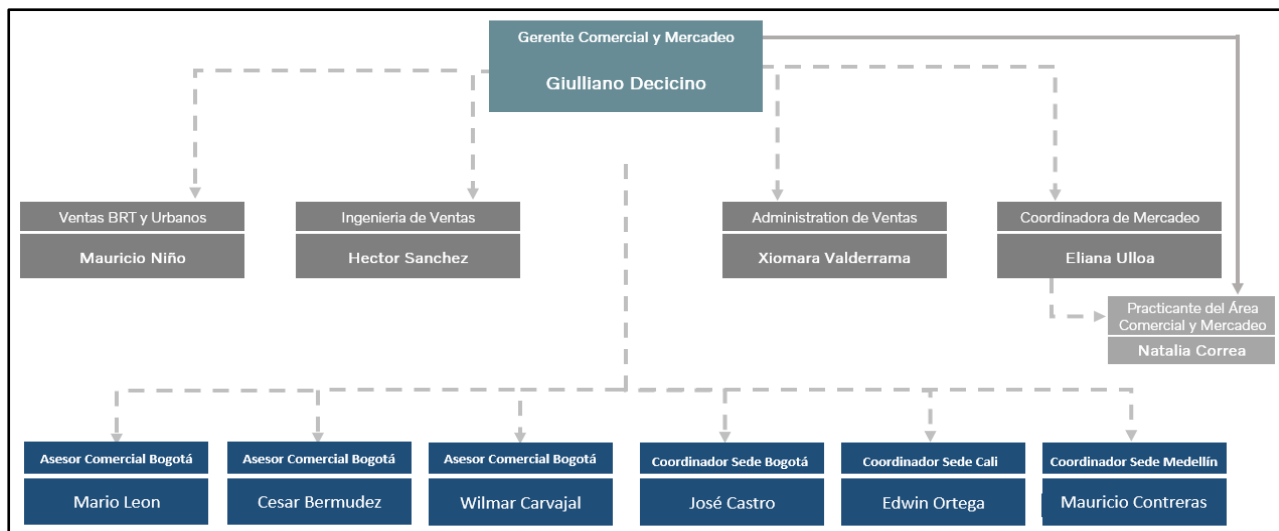
Estructura Organizativa

Ilustración 1 Organigrama de Volvo Colombia



Nota. Tomado del Organigrama elaborado por Recursos Humanos de Volvo Colombia

Ilustración 2 Organigrama del Área Comercial y Mercadeo



Nota. Propuesta del organigrama del área comercial y de marketing de volvo Colombia

Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

Área comercial y Mercadeo

Análisis DOFA

Fortalezas

- Multinacional con 95 años de trayectoria.
- Amplio portafolio de productos.
- Producto seguro, confiable y de excelente calidad a nivel internacional.
- Líderes en electromovilidad.
- Excelente servicio postventa, respecto a estructura y atención.

Oportunidades

- Ventas en nuevas licitaciones, del plan de renovar flota eléctrica en la ciudad de Bogotá.
- Mejorar la estructura y procesos de algunas áreas internas de la empresa.
- Constantes cambios en aspectos políticos, económicos y ambientales a nivel nacional.
- Reducir tiempos de entrega de buses.

Debilidades

- Falta de comunicación entre las áreas.
- Saturación de las áreas en las tareas diarias.
- Altos precios respecto a la competencia.
- Retrasos en presentar oferta eléctrica de producto.

Amenazas

- Cambios políticos respecto a tecnologías limpias en TMSA.
- Las marcas chinas de buses eléctricos ingresan al mercado rápidamente.
- La alta actividad y seguidores con la que cuenta la competencia en redes sociales.

Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Teniendo en cuenta algunas de las debilidades y amenazas planteadas anteriormente que involucran el área comercial y de marketing, se ejecutaron objetivos que van a permitir mejorar ciertos aspectos. Se generaron bases de datos en Excel que van a permitir tener un control de las ofertas comerciales de buses que se entregan a los clientes y adicionalmente se generó material visual dirigido al cliente para mejorar el servicio al cliente.

