

ESTRATEGIA DE FIDELIZACION COOMEVA

Enero 2019

AGENDA DE REUNION

Marco Referencia

Estrategia

Modelo de operación

Proyecciones

Ejemplos acumulación

Cronograma

COOMEVA

PINOS

MARCO DE REFERENCIA

ESTUDIO EXTERNO



El 72% de los encuestados aseguran que están dispuestos a comprarles más a una empresa que tiene un programa de fidelización...

Los Programas de Fidelización mas fuertes son de los Sector es del Retail, Viajes y Financiero...

Los especialistas en marketing invierten al menos el 1% de las ventas en Programas de fidelización para satisfacer esta nueva necesidad...



LEALTAD MINORISTA EN EL MERCADO COLOMBIANO

PERTENENCIA a programas de fidelización

51%
Ninguno

31%
De 2 a 5

16%
Solo uno

MARCO DE REFERENCIA

ESTUDIO INTERNO



Tenencia de Programas
de Fidelización

GRUPO OBJETIVO

Asociados activos a la cooperativa y usuarios no asociados de Medicina Prepagada y Bancoomeva.

FICHA TECNICA

Encuesta telefónica aplicadas por el centro de contacto **AndesBPO** durante 14 de abril - 27 de abril 2018

MUESTRA

La información se obtuvo de una muestra aleatoria de 2.883 personas repartidos proporcionalmente en 3 grupos: Asociados (1.307), Banco (1.149) y MP (427).

- Nivel de confianza del 95%.
- Margen de error asociados 2,7%
- Margen de error Banco 2,9%
- Margen de error MP 4,4%.
- Margen de error total: 1,8%.

CUBRIMIENTOS NACIONAL

Buenaventura, Buga, Cali, Pasto, Popayán, Tuluá, Ibagué, Neiva, Bucaramanga, Cúcuta, Medellín, Montería, Quibdó, Rionegro, Bogotá Villavicencio, Barranquilla, Cartagena, Mushaisa, Santa Marta, Valledupar, Armenia, Cartago, Manizales, Pereira, Palmira

MARCO DE REFERENCIA

ESTUDIO INTERNO



RESPUESTAS

Personas	Inscritos
	Programas
Coop	73%
Banco	52%
MP	71%
Total	65%

Interés en Redención			
Hogar	Viajes	Bonos	Alimen
44%	43%	14%	11%
41%	34%	10%	13%
23%	39%	12%	12%

Programas	Principal
Puntos Colombia	30%
LifeMiles	27%
CRM Falabella	16%
Lealtad Coop	16%
Otros	11%

Preferencias		
Coo	Ban	MP
1a	1a	1a
2a	2a	2a
	3a	
3a		
		3a

Conocimiento Lealtad Coomeva

Conocimiento	Programa	Pinos
SI conoce	15%	77%
NO conoce	85%	79%

Beneficios que Esperan	
1a	Productos Especiales
2a	Descuentos
3a	Premios
4a	Viajes
5a	Millas

Tenencia de Programas de Fidelización



Banco, Supermercado Hogar, Seguros y otros...

