

Desarrollando la comunidad de asociados



**Estrategia de asociatividad
2015**

Febrero de 2015



Estrategia de asociatividad

El Plan Estratégico 2019

nos orienta a lograr una comunidad de asociados conectados emocionalmente con la cooperativa

Conexión basada en la confianza y la satisfacción

A satisfacer necesidades reales con productos adaptados a distintos segmentos y diseñados para los distintos momentos de la vida

Soluciones integradas e integrales
Disponibles en todo canal fácilmente y con oportunidad

Lograr este propósito es un proceso y requiere el alineamiento de todos nuestros esfuerzos.



La estrategia de mercadeo

Aprobada por el Consejo de Administración en octubre 2012

Un esfuerzo segmentado y enfocado

Un ajuste en la composición de las fuerzas de venta

Mejor perfil en el ingreso

Un equipo especial para trabajar el asociado antiguo

Un esfuerzo particular con los nuevos

Referidos potenciado para sustentar el crecimiento





Estrategia de asociatividad

Componentes

Mercado

Oferta

Comunicación

Canales

Crecimiento

- Atraer todo tipo de profesionales pero apuntando a su capacidad de permanecer y aprovechar los productos.
- Foco en la referenciación positiva para mejorar el crecimiento.
- Foco en las ciudades intermedias.
- Orientación gradual al crecimiento orgánico en los centros de concentración de profesionales.

Población total vs Comunidad Coomeva

TOTAL NACIONAL	47 661 787	Total asociados	
		255 692	53,6

RK Nacional

RK Coomeva

21	Palmira	302 727	5	8 870	293,0
23	Popayán	275 129	6	7 007	254,7
29	Envigado	217 343	11	4 418	203,3
28	Tuluá	209 086	18	4 048	193,6
3	Cali	2 344 734	2	44 627	190,3
22	Armenia	295 143	13	4 995	169,2
10	Pereira	467 185	8	6 589	141,0
4	Barranquilla	1 212 943	4	16 366	134,9
17	Manizales	394 627	7	4 811	121,9
15	Montería	434 950	17	5 163	118,7
25	Sincelejo	271 375	27	3 010	110,9
2	Medellín	2 441 123	3	26 424	108,2
27	Barrancabermeja	191 784	30	1 987	103,6
7	Bucaramanga	527 451	14	5 321	100,9
20	Neiva	340 046	15	3 416	100,5
14	Pasto	434 486	19	3 785	87,1
6	Ibagué	548 209	12	4 709	85,9
19	Buenaventura	392 054	21	3 243	82,7
18	Valledupar	443 210	20	3 631	81,9
9	Soledad	599 012	37	4 418	73,8
11	Santa Marta	476 385	16	3 319	69,7
8	Cúcuta	643 666	10	4 224	65,6
1	Bogotá, D.C.	7 776 845	1	48 005	61,7
26	Itagüí	264 775	35	1 333	50,3
5	Cartagena	990 179	9	4 591	46,4
13	Villavicencio	473 766	26	2 161	45,6
30	Dosquebradas	196 926	39	692	35,1
24	Floridablanca	264 695	34	899	34,0
16	Bello	447 185	36	1 330	29,7
12	Soacha	500 097	51	1	0,0

Mercado

A modo de ejemplo





Estrategia de asociatividad

Componentes

Mercado

Oferta

Comunicación

Canales

Crecimiento

- Simplificación de la oferta para centrarnos en los productos de mayor impacto en el asociado
- Revisión de condiciones para hacerlos mas atractivos y de fácil acceso
- Propuestas para mujeres, jóvenes, nuevos...
- Primeras integraciones de servicios de cara a la necesidad del asociado
- Prioridad en mejorar la tenencia de productos



Tenencia de productos

Periodo	Dic 2013		Dic 2014	
Población	250,703		255,692	
Producto promedio por asociado con Servicios	3.67		3.99	
Producto promedio por asociado	3.00		3.32	
Servicios	Asociados	%	Asociados	%
1	39,847	15.9	38,654	15.1
2	38,551	15.4	38,005	14.9
3	34,491	13.8	33,403	13.1
4	29,191	11.6	27,896	10.9
5	21,793	8.7	21,862	8.6
6	15,364	6.1	16,529	6.5
7	10,413	4.2	12,243	4.8
8	6,428	2.6	8,841	3.5
9	3,994	1.6	5,825	2.3
10 o Más	4,878	1.9	9,193	3.6
Ningún Servicio	43,268	17.3	43,241	16.9

