

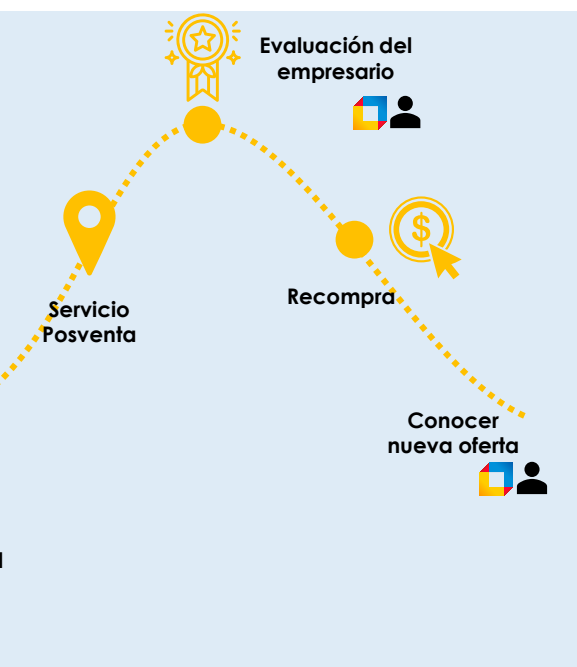
CUSTOMER JOURNEY COMPRADOR INTERNACIONAL

IDENTIFICACIÓN NECESIDAD DE PROVEEDURÍA

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

CIERRE DE NEGOCIO

AFTERCARE



Apertura Colombia

- Inversión en BBDD, plataformas o eventos para conseguir los compradores.**
- Están incursionando en un nuevo producto, línea o servicio y domésticamente no tienen la oferta. Buscan un mejor precio, storytelling (ej. ingredientes naturales, cannabis, nuevos desarrollos), o la sustitución de un proveedor actual.**
- Relacionamiento con gremios y asociaciones. No asisten a eventos de Matchmaking (ej. MCR), pero si asisten a eventos especializados de promoción**
- Voz a Voz, Web scouting, Contacto directo de las empresas o con ProColombia**
- Búsqueda web con subtítulos y contenido por tipo de negocio (industrial, comercio, servicios, online)**
- Importante desarrollar una estrategia de marketing digital que logre abarcar esta fase del proceso de compra (artículos, artículos especializados, información redes sociales, blogs, página web, etc.). Debe haber un equipo encargado de hacer esta estrategia constante y que comparta noticias sobre la oferta exportable.**
- Con respecto a la búsqueda online se debe valorar las opciones digitales y de información para solucionar el problema: qué disponibilidad de productos/servicios hay en el mercado? ¿Cómo solucionaron otros el problema? Para servicios hay unos puntos de contacto adicionales por los que puede llegar: Blogs, Adds publicitarios o Banners**

Definición del proceso logístico

Solicitud de muestras

Condiciones de acceso

Generar contacto

Análisis del producto

En evaluación de proveedores y generación de contacto: Acorde a las necesidades se propone producto/servicio (análisis del match) y esto conlleva a empresas. La plataforma debe permitir tener un espacio de intercambio tipo videollamada. Sería ideal que el comprador no deba salir de la herramienta para continuar con el proceso de comunicación.

Match de producto o servicio debe solucionar el **pain point** del comprador: que le enviemos la oferta más adecuada a sus necesidades. Que haya botones donde se filtre muy bien las necesidades. La búsqueda debe ser lo más ajustada (grado de sofisticación) para que los proveedores que le arroje como resultado sea lo más ajustado a su necesidad y vaya descartando proveedores que no tienen los requisitos buscados.

En el caso de servicios generar una experiencia es muy importante para captar la atención del comprador. Por lo cual el la solución debe contar con una **BIBLIOTECA VIRTUAL**: espacio online donde se podrá visualizar el contenido/portafolio de servicios de los exportadores (reels, demos, etc.) que permite mostrar la oferta de servicios y en donde se pueden conectar los compradores con exportadores si hay match. (Se debe revisar la integración con contenido ya existente con el Showcase y las otras 17 herramientas de mercadeo).

El comprador entra en una etapa de análisis, comparación de información recolectada y de decisión. Posiblemente cruza la información con datos que tenía de procesos o compras anteriores en la memoria institucional.

La relación con el asesor de la oficina comercial es clave en este punto, se debe estar pendiente del comprador, si requiere mayor información o complementaria, si algo no es claro. Es muy importante tener en cuenta temas coyunturales que puedan pasar (ej. COVID-19). Este es el punto donde ProColombia interactúa más en todo este journey. Es donde estaríamos más pendientes que el proceso se dé y se dé una manera efectiva y profesional. Ideal validar cómo se puede generar un contacto con el asesor (vinculación con directorio activo y ubicación de asesores geográficamente) y mirar si a través de un FAQs o Chatbot se puede atender requerimientos básicos. Todos el seguimiento entre etapas debe quedar registrado en NEO.