MARCO DE REFERENCIA

Análisis a Monedas de Lealtad en Colombia

Sector	Empresa	Nombre Moneda	Acumulación	Redención	Aporte s/Venta (A&R)
L.AEREAS	Avianca	LifeMiles LA	\$ 1.000 = 1 Milla	1 Milla = \$ 30	3,0% de la Venta
		LifeMiles TCC	\$ 3.000 = 1 Milla	1 Milla = \$ 30	1,0% de la Venta
	Latam	LatamPass LA	\$ 1.000 = 1 Milla	1 Milla = \$ 35	3,5% de la Venta
		LatamPass TCC	\$ 3.000 = 1 Milla	1 Milla = \$ 35	1,1% de la Venta
COMERCIO	Éxito	Puntos Colombia	\$ 700 = 1 Punto	1 Punto = \$ 7	1,0% de la Venta
	Olimpica	Puntos Olimpica	\$ 100 = 1 Punto	Catalogo	0,8% de la Venta
	Cencosud	Puntos Cencosud	\$ 100 = 1 Punto	1 Punto = \$ 1	1,0% de la Venta
BANCO	Bancolombia	Puntos Colombia	\$ 700 = 1 Punto	1 Punto = \$ 7	1,0% de la Venta
	Bogotá	Puntos TDC	\$ 3.000 = 1 Punto	Catálogo, Millas	0,5% de la Venta
	Davivienda	DaviPuntos TDC	\$ 3.000 = 1 Punto	Catálogo	0,5% de la Venta
		DaviPuntos TDD	\$ 9.000 = 1 Punto		0,2% de la Venta
	Falabella	CRM Puntos TDC	\$ 4.000 = 4 Punto	Catálogo	0,7% de la Venta
		CRM Puntos TDD	\$ 2.000 = 4 Punto		0,4% de la Venta
Finandina	Km	\$ 3.000 = 1 Punto	Catalogo, Millas	0,5% de la Venta	
MP	Colsanitas	Privilegios	Descuentos en alianzas		
	MedPlus	Convenios	Descuentos en alianzas		
	ColMedica	APP Servicios	Colmedica Saludable		