Los de 5 y más productos pasan de 25,1% a 29,3%

De 9 y más mejora en 2,3



Estrategia de asociatividad

Componentes

Mercado

Oferta

Comunicación

Canales

Crecimiento

- Comunicación más cercana, centrada en las personas, sus necesidades y su lenguaje
- Comunicando los beneficios de pertenecer a la cooperativa a todos los asociados
- Personalizar y ordenar la comunicación vía email y mensajes de texto
- Dotar a los canales de una base de conocimiento de Coomeva que permita información completa, oportuna y disponible en todo el país



Estrategia de asociatividad

Componentes

Mercado

Oferta

Comunicación

Canales

Crecimiento

- Mejorando el servicio en las barras integrales atacando las fuentes de insatisfacción de asociados
- Activando y ordenando el canal digital para atraer, servir y satisfacer mejor. Énfasis en transaccionalidad y autoservicio
- Disponiendo de kioskos de autoservicio y otros métodos para facilitar y acercar los servicios al asociado



Estrategia de asociatividad

Componentes

Mercado

Oferta

Comunicación

Canales

Crecimiento

- Ajuste a un enfoque en crecimiento basado en la referenciación de asociados satisfechos
- Mejora en la calidad de los nuevos por segmentación y bases de datos. Metodología y seguimiento
- Fuerte énfasis en la permanencia y satisfacción de los asociados actuales
- Ajustar la meta para tener un crecimiento adecuado a la vez que se corrige gradualmente los inactivos y se mejora la adhesión a servicios y productos
- Meta ajustada a 7000 asociados netos y 27 mil inactivos.





Cual es la aspiración compartida?