Importancia, limitaciones y alcances de su trabajo

En la función de practicante logré evidenciar y analizar las estadísticas de cómo se mueve el mercado de Volvo Colombia en buses y camiones; esto me generó tener conocimiento directo de los procesos internos del área, lo cual permitió ejecutar bases de datos en Excel, plantillas en Word y flujos de procesos que contribuyen al área con el fin de mejorar en el aspecto estético del material y en el orden de las ofertas comerciales, para obtener un buen servicio a los clientes

Objetivo General

Ejecutar la creación de herramientas digitales que mejoren la eficiencia del proceso de comunicación de ofertas y clientes en el área comercial y de Marketing de Volvo Group Colombia.

Objetivos Específicos

1. Desarrollar bases de datos en Excel, que registre los datos y fechas de cada proceso de las ofertas comerciales de buses Volvo enviadas.
2. Diseñar plantillas en Word de las ofertas comerciales de las referencias de chasis de buses Volvo, con la nueva actualización.
3. Crear material visual con información de la empresa a nivel general y de los chasis, con el fin de dar un buen servicio al cliente.

Contenido Plan de Mejora

En base a un análisis del área comercial y de marketing, se lograron identificar ciertos aspectos a mejorar en los procesos internos y material visual dirigido a los clientes.

Inicialmente se generó una base de datos en Excel para el área comercial, con el propósito de que la persona a cargo de realizar las ofertas comerciales de buses Volvo, registre las fechas en las que cada área le dé respuesta a lo solicitado para generar la oferta comercial, la base de datos planteada en Excel se muestra a continuación:

Ilustración 3 Plantilla de Excel del archivo “Registro FECHAS Ofertas Enviadas”

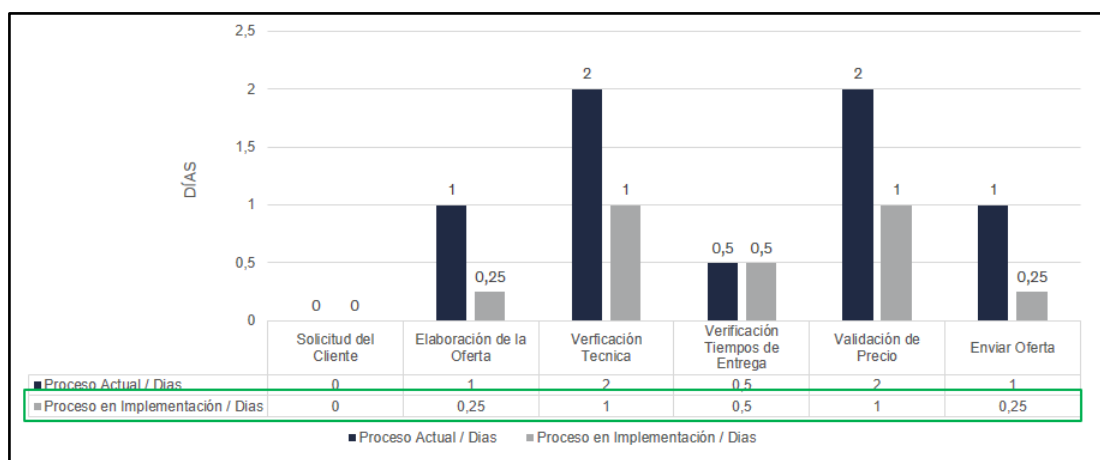
INDICADOR - Tiempo límite		0	0.25	1	0.5	1	0.25	3
FECHA EN LA QUE SE REALIZA CADA PASO								
Realiza la Oferta	Número de Oferta	Solicitud del Cliente GD / XV	Elaboración de la Oferta Practicante	Verificación Técnica HS	Verificación Tiempos de Entrega MF	Validación de Precio NV	Enviar Oferta GD / XV	TOTAL DIAS
Practicante	B096	Monday, May 23, 2022 DIAS	Tuesday, May 24, 2022 1	Thursday, May 26, 2022 2	Thursday, May 26, 2022 0.5	Saturday, May 28, 2022 2	Sunday, May 29, 2022 1	6.5
Practicante	B097	Monday, May 23, 2022 DIAS	Monday, May 23, 2022 0.25	Tuesday, May 24, 2022 1	Tuesday, May 24, 2022 0.5	Wednesday, May 25, 2022 1	Wednesday, May 25, 2022 0.25	3

Nota: El control de fechas debe tener una revisión diaria.