Valores calculados y proyectados según información de cada empresa

INVESTIGACION

COMERVA
EXPLORATORIA

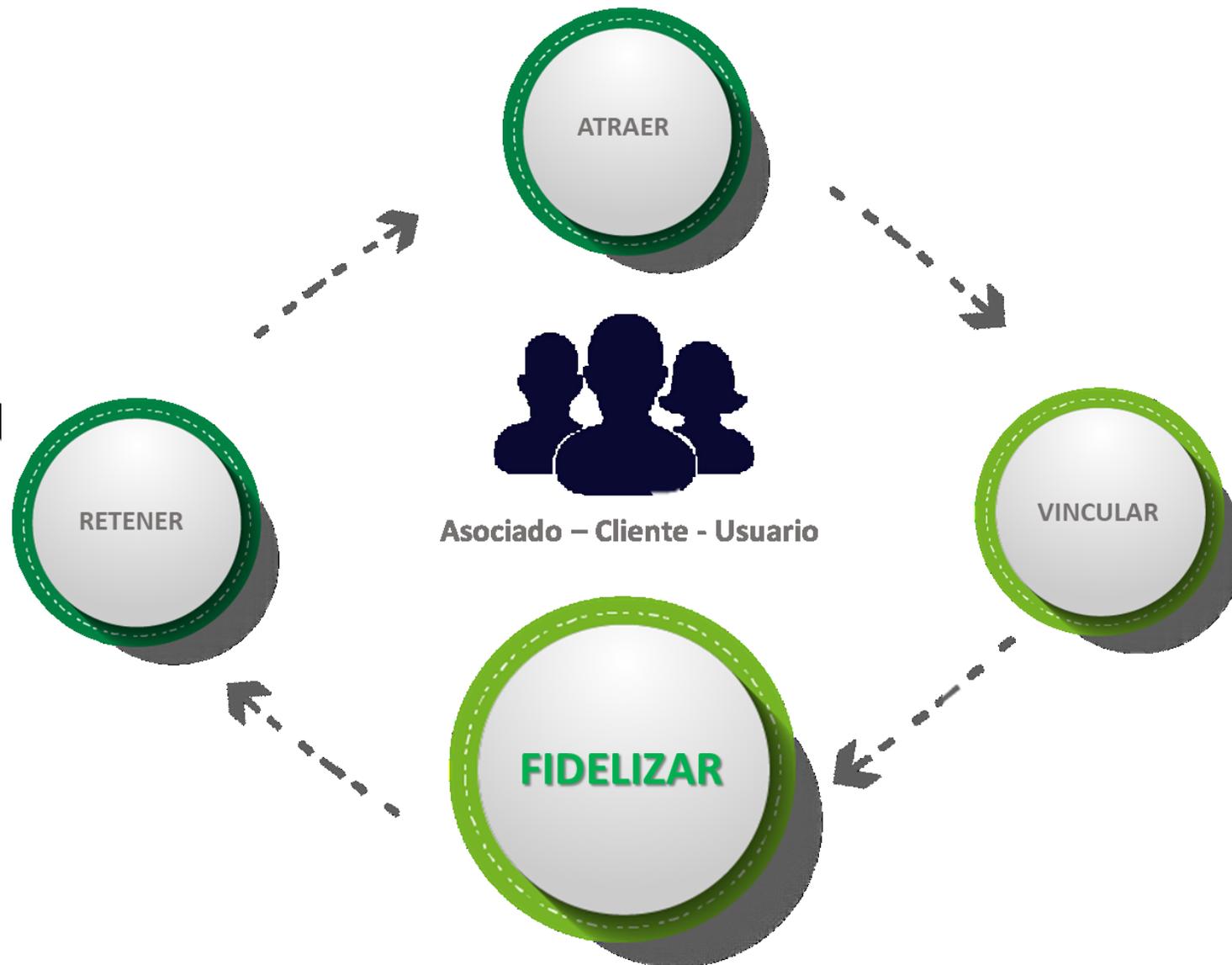
PINOS

MARCO DE REFERENCIA

FORMALIZACION DE LOS PROCESOS EN COOMEVA

COOMEVA

PINOS



MARCO DE REFERENCIA

Diagnóstico Coomeva

1



Cuando los asociados se retiran de la Cooperativa afectan las ventas de las empresas si estos se retiran como clientes.

2

Cuando un asociado no recibe lo prometido de una empresa bien sea:

Producto



Precio



Servicio



se retira de la empresa como cliente y también se retira como asociado de la Cooperativa y viceversa.



Se debe direccionar una estrategia de fidelización para la Cooperativa con las empresas



COOMEVA

PINOS

MARCO DE REFERENCIA

PILARES DE LA ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN COOMEVA

Disminuir la **Deserción**

COOMEVA

Conversión de Terceros a Asociados

PINOS

ESTRATEGIA FIDELIZACIÓN

La Iniciativa es Completa

Programa Fidelización

COOMEVA

Acum & Red

Reembolso Cooperativo



PINOS

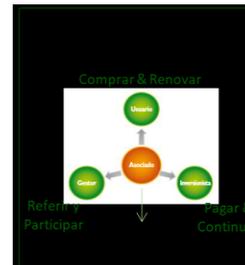
		COOPERATIVA	EMPRESAS	ALIANZAS 2ª Fase
Por cada \$ 1.000 de compras o pagos acumulas PINOS Coomeva				
ACUMULACION	ASOCIADOS	\$ 1.000 = 5 PINOS	\$ 1.000 = 5 PINOS	\$ 1.000 = 5 PINOS
	CLIENTES	-	\$ 1.000 = 4 PINOS	\$ 1.000 = 3 PINOS
REDENCION	1 PINO = \$ 1	1) Catálogo de Premios		1a Fase
		2) Botón de Pago PINOS		
		3) Comercios (RedeBan)		2a Fase
		4) Botón de Pago PINOS		
		Sitio WEB PINOS	Coop y Empresas Coomeva	
		Datafonos País	eCommerce Coomeva	



Compromiso y Responsabilidad Cooperativa

USUARIO	GESTOR	DUEÑO
Compras y Renovación	Participar y Servicios	Pagos y Continuidad
Portafolio Cooperativo	Educación, Fundación y Referidos	Membresía
3% Reembolso	2% Reembolso	2% Reembolso
	2% Reembolso	2% Reembolso
	2% Reembolso	

No aplican los reembolsos en el trimestre correspondiente si el asociado está en mora de pago en cualquiera de los tres roles.



ESTRATEGIA

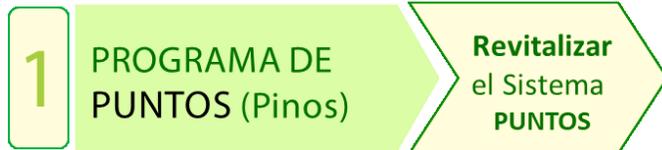
INICIATIVAS DE LA ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN COOMEVA

