



## Estrategia para la captación de clientes

**Ganar negocios futuros  
a través del éxito del  
proyecto presente**



# L I C I T A C I Ó N E S

## CONTENIDO

### PERSPECTIVAS

**Estrategia** para la captación de **clientes** | página 2

### BAJO LA LUPA

**Ganar negocios futuros** a través del éxito del **proyecto presente** | página 4

**“En licitaciones, por encima de todos”.**

**Litis Consorcio SC.**

“Estrategia, Oportunidad e inteligencia de negocio”.

La práctica es el sello que nos distingue.

Nuestra misión radica en ofrecerle a nuestros clientes soluciones inmediatas, certeras y satisfactorias que les permitan colocarse en el liderazgo de su mercado. Además de brindarles asesoría en materia jurídica, de forma integral, en aspectos de Licitaciones y Concursos, Energía y Medio ambiente, así como Renovables.

Francisco Cuéllar Ontiveros  
Presidente, Litis Consorcio



“Construimos su historia de éxito”

**Es preciso asesorarse con un experto para asegurar que su proyecto será aprobado.**

[www.licitacion-es.com.mx](http://www.licitacion-es.com.mx)

[www.licitacion-es.com.mx](http://www.licitacion-es.com.mx)



0133 12022455 | 0155 11070315

# PERSPECTIVAS

## Estrategia para la captación de clientes

Por: Gloria Viniza Cruz toledo

*"No tiene sentido, desde un punto de vista de negocio, invertir en captar un nuevo cliente más que la cantidad obtenida del beneficio que éste supone para la empresa"* Fernando A. Rivero.

La planeación de cualquier estrategia para captar clientes en el ámbito gubernamental debe ser implacable. Primeramente, para que una estrategia de captación pueda calificarse como buena, ésta debe contemplar distintos rubros como físicos, de ubicación, de segmento, de producto, etc. todo esto con el fin de concentrar o minimizar los esfuerzos y riesgos a los que se puede enfrentar el equipo de ventas.

Así también se debe hacer un análisis detallado intentando contestar como mínimo las siguientes preguntas: qué tipo de cliente es, qué necesita, en qué cantidad lo requiere, etc. y posteriormente preguntarse ¿mi producto y/o servicio cumple estas expectativas? ¿es el público meta que quiero captar? ¿cuánto estoy dispuesto a perder o hacer para lograrlo?

Una vez establecido el nicho de mercado y contestado las cuestiones anteriores se puede definir los diversos canales de venta bajo los cuales se guiará el trabajo y esfuerzo del personal de ventas gubernamentales.

Hoy en día debido a la alta competencia se debería marcar el establecer una estrategia multicanal. Es decir, que contemple varios canales para poder llegar a los clientes que se quiere (cambaceo, directo, mailing, etc.)

### Los costos de las estrategias

Habrá que tomar en cuenta los diversos canales de venta elegidos a través de los cuáles se logrará llegar a nuestro cliente potencial para lograr venderle de manera



acertada, ya que todos los recursos que se utilicen implicarán cierto costo para la empresa.

Crear una estrategia para lograrlo, no es un trabajo fácil que se defina en cuestión de días, sino es todo un proceso de planeación que consta básicamente del manejo y transmisión correcta de la información administrativa, financiera, legal, etc.

Toda ésta basada en un plan de comunicación que se tiene que seguir de manera rigurosa, analizando los resultados obtenidos de manera continua.

El mismo análisis periódico de la información irá marcando la pauta para elaborar cambios o hacer modificaciones al plan inicial, cabe destacar que esto únicamente será indicado por el entorno o adaptaciones que los clientes potenciales reclamen. Por ejemplo, si se eligen canales de venta tradicionales y surge un boom de redes so-

ciales, la empresa tendrá que analizar si éste es un canal efectivo de venta que realmente consuman los clientes para lograr el impacto que se requiere, posteriormente, los costos que implicará la incorporación de esta metodología al plan de ventas empresarial, el alcance del proyecto y el tiempo en que se podrán ver reflejados los resultados.