CON DEMORAS EN EL PROCESO
SIN DEMORAS EN EL PROCESO

Se debe tener en cuenta que cada área cuenta con indicadores de tiempo límite con los que debe cumplir, con el propósito de darle estructura y organización al proceso y poder brindarle al cliente rápida respuesta y brindar un buen servicio al cliente.

Ilustración 4 Comparación en Días del Proceso de Atención al Cliente – Ofertas (Nueva Especificación)

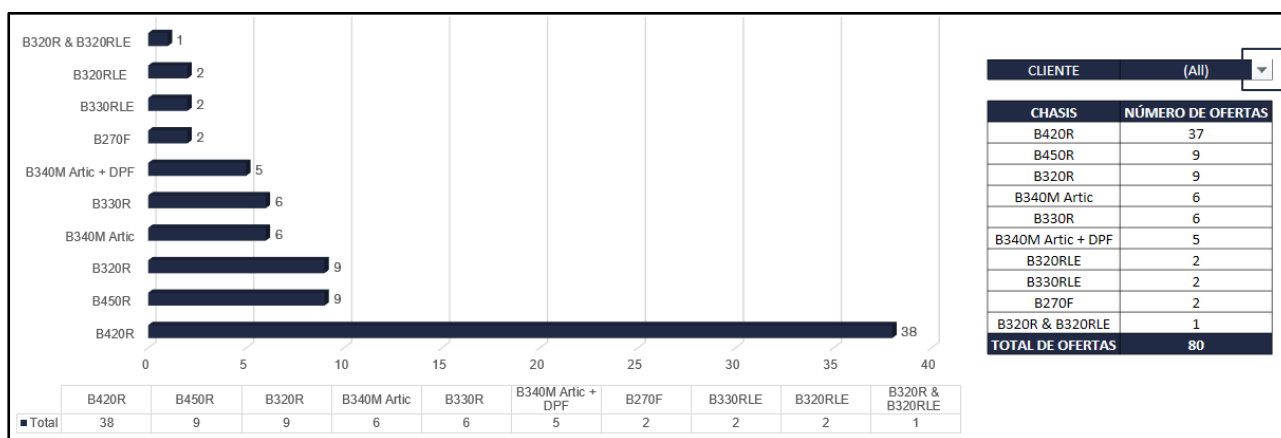


En la ilustración 4, se puede observar que el proceso actual de enviar una oferta con nueva especificación técnica tomaba en promedio 6,5 días máximo, pero con los indicadores de tiempo límite planteados en el plan de mejora se deben demorar máximo 3 días; hay que tener en cuenta que las ofertas que no tienen especificaciones adicionales toma 1.5 días promedio en enviar.

De igual manera para el área comercial se generó otra base de datos en Excel, donde se registra información general de la oferta; como propuesta de mejora se le agregó el registro de tener el archivo de Word y PDF con firma de cada oferta, fecha de solicitud y envío de la oferta y medio por la cual se envía, con el propósito de llevar un estricto orden de las ofertas enviadas.

Adicionalmente se generaron tablas dinámicas de la información de enero a mayo para analizar cliente potencial que solicita mayor cantidad de ofertas, variaciones de precios y el producto estrella más solicitado por los clientes, la recomendación es que mensualmente en el comité comercial se pueda analizar las tablas dinámicas.