Una dinámica de crecimiento más sólida y sostenida

Nuevos asociados con un mejor comportamiento de pago y de toma de productos

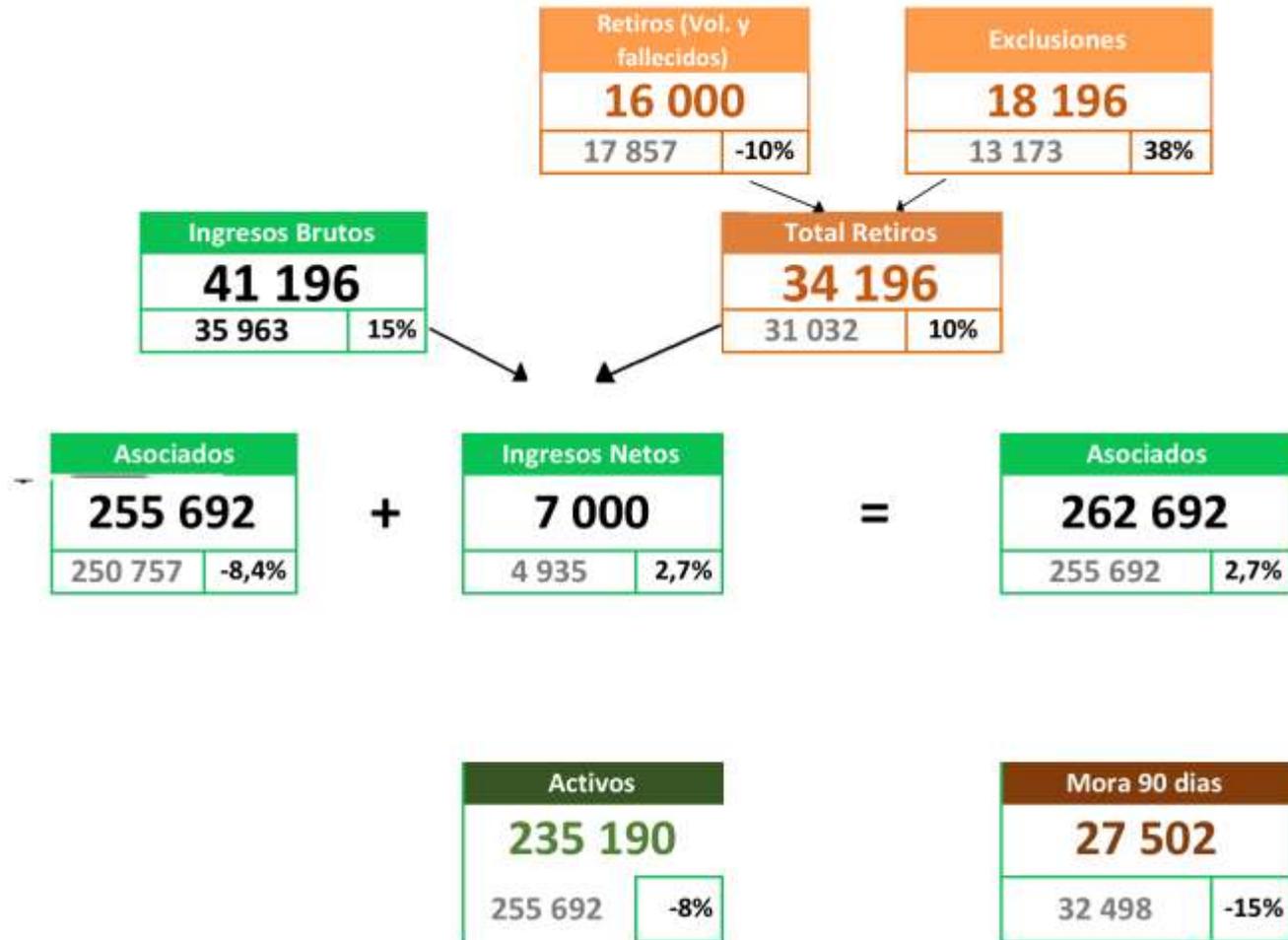
Bajar el ritmo de asociados en mora y de renunciados generados por el crecimiento

Apelar a lo bueno que tiene Coomeva:
buenos productos, asociados leales, gente buena, credibilidad y confianza

7 mil netos y 27 mil inactivos
(esto necesita ingresar 42 mil asociados en el año)

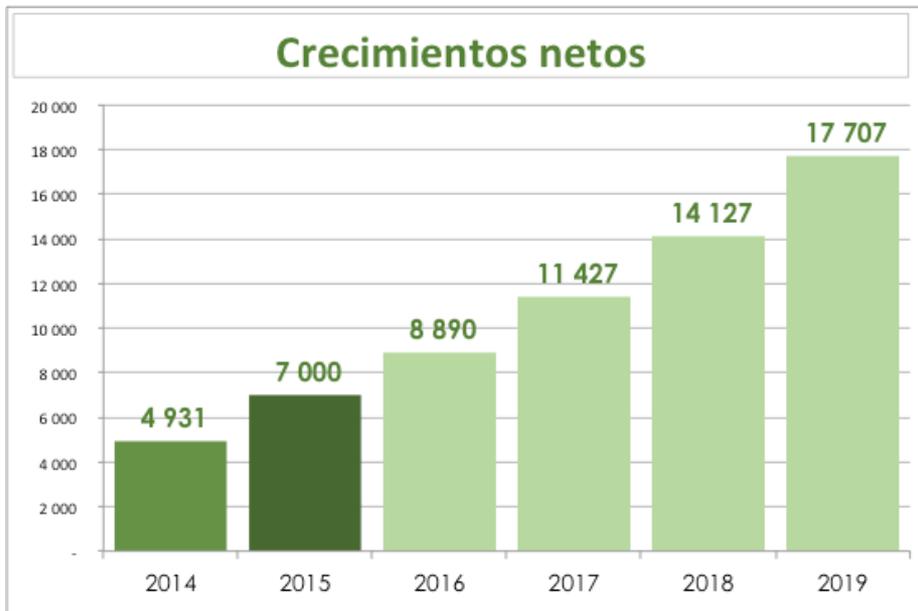
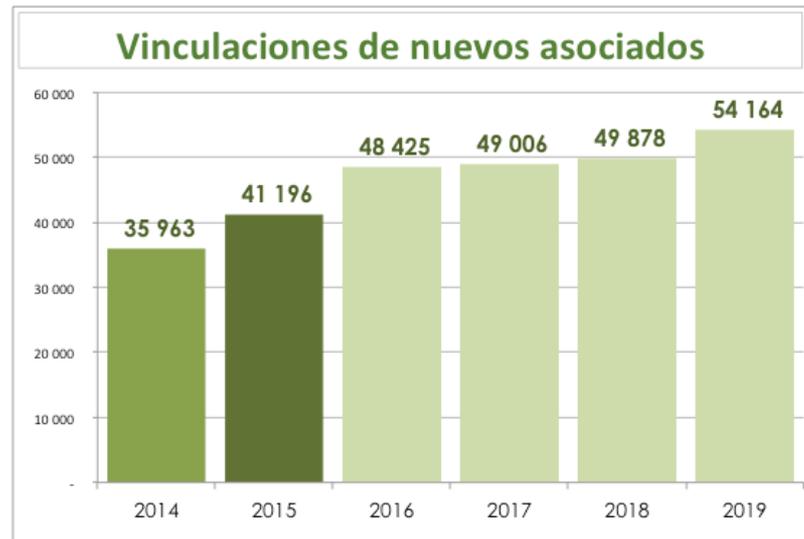