INICIATIVA-1: Para Asociados, Terceros y Colaboradores



Acumula & Redime

COOMEVA

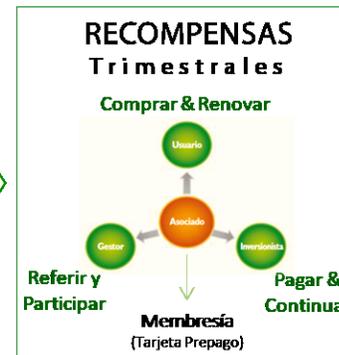


		COOPERATIVA	EMPRESAS	
Por cada \$ 1.000 de compras o pagos acumulas PINOS Coomeva				
ACUMULACION	ASOCIADOS	\$ 1.000 = 5 PINOS	\$ 1.000 = 5 PINOS	\$ 1.000 = 5 PINOS
	CLIENTES	-	\$ 1.000 = 4 PINOS	\$ 1.000 = 3 PINOS
REDENCION	1 PINO = \$ 1	1) Catálogo de Premios	2) Botón de Pago PINOS	1a Fase
		Sitio WEB PINOS	Coop y Empresas Coomeva	
		3) Comercios (RedeBan)	4) Botón de Pago PINOS	2a Fase
		Datafonos País	eCommerce Coomeva	

INICIATIVA-2: Sólo Asociados



Reembolso Coop



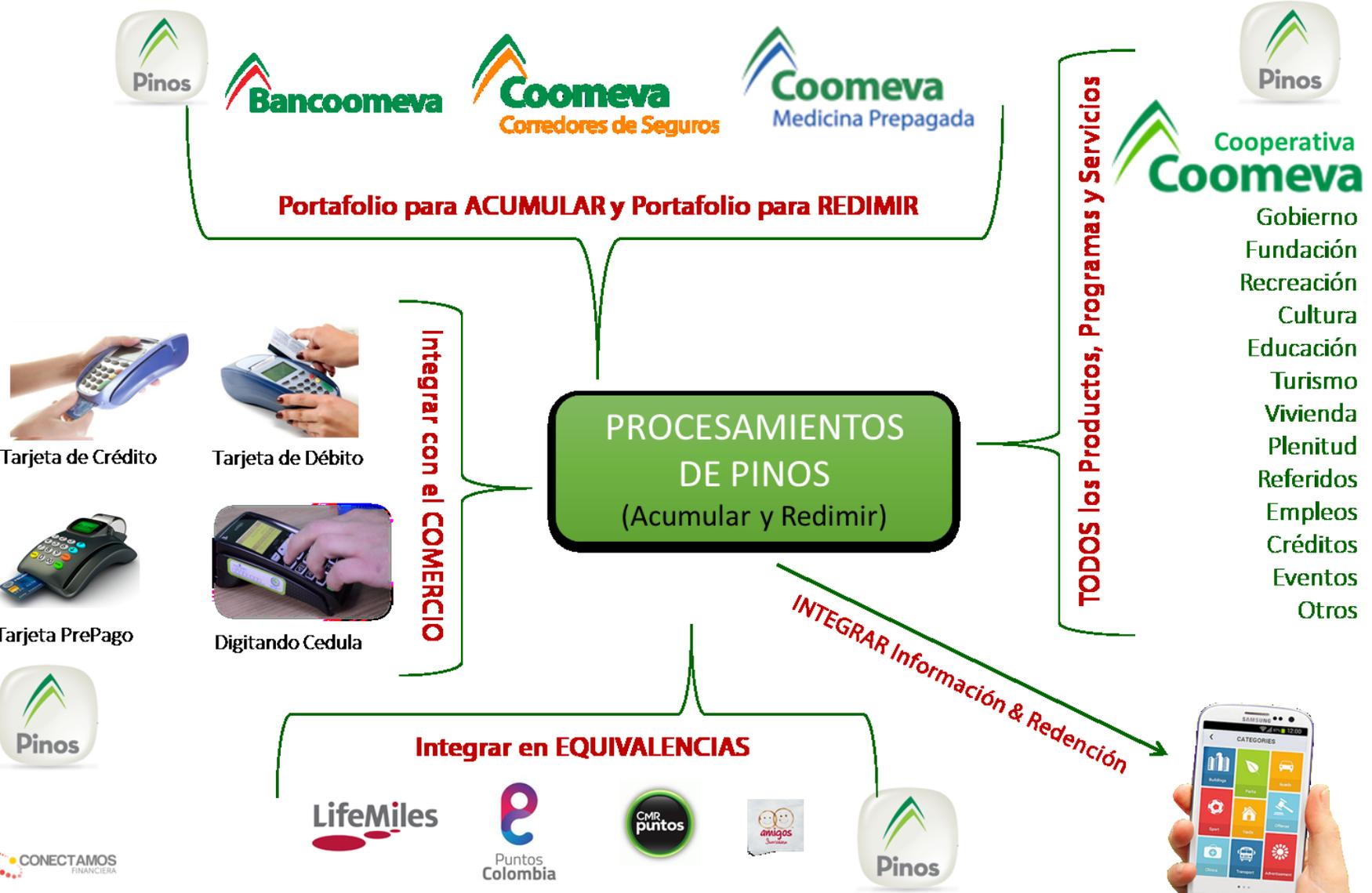
Compromiso y Responsabilidad Cooperativa					
USUARIO		GESTOR		DUEÑO	
Compras y Renovación		Participar y Servicios		Pagos y Continuidad	
Portafolio Cooperativo					
3% Reembolso	Productos y Servicios Comprados/Renovados y Pagados	Educación, Fundación y Referidos		Membresía	
		2% Reembolso	Referidos activos al día pagando (12 meses)	1% Reembolso	Valor del Pago Trimestral de la Membresía al día
		2% Reembolso	Pago de Convenios de Educación y Fundación		
		2% Reembolso	Otras Actividades Pagadas		