La solución digital debe ser visualmente muy agradable y sencilla, la experiencia del usuario debe ser agradable y orgánica. Acompañada de tutoriales por parte de ProColombia y un chatbot. Así mismo, debe existir un equipo encargado que acompañe todo el proceso entre etapas del proceso de Match (debe ser un trabajo uno a uno) para garantizar sostenibilidad.

LOS PUNTOS DE CONTACTO ACÁ SERIAN:

- Landing Page
- Posibles formularios que le pidamos nosotros para recolectar información del cliente.
- La pagina del producto puntual que esta buscando.
- Aplicaciones

Establecimiento de las condiciones de negocio

Cierre de negocio

Recepción del producto

Cuando el comprador esté interesado en agendar una reunión, debe haber un botón que envíe la notificación al exportador y al asesor. Acá los pasos serían:

1. Registrarse y acceder a la biblioteca virtual
2. Visualizar contenidos - ver el reel*
3. Si le interesa el proveedor hacer clic en el botón de CONTACTAR (mensaje automático con una notificación a la OFICOM y OFIREG responsable en no más de 24hrs).
4. La videoconferencia se llevará a cabo en la misma plataforma.

*Solo aplica para servicios

Acá el comprador decide o no comprar. Es muy importante lograr una relación con el comprador, más allá de si se cierra o no el negocio. En esta fase el equipo encargado y el asesor deben tener un rol muy activo dedicado a entablar relaciones de confianza que permita que, para un futuro evento de necesidad, en la etapa de validar las opciones de solución de un problema, ProColombia pase a ser la primera opción de búsqueda de apoyo. Lo más importante es la satisfacción del comprador.

LEALTAD: Este es uno de los puntos más importantes donde creamos la lealtad del cliente y logramos el momento de la recompra. Es donde los compradores nos van a seguir utilizando y nos van a referir con otros posibles clientes. Los pasos acá sería por parte del equipo encargado como el asesor deben:

- Enviar Newsletters con campaña sobre la importancia de las evaluaciones, certificaciones.
- Calificación / rating
- Evaluación pedida por ProColombia.
- Algún incentivo, (programa de lealtad, acumulación de puntos, etc).

Almacenamiento y manejo de datos: Es muy importante, en cada uno de los procesos, que toda la información quede debidamente evidenciada en el CMR NEO, con el fin de poder cruzar la información y analizar los datos para general valor constantemente. Por ejemplo: en la fase de "oferta para" si muchos compradores quieren un producto y nuestras empresas no están preparadas o no tenemos tanta oferta, los datos nos permitirán identificar opciones de mejora para enfocar recurso monetarios y humanos y poder satisfacer la demanda internacional, que es el fin mayor.

Validación de Sarlaft: Se debe pensar en unos mensajes de respuesta a la empresa cuando se registra una alerta en la validación de Sarlaft, de acuerdo con el proyecto de integración que se está trabajando con Neo frente al tema de listas restrictivas donde puede aparecer la empresa.

Evaluación del empresario

Recompra

Conocer nueva oferta

Proceso de posventa y seguimiento: Cómo se puede construir una "comunidad digital" con los compradores que hayan ingresado a la plataforma, para mantener el interés por los productos colombianos. Posibilidad de poder enviar capsulas informativas periódicamente en las que se cuenta algo de Colombia relacionado con el sector del producto solicitada y novedades.

Importante: si hay nuevos exportadores que ingresan al sistema, el comprador debería recibir una alarma anunciando la nueva empresa. Adicionalmente, en cada uno de los procesos, toda la información debe quedar debidamente evidenciada en el CRM, con el fin de poder cruzar la información y analizar los datos para general valor constantemente. Por ejemplo: en la fase de "oferta para" si muchos compradores quieren un producto y nuestras empresas no están preparadas o no tenemos tanta oferta, los datos nos permitirán identificar opciones de mejora para enfocar recurso monetarios y humanos y poder satisfacer la demanda internacional, que es el fin mayor.

El equipo encargado de Procolombia para la plataforma debe utilizar la herramienta digital para tener motivos de contacto frecuente con el comprador. El asesor debe estar muy activo en mantener actualizado al comprador, nueva oferta, nuevas soluciones, nuevas tendencias, desarrollo, etc.

CUSTOMER JOURNEY EXPORTADOR

DESEO DE EXPORTAR

Investigación ¿Cómo exportar?

Imagino

Identificación de exportadores (Referidos, BBDD)

Llegan a través de los programas de formación o los aliados regionales

A través de BBDD (Ej. DANE, Penta, RUES, Legiscomex, entre otras) se identifican empresas que están exportando solas y se abordan para iniciar plan de trabajo

Referencias por algún gremio, otra empresa, recomendado.

Llegan orgánicamente: correo electrónico, plataformas o referido

Si la empresa no se encuentra creada en Neo, no debe permitir el registro en la plataforma de Matchmaking. La plataforma debe identificar sector y región para generar una notificación al asesor que debe hacer contacto para iniciar plan de trabajo con ProColombia.