También el plan o estrategia debe responder a temas concretos como la incorporación de nuevas tecnologías, la es-

# PERSPECTIVAS

estructura y desarrollo del mercado, el supuesto de un rechazo del producto, el equipo humano, financiero y técnico que se empleará, etc. tener siempre alternativas para la resolución satisfactoria de problemas o nuevos mecanismos que puedan afectar la labor de ventas.

## La preparación como base

Para poder no solamente captar clientes sino retenerlos por un buen periodo, es básica la preparación que se tenga acerca de los productos o servicios que dicho cliente compra /vende, para lo cual los medios electrónicos nos hacen más accesible esta labor ya que se puede investigar desde los diferentes precios de un mismo producto como el aumento en la cantidad de competidores de sector.

Es así, como mediante estas acciones lograremos posicionarnos cada día como una empresa de servicios de calidad, ya que bien dicen "conoce bien a tu cliente y así siempre sabrás lo que busca o necesita sin necesidad de preguntárselo".

Los tiempos actuales de crecimiento en las diversas industrias obligan a toda empresa a estar actualizada, a no ser un núcleo pasivo para la prospección de nuevos clientes, a no esperar que el cliente llame, sino a realizar acciones planeadas tan estratégicamente que cuando al cliente le surja una necesidad prioritaria o de emergencia, siempre seas su primer opción y demande tus productos o servicios sobre los de la competencia.

## EN RESÚMEN

1. Definir las características del mercado en el que vamos a trabajar.
2. Definir los segmentos a quién queremos dirigirnos: sector empresarial, tamaño, etc.
3. Establecer qué tipo de clientes queremos conseguir, cruzando la información del mercado en el que vamos a trabajar, con la de los segmentos a los que nos queremos dirigir.

7. Construir o adecuar los canales de ventas a utilizar con cada cliente y conocer el coste de captación de clientes por canal: venta directa, venta telefónica, a través de Internet, etc.

8. Marcarnos objetivos de captación de clientes, tanto desde el punto de vista cuantitativo, como cualitativo.



4. Conocer en profundidad con quién competimos y los canales de venta que usa.
5. Definir las necesidades que queremos cubrir.
6. Disponer de los productos/servicios/precios que encajen con las necesidades y deseos de nuestros clientes.

9. Transmitir los mensajes y realizar las actividades necesarias, de acuerdo con el plan de comunicación definido.

## BAJO LA LUPA

### Ganar negocios futuros a través del éxito del proyecto presente

Por: María Teresa Jasso Barajas

La manera más fácil para que una compañía crezca es que obtenga negocios subsiguientes. El costo de ventas es una fracción del costo de buscar nuevas oportunidades. Esto significa que el proyecto actual o el producto entregado, deben ser completados de manera exitosa. En muchas compañías, la responsabilidad de ganar negocios subsiguientes, recae en un gerente de proyectos y/o gerente de cuenta. En compañías exitosas, estas personas:

- Están comprometidas con el éxito de los negocios de sus clientes, así como con su éxito propio.
- Tienen claramente establecidas sus metas personales y las del negocio.
- Toman el tiempo para prepararse y están abiertos a aprender cómo mejorar sus habilidades de venta.
- Dedican su tiempo libre a actividades relacionadas con las ventas, ya sea dentro de su proyecto o contribuyendo con las ventas de otra compañía.
- Le dan seguimiento a su progreso, incluyendo el registro exacto de las conversaciones con los clientes y los tiempos de seguimiento correspondiente.
- Son determinados y persistentes, y no dejan que nadie los desaliente o desacelere.

La exploración detallada del proceso del gerente del proyecto, está fuera del alcance de esta guía. Sin embargo, es sumamente importante que el proceso del gerente de proyecto esté muy bien definido.

Mientras que las pequeñas empresas pueden dejar de implementar dicha metodología; resulta más costosa y difícil en la cultura de la empresa, cuando ésta es mucho más grande.



#### El proceso del gerente del proyecto:

- Da como resultado la consistencia de las buenas practicas de fabricación.
- Le da a conocer a los gerente del proyecto las expectativas del despacho.
- Da como resultado un proceso predecible y repetible.
- Mejora la delegación de responsabilidades del gerente del proyecto.