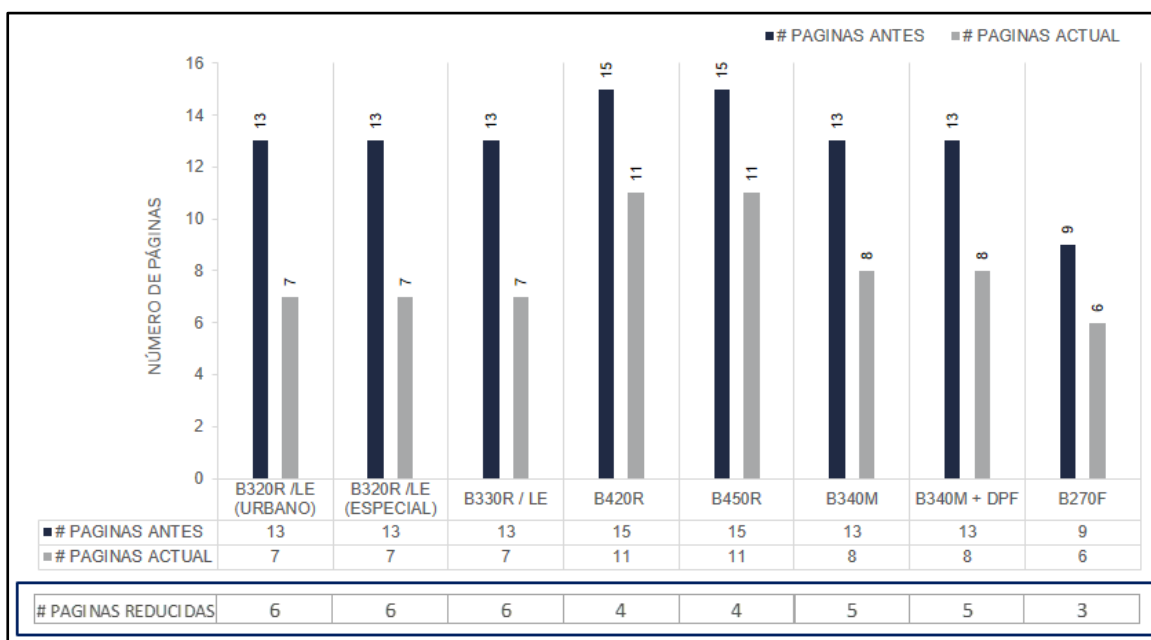
Ilustración 5 Tabla dinámica generada a partir del archivo “Registro Ofertas Buses 2022”



En la ilustración 5, se puede observar como ejemplo una de las tablas dinámicas generada del archivo de Excel, donde se puede evidenciar la cantidad de ofertas que han solicitado de cada referencia de chasis en el transcurso de enero a mayo del año 2022.

Finalmente, dentro de la función de generar una oferta comercial se llevó a cabo la actualización en las plantillas de Word de cada chasis, realizando cambios en estructura con el propósito de mejorar el aspecto visual y reducir páginas, para que sea más productivo y menos agotador para los clientes observar la oferta comercial. El estándar que se definió fue: Formato Actualizado 2022, Cambio de letra (Volvo Novum Light), Tamaño de letra (11), Reducción de interlineado, Mejorar aspecto y posiciones de imágenes. Cabe aclarar que no se modificó ningún aspecto técnico de la oferta y las plantillas finales se verificaron con ingeniería de ventas.

Ilustración 6 Comparación de Número de Páginas de las Ofertas Comerciales



En la ilustración 6, se puede observar la cantidad de páginas que contenía cada oferta comercial según el chasis de bus, y la cantidad de páginas con las cuales quedaron finalmente luego de las modificaciones mencionadas anteriormente.