DIAGNÓSTICO Y ASESORÍA

Identifico a ProColombia

Revisión y adecuación del bien o servicio

Se le brindan como mínimo las 7 asesorías de Futuros Exportadores

Se trabaja en cierre de brechas para acceder a nuevos mercados

Se trabaja en cierre de brechas para acceder a nuevos mercados (Pymex y TOP)

Las empresas futuras requieren de un mayor acompañamiento en la revisión y adecuación de su producto para que esté listo para exportar. Puede ser un pain point para el asesor porque requieren de un mayor esfuerzo

ALISTAMIENTO PARA LA EXPORTACIÓN

Identificación de potenciales compradores

Asistencia a eventos y ferias comerciales

Consecución de compradores

Generar contacto

Condiciones de acceso

Definición del proceso logístico

Presentación de la empresa y la oferta exportable a la OFICOM

Se hará un primer match entre los potenciales compradores y la oferta exportable. Depende de la robustez de la información suministrada por el exportador.

Es importante que los exportadores dentro de los criterios solicitados tengan claro cuáles son los mercados prioritarios donde quieren trabajar dado los requisitos que estos presentan. Puede ser explícito mencionar donde ya exportan actualmente y donde desean internacionalizarse.

Cuando un exportador crea su perfil, se genera una notificación al equipo encargado y pasará por un proceso de validación donde se dará el visto bueno de la completitud y calidad de la información de la empresa y sus productos.

Participación en ferias para validar producto o servicio y conocer potenciales compradores

La plataforma debe guiar al exportador, contarle cuales son los pasos/requisitos que debe cumplir para poder contactar a ese potencial comprador y llegar a esos mercados objetivos. El equipo encargado hace veeduría y seguimiento para que se finalice el registro.

Para la generación del contacto debe existir una Validación del idioma → Ej. es capaz de sostener una reunión completamente en inglés o preferiblemente en español. O Habla inglés y español fluido (¿Sería un campo de validación del asesor?). El equipo encargado debe asegurar este punto.

Cada mercado y cada sector (línea de producto, categorías (ropa, automóviles, etc.)) tienen unos requisitos que las empresas exportadoras deben cumplir para poder exportar, si no se cumplen esos requisitos mínimos la empresa no podrá hacer match con compradores de ese mercado. Estas reglas de requisitos de mercado y sector deben estar parametrizadas en la herramienta y estar prestas a modificaciones o actualizaciones.

En la plataforma debe haber un control de calidad en el diligenciamiento de la información que además debe permitir clasificar las empresas dependiendo de que tantos campos estén diligenciados y calidad de la información diligenciada, así como de su experiencia exportando. Este proceso debe estar a cargo del equipo encargado que debe estar en permanente vigilancia de los registros que suceden en la plataforma.

EXPORTACIÓN

Solicitud de muestras

Envío del producto o entrega del servicio

Establecimiento de las condiciones de negocio

Cierre de negocio

Acompañamiento en el proceso de exportación

La herramienta debe permitir hacer seguimiento desde que se genera el contacto hasta que se cierra el negocio y debe permitir que el exportador manifieste si el contacto fue efectivo. Debe hacer una comunicación en Neo para el avance de la oportunidad en el CRM.

El asesor hace un acompañamiento para asegurar el proceso de negociación (cotización, facturas, lista de empaque, entre otras).

El asesor hace un acompañamiento para resolver dudas en el proceso logístico. Previo: envío de muestras y simulador de costos y Posterior: Apoyo con el facilitador de puertos y aeropuertos. Posibilidad de integrarse con las herramientas logísticas existentes en ProColombia.

Validación de Sarlaft: Se debe pensar en unos mensajes de respuesta a la empresa cuando se registra una alerta en la validación de Sarlaft, de acuerdo con el proyecto de integración que se está trabajando con Neo frente al tema de listas restrictivas donde puede aparecer la empresa.

AFTERCARE

Servicio Posventa

Evaluación del exportador

Buscar más compradores

Revisión del plan de trabajo para ampliar cartera de clientes en el mismo mercado o explorar nuevos mercados. Acá vuelve a empezar el ciclo.

En este punto, la plataforma debe permitir poder generar una calificación o evaluación del comprador.

LEALTAD: Este es uno de los puntos más importantes donde creamos la lealtad del cliente y logramos el momento de la recompra. Es donde los exportadores nos van a seguir utilizando y nos van a referir con otros posibles empresarios. Los pasos acá sería por parte del equipo encargado como el asesor deben:

- Enviar Newsletters con tendencias sectoriales.
- Cambios regulatorios nacionales o internacionales

La plataforma debe permitir identificar casos de éxito y validar si es de interés para el empresario compartir esta noticia y generar piezas de prensa así como alimentar casos de éxito que puedan pedir desde presidencia.