- Conduce a dar informes consistentes al gerente senior.
- Proporciona un discriminador de marketing reduce el riesgo.- Da como resultado un aumento en la cali-dad y en la eficiencia.
- Aumenta la eficacia de la capacitación.

#### Algunos de los criterios del éxito del proyecto (cómo saber si el proyecto ha sido exitoso) son:

- Es rentable para su empresa
- Resulta en mejoras al cliente
- El cliente está contento
- En tiempo o adelantados en el programa convenido y en presupuesto o abajo del mismo
- Da como resultado ganar la confianza del cliente
- El personal de su empresa está motivado en completar el trabajo, para empezar a trabajar en otro proyecto
- Sus clientes realizan la venta por usted, de los productos o servicios de su empresa a otros clientes
- Da como resultado los negocios subsiguientes.

## BAJO LA LUPA

Los expertos en el tema recomiendan ampliamente que su empresa le solicite al gerente de proyecto de servicios o de desarrollo de proyectos, que realice una estructura de desglose del trabajo del contrato, aun si el contrato no la proporciona o no requiere que se realice.

### Algunos ejemplos sencillos de los lineamientos son:

- Comenzar con el proyecto en mente.
- Nombrar todas las tareas necesarias para producir un resultado.
- Enfatizar la visibilidad de los pasos importantes / entregables.
- Utilizar una estructura de verbo-sustantivo (palabras de acción-verbos) para describir cada actividad.
- Asegurarse de que cada actividad origine un producto.
- Evitar las actividades y tareas sin plazo fijo (por ejemplo, investigar o realizar un análisis).
- Tomar en consideración la regla 8/80 (ninguna tarea menor a 8 horas o mayor a 80).
- Ninguna tarea mayor al periodo en que se realiza el informe del estatus (en caso de ser posible).
- Desglosar (Separar) más a fondo, únicamente si es útil, si es que le va a ayudar a administrar de una mejor manera el proyecto. Es sorprendente cuantos administradores se lanzan a un nuevo proyecto, sin antes tomarse el tiempo para identificar y reunirse con todos los interesados.

Una de las peores experiencias para cualquier colaborador sería trabajar para

un gerente de proyectos que no sabe cómo dar indicaciones específicas y que, en lugar de ello, espere que su personal intuitivamente conozca qué es lo que espera, esta falta de comunicación verdaderamente desastrosa es lo que se le llamaría "monólogo interior", que suena bien y no está mal para una comedia teatral, pero raramente dará resultados exitosos en otra área de cualquier empresa o compañía.



Evitar este tipo de conducta reactiva se logra al tener una junta de arranque del proyecto, bien pensada y proactiva.

### Los elementos claves para una exitosa junta de arranque del equipo del proyecto son:

- Distribuir el programa (orden del día) antes de la junta.
- Comenzar y terminar a tiempo. Apegarse al plan de la junta.
- Presentar a su equipo del proyecto y a los influenciadores del proyecto. Asegúrese que todos tengan claros sus roles, responsabilidades y expectativas.

- Describa el alcance y objetivos del proyecto. No asuma que su personal ha leído completamente el plan de trabajo. Asegúrese de que usted ¡Sí lo lea!
- Explique su propuesta para llevar a cabo el proyecto, incluyendo el programa y la ruta crítica. Revise el plan de trabajo, los puntos clave más importantes y los entregables.
- Defina el criterio de éxito, para que el equipo tenga claras las expectativas de su cliente.

- Identifique los riesgos, retos y restricciones del proyecto. Tómese el tiempo para responder las inquietudes de todos. No asuma que el silencio significa que todos están conformes.
- Asegúrese que todos comprendan el control del proyecto y los requisitos del estatus.

Repase las herramientas, documentos y apoyo que se necesitan del cliente, registre las decisiones y asignación de tareas, recuerde, un inicio sólido aumentará enormemente la probabilidad de éxito del proyecto y, muy probablemente, lo mantendrá en la jugada.