No aplican los reembolsos en el trimestre correspondiente si el asociado está en mora de pago en cualquiera de los tres roles

MODELO DE OPERACIÓN

COOMEVA

PINOS



MODELO DE OPERACION

MERCADEO

Marca MONEDA

BRAIN storming

ENTENDIENDO EL MERCADO		EN COOMEVA	
Nombre programa - Moneda		¿Pinos?	
Lifemiles by Avianca	Millas	¿Puntos?	
LatamPass by Latam	Millas	¿Coronas?	
Puntos Colombia by Grupo Éxito / Bancolombia	Puntos		
Amigos Juan Valdez by Juan Valdez	Puntos		

- ▲ Simplicidad
- ▲ Identidad cooperativa
- ▲ Territorio diferencial
- ▲ La moneda del Cooperativismo

- Posicionamiento
- Fácil entendimiento
- Dentro de la categoría
- La moneda convencional

Nombre PROGRAMA

BRAIN storming

NAMING programa

Reconocimientos <i>Coomeva</i>	BUSCAMOS UN NOMBRE QUE SEA ÚNICO EN EL PAÍS, QUE PERMITA TRASCENDER Y GENERAR INTERACCIÓN CON ASOCIADOS Y TERCEROS.
Contigo <i>Coomeva</i>	
Pinos <i>Coomeva</i>	SIMPLICIDAD Y FÁCIL RECORDACIÓN.
Puntos <i>Coomeva</i>	POTENTE Y QUE TENGA AFINIDAD CON NUESTRA MARCA.

Diseño Gráfico



Creatividad Publicitaria

PINOS

CAMPAÑA DE LANZAMIENTO (Mar-2019)

PUBLICOS: ASOCIADOS + CLIENTES EMPRESAS + COLABORADORES

PROYECCIONES DE FONDOS

Portafolio vs Eventos

Fondo de PINOS

\$ Ing/Vtas	EMPRESAS y COOP	Aporte 2019	
		Valor	%
820.000	Bancoomeva (0,13%)	1.031	0,13%
640.820	Medicina Prepagada (0,14%)	915	0,14%
89.900	Corredora Seguros (0,20%)	180	0,20%
117.300	Cooperativa Dueño (0,09%)	300	0,09%
2.500	Cooperativa Gestor (14,94%)	374	14,94%
110.784	Cooperativa Usuario (0,18%)	204	0,18%
1.981.504	TOTAL APORTES	3.003	0,15%

Aportes Anuales		
2020	2021	2022
1.340	1.675	2.009
1.190	1.487	1.785
234	293	351
390	488	585
486	607	728
265	331	397
3.904	4.880	5.856