Con las plantillas de Word ya finalizadas se creó una carpeta en el SharePoint Comercial, en el cual tienen acceso solo las personas que llevan a cabo el proceso de ofertas comerciales, con el propósito de agilizar el proceso de envío de información a clientes, teniendo la certeza que todas las

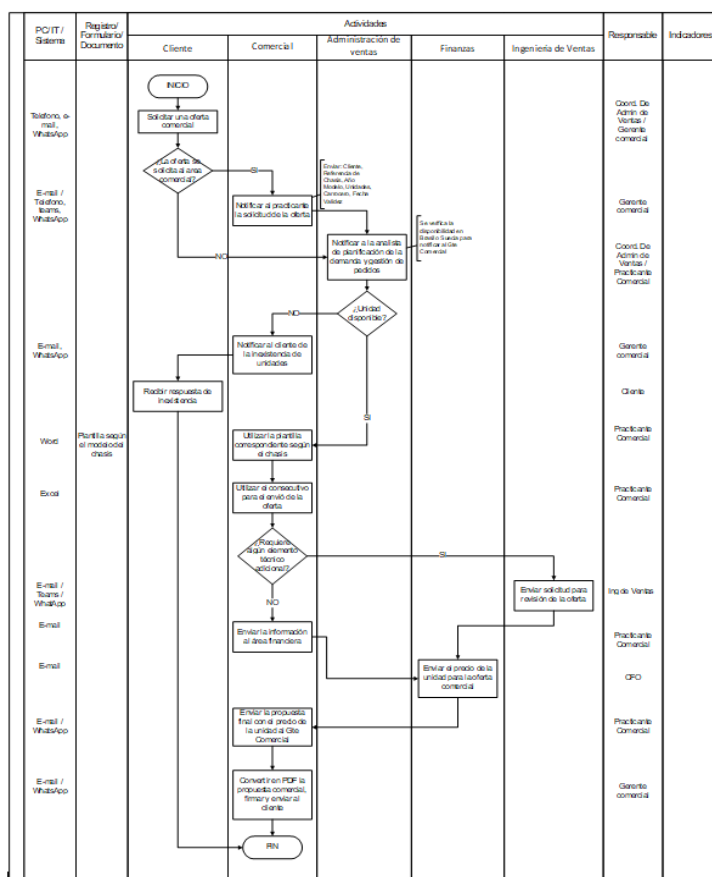
ofertas comerciales cumplen con una misma estructura e información correcta; teniendo las plantillas de Word listas, se redujo un tiempo promedio de 45 minutos al realizarlas.

Ilustración 7 Clasificación de las Plantillas de Word en el SharePoint

	CHASIS	MODELO
B8R	B320R (URBANO)	2023
	B320RLE (URBANO)	2023
	B320R (ESPECIAL)	2023
	B320RLE (ESPECIAL)	2023
	B330R	2023
	B330RLE	2023
B11R	B420R	2021
	B420R	2023
	B450R	2023
B12M	B340M	2023
	B340M + DPF	2023
B270F	B270F	2023

En la ilustración 7, se puede observar de cuales referencias de chasis de bus se crearon las plantillas de Word y la manera en la que se clasificaron en la carpeta de SharePoint.

Ilustración 8 Flujo de Procesos para la creación de una Oferta Comercial de Buses Volvo



Teniendo en cuenta las herramientas digitales creadas anteriormente se llevó a cabo un flujo de procesos del paso a paso detallado que se debe llevar a cabo en el momento de realizar una oferta comercial de buses Volvo, se ejecutó con la intención de que la próxima persona a cargo de realizar las ofertas comerciales de Buses Volvo, comprenda el paso a paso que debe llevar a cabo.

Dentro del área de marketing se realizó una pieza gráfica con información general de los chasis, página web y alternativas de contacto para los clientes de redes sociales. Con el propósito de brindar una alternativa rápida de respuesta a clientes potenciales que se comunican por medio de las redes sociales de Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn. Adicionalmente la gráfica va a permitir que el cliente no se limite a observar el chasis de su interés sino todo el portafolio de chasis disponibles.

Ilustración 9 Pieza gráfica dirigida a clientes de Redes sociales



En la ilustración 9, se observa la pieza gráfica propuesta, la cual se generó en formato PDF, debido a que tiene integrados links que dirigen a la página principal de Volvo Colombia, a las fichas técnica de cada referencia de chasis, a la red de concesionarios y a la página de contacto. Adicionalmente se tuvo en cuenta que en muchas ocasiones el cliente no está en disposición de

comunicarse con la empresa, debido a eso se agregó un pequeño aviso informando que si dejan sus datos la empresa se comunicará con ellos.