Proyección de crecimiento 2015



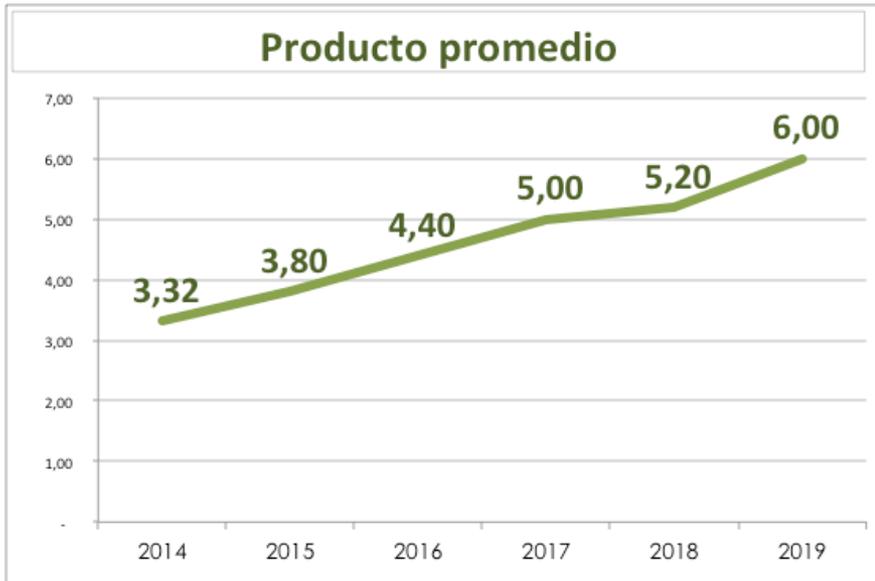
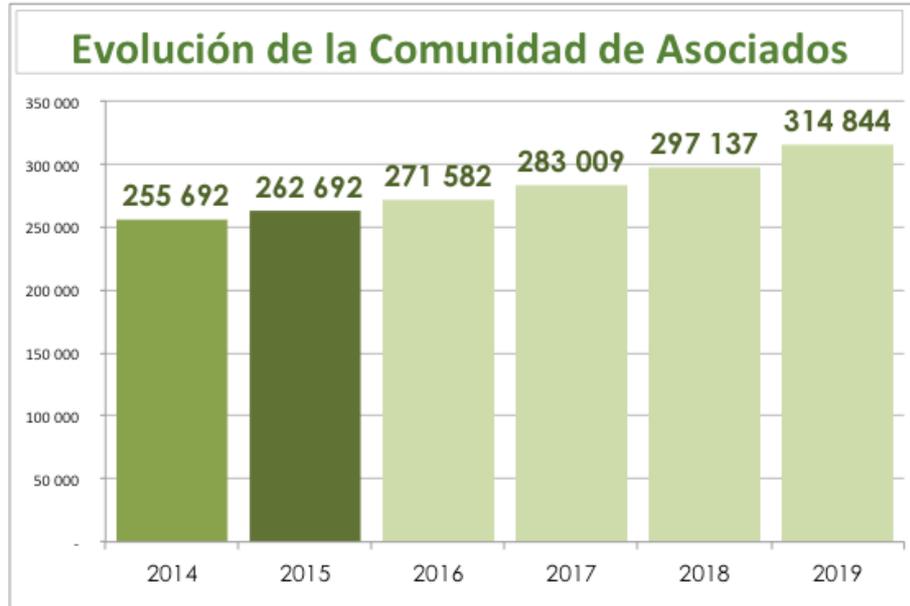