COOMEVA

PINOS

1a Proyección: Caso de Negocio	4.965
2a Proyección: 11 Octubre 2018	3.329

4.917	5.246	5.856	20.984
4.152	5.049	5.811	18.341

ACUMULACIÓN

BANCOOMEVA		
Producto o Servicio	Condición de Acumulación	Cliente del Banco
Tarjeta de Crédito Visa	Por cada transacción nacional o internacional realizada NO APLICA PARA AVANCES	3 Pinos por cada \$ 1.000
Tarjeta de Débito Visa	Por cada transacción nacional o internacional mayores a \$ 200.000 NO APLICA PARA RETIROS	1 Pino por cada \$ 1.000
Tarjeta de Crédito Asociado	Por cada transacción nacional o internacional realizada NO APLICA PARA AVANCES	No aplica
Tarjeta de Débito Asociado	Por cada transacción nacional o internacional mayores a \$ 200.000 NO APLICA PARA RETIROS	No aplica

MEDICINA PREPAGADA		
Producto o Servicio	Condición de Acumulación	Cliente de Salud
Oro Oro Plus Tradicional Especial Plata Joven Asociado Prima Nivelada Seguro Desempleo Seguro Eventos Críticos Clásico	<p>Usuarios nuevos / inclusiones: Valor de Compra del programa. Se tomará el valor del pago mensual y se reporta en la trama transaccional.</p> <p>Para los usuarios nuevos o inclusiones se otorgarán triple pinos en el primer mes, el programa asume los 10 pinos adicionales, por lo tanto este no se facturará a MP (Pendiente por definir si MP deberá reportar triplicado el primer valor o se calcula desde el repositorio)</p> <p>En caso de pago anticipado se otorgan los pinos del total del periodo.</p>	3 Pinos por cada \$ 1.000

COC

PIN

ACUMULACIÓN

COOMEVA

PINOS

COOPERATIVA (APLICA SOLO PARA ASOCIADOS)		Miembro del Programa Asociado a Coomeva
Rol del Asociado	Producto o Servicio	
Dueño	Obligaciones Estatutarias	1.000 Pinos Mensuales
	Incremento del Plan Básico	10 Pinos por cada \$ 1.000
Gestor	Programas de Fundación	5 Pinos por cada \$ 1.000
	Programas de Educación	2000 pinos por curso
	Programa de Referidos	5 Pinos por cada \$ 1.000
	Democracia Cooperativa	10.000 Pinos
	Gobierno de la Cooperativa	20.000 Pinos
	Actividades de Educación al Asociado	2.500 Pinos Anuales
	Colaboradores de Coomeva	5.000 Pinos Anuales
		2.000 Pinos por Reunión
		1.000 Pinos por Participación
		100.000 Pinos Anual
Usuario	Tarjeta de Crédito Asociado MasterCard	5.000 Pinos por Curso
	Accidentes Personales	2.000 Pinos por Curso
	Hospitalización	2.000 Pinos por Curso
	Solvencia	2.000 Pinos por Curso
	Vida Clásica	2.000 Pinos por Curso
	Plan Educativo	2.000 Pinos por Curso
	Desempleo adicional	2.000 Pinos por Curso
	Programas de Recreación y Cultura	1.000 Pinos Anuales
Programa de Vivienda Coomeva	7 Pinos por cada \$ 1.000	
Programa de Vida en Plenitud	5 Pinos por cada \$ 1.000	
	5 Pinos por cada \$ 1.000	
	50.000 Pinos x Desembolso	
	500 Pinos x cada Participación	

ACUMULACIÓN

SEGUROS COOMEVA		
Producto o Servicio	Condición de Acumulación	Cliente de Seguros
Hogar Auto Soat Re-Medica	Valor de Compra/ Renovación de la Póliza/ prima de la vigencia (Cuando se registra la venta/renueva) se acumula una sola vez, teniendo en cuenta la vigencia. Toda cancelación se debe reportar	3 Pinos por cada \$ 1.000

COOMEVA

PINOS

FECHAS IMPORTANTES



COOMEVA

PINOS



ESTRATEGIA DE FIDELIZACION COOMEVA



Noviembre 19, 2018

INICIATIVA-1: PINOS COOMEVA