



Conocimiento profundo del asociado de Coomeva

Objetivo

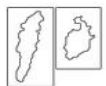
Identificar y conocer en profundidad los segmentos de asociados a Coomeva, su relación con la cooperativa y sus motivadores de permanencia y fidelidad.

Exploramos:

- *Entendimiento acerca de lo que el asociado espera de la cooperativa, su valoración de los servicios y beneficios, los desencadenantes de sus decisiones de adhesión, permanencia, uso y retiro.*
- *Expectativas respecto a la cooperativa y nuestra oferta, que dan origen a mejora de nuestro portafolio actual de servicios.*
- *Sus intereses, cuánto valora la asociatividad, qué representa Coomeva en su vida.*

A pedido del Consejo de Administración se incluyeron dos informes adicionales: retirados y dirigentes

¿Cómo es la muestra?



Ciudades

- **Regional Cali**
 - Cali
 - Ibagué
 - Popayán
- **Regional Palmira**
 - Palmira
- **Regional Bogotá**
 - Bogotá
 - Villavicencio
- **Regional Caribe**
 - Barranquilla
 - Cartagena
 - Valledupar
- **Regional Eje Cafetero**
 - Manizales
 - Pereira
- **Regional Medellín**
 - Medellín
 - Urabá
 - Bucaramanga

Contactamos 288 personas

(Una característica de las metodologías es que permiten que otras personas cercanas intervengan desprevénidamente enriqueciendo los resultados con participaciones dinámicas que contrastan y complementan lo que el “entrevistado” está diciendo)

La investigación se presenta en cuatro informes consolidados:

Informe 1

Conociendo al asociado de Coomeva

1. Aspectos culturales que influyen en el asociado
2. Los estilos de vida de los asociados

Informe 2

Analizando la relación con Coomeva

1. Valores e imaginarios del cooperativismo
2. El entorno competitivo de Coomeva
3. Percepciones sobre Coomeva
4. Qué significa Coomeva para el asociado

Informe 3

La experiencia del asociado en Coomeva

1. El ciclo de experiencia en Coomeva
2. Cómo se comunica Coomeva con sus asociados
3. Evaluación del portafolio de Coomeva
4. Aproximación a una segmentación más integral

Informe 4

Propositivo

Conociendo al asociado de Coomeva

- **Aspectos culturales que influyen en el asociado**

Rasgos culturales de los colombianos

Una mirada a los arquetipos regionales

- **Los estilos de vida de los asociados**

La familia

Etapas de la vida

Actividad profesional

Gustos e intereses

Sueños y proyectos

Cercanía con la tecnología

Rasgos de la personalidad

Segmentación de los asociados según su estilo de vida

Analizando la relación con Coomeva

- **Valores e imaginarios del cooperativismo**

Percepciones sobre el cooperativismo

Los valores que se esperan de una cooperativa

Interés por el cooperativismo

Retos de Coomeva frente al cooperativismo en nuestra época

- **El entorno competitivo de Coomeva**

Competidores más visibles

Competidores atomizados

- **Percepciones sobre Coomeva**

Solidez y buen nombre

Falta presencia en las regiones

El sentimiento de que «se perdió el rumbo»

- **Qué significa Coomeva para el asociado**

Qué logran con Coomeva

Qué significa Coomeva para sus asociados

Qué tan apropiados están de Coomeva

La experiencia del asociado en Coomeva

- **El ciclo de experiencia en Coomeva**

Razones para ingresar a Coomeva

El proceso de vinculación

La experiencia frente al servicio

Por qué permanecen

Por qué se retiran

- **Cómo se comunica Coomeva con sus asociados**

Evaluación general de la comunicación

Análisis de los canales

- **Evaluación del portafolio de Coomeva**

Servicios Financieros

Solidaridad

Recreación y cultura

Salud

Seguros

Fundación

Tarjeta Coomeva

Educación

Espacios Coomeva

- **Aproximación a una segmentación más integral**

Propositivo

Segmentación según su estilo de vida Significado de Coomeva para sus asociados

Cuáles son los proximos pasos ?

Revisión en profundidad del mercadeo

Profundizar ciertos temas (segmentos, lo profesional, la familia, la esencia cooperativa...)

Acciones inmediatas (comunicación, vinculación, simplificar la oferta)

Enriquecimiento de la estrategia y la gestión