Proyección de crecimiento 2015-19





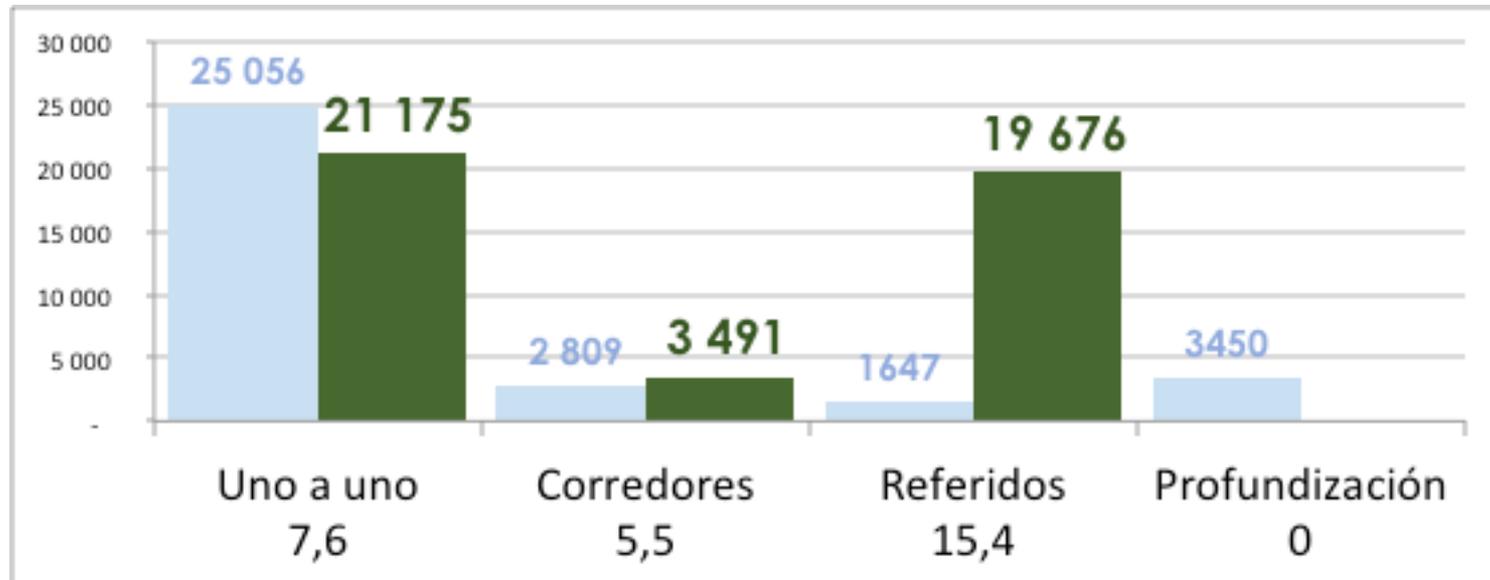
Proyección de crecimiento 2015-19





Proyección de crecimiento

El nuevo modelo prevé un comportamiento distinto



Y unos efectos adicionales: aumentar la toma de productos,
bajar las cuota 0 y 1 a menos del 20%,
Mejorar el voz a voz positivo en los asociados