Finalmente en creación de material visual dirigido para clientes, se crearon ofertas comerciales de buses Volvo por medio de una presentación en Power Point con el propósito de adaptar las ofertas a la nueva era tecnológica, generando que sean llamativas e ilustrativas por medio de material fotográfico en el aspecto técnico de la oferta, excepto en aspectos técnicos de valor agregado de Volvo como por ejemplo el sistema de frenos, ya que son aspectos que marcan diferencia de la competencia, por eso se propuso mostrar estos aspectos por medio de videos para resaltar los aspectos positivos del producto.

Conclusiones

Inicialmente en mi función de practicante en el área comercial y de marketing para la multinacional Volvo, fue complejo aprender temas técnicos de los buses y camiones Volvo, debido a que era un campo del cual no tenía conocimiento y era fundamental aprender para ejercer mi rol.

Luego de haber adquirido dominio en el tema, fue más accesible poder participar dentro de las conversaciones y opiniones en reuniones. Adicionalmente me permitió involucrarme en un campo de mercado importante a nivel mundial y muy solicitado en soluciones de transporte público.

Finalmente logré aportar a la organización con mis conocimientos adquiridos en la universidad, creando herramientas digitales, bases de datos, flujo de procesos, piezas gráficas y mejorando el material visual que va dirigido directamente a los clientes y tiene el propósito de mejorar los procesos internos del área comercial y de marketing.

Bibliografía

Volvo Group, (2022). Company presentation 2022. https://www.volvogroup.com/content/dam/volvo-group/markets/master/about-us/Volvo_Group_Company_Presentation_220325.pdf

Seguimiento Practica Profesional

Las actividades y tareas que lleve a cabo dentro de la multinacional Volvo Colombia fueron realizadas en el área comercial y de mercadeo.

Programación de actividades realizadas en la organización

Actividades Mensuales

- Actualice la presentación del comité del área comercial en ciertas diapositivas y me aseguraba de que tuviera una misma estructura estéticamente y tuviera toda la información requerida para la presentación.
- Actualice la presentación en Power Point y el Excel, con la base de datos en Excel de las ventas mensuales de camiones en Colombia.
- Elabore la actualización y ejecución de las ofertas comerciales de buses y las registre en el SharePoint del área comercial.
- Apoye en el material visual del proyecto BZL Eléctrico.

Ciclo 1 (Diciembre – Enero)

- Organice y realice inventario del material de merchandising, registrando la información en un Excel.
- Actualice la base de datos de clientes.

Inicialmente fue complejo captar los nombres correspondientes a cada producto, pero luego se logró una buena organización y distribución dentro del lugar del archivo, y registro detallado en un excel de la mercancía. Respecto a la base de datos fue complicado poder culminarla debido a que por mi rol de practicante muchas empresas no me brindaban cierta información.

Ciclo 2 (Febrero – Marzo)

- Apoye en la estructura y presentación logística de las Visita por parte de Suecia a Bogotá.

Se logró ejecutar un cronograma dinámico e ilustrativo para que los visitantes lograran entender los recorridos y ubicaciones que iban a realizar en la ciudad de Bogotá.

Ciclo 3 (Abril – Mayo)

- Elaboración de ofertas comerciales de camiones Volvo en Word, siguiendo las variantes técnicas requeridas por el cliente.
- Realice Cartas para clientes y de Precio-Lista para los empleados de la empresa.
- Apoye en la estructura y presentación logística de las visitas por parte de Suecia a Bogotá.

Para la elaboración de ofertas comerciales de camiones, fue complejo ejecutar la parte técnica debido a que debía basarse en las especificaciones de variantes enviadas desde Brasil.

Ciclo 4 (Junio – Julio)

- Programación de actividades realizadas en la organización
- Realice Cartas para clientes y de Precio-Lista para los empleados de la empresa.
- Realice la Traducción de algunas presentaciones.