



DIPLOMADO ALTA GERENCIA EN MARKETING

TECNICO PROFESIONAL EN MERCADEO

TRABAJO DE GRADO: PRESENTADO COMO PROPUESTA
PARA IMPLEMENTAR NUEVAS FUNCIONES EN LA APP
PARA BANCOLOMBIA



ELIZABETH OSORIO TRUJILLO
KEVIN SALDARRIAGA MEJIA

Instituto Técnico Nacional de Comercio Simón Rodríguez
2023

JOURNEY MAP





APP BANCOLOMBIA

Vive la experiencia de tener todo el Banco en tus manos, paga, transfiere, recibe y haz fácil tu vida desde donde estés.

-
-

Características	
Ingreso desde \$200 mil	Cupo entre \$200 mil y \$5 millones
Edad entre 14 y 25 años*	Costo de manejo \$14.850
	Por cada \$5.000 6 Puntos Colombia

*Si tienes entre 14 y 17 años, la tarjeta debe estar avalada por un mayor de edad.

-
-
-
-
-

Por tu seguridad
 Recibirás un SMS con todos los beneficios y productos disponibles para TI.



PRODUCTOS

Ahorrar **Financiar** **Invertir**

Descubre la mejor opción para ahorrar y manejar bien tu dinero.

Cuenta de ahorros

Maneja tu dinero y recibe sin costo adicional una tarjeta débito para comprar físicas o virtuales.

Conocer la cuenta

Solicitar

A la mano

Créala desde tu celular y retira tu plata sin tarjeta en los cajeros, es gratis.

Conocer más

Ahorrar **Financiar** **Invertir**

Encuentra las mejores soluciones para conseguir lo que quieres.

Fiducuenta

Conoce las características, generes y rentabilidad de nuestros Fondos de Inversión Colectiva.

Conocer más

Solicitar

Plan semilla

Tus recursos son invertidos en un portafolio de títulos de renta fija seleccionados bajo criterios profesionales, rentables y seguros.

Conocer más

Solicitar



CUANDO EL CLIENTE TOMA NUESTRO SERVICIO

Quando el cliente decide buscar el producto "tarjeta de credito para jovenes", le saldra todos los beneficios, caracteristicas, tasas, asistencias,documentos, bloqueos, etc



Tarjeta de crédito Joven Mastercard

Bancolombia

2x1 en Cine Colombia todos los días.

SOLICÍTALA RÁPIDO AQUÍ →



Beneficios

Características

Asistencias y seguros

Tasas y tarifas

Documentos

Bloqueos y Cancelación

Compara y simula

Beneficios

Asistencias para jóvenes

Asesoría en temas como creación de empresa, viajes académicos y compra de boletas.

[Conoce las asistencias de la tarjeta joven.](#)

Avances

Hasta por el 100% del cupo, en efectivo o transferencia a una cuenta Bancolombia.



CUANDO EL CLIENTE TOMA NUESTRO SERVICIO

Quando el cliente decide buscar el producto "tarjeta de credito para jovenes", le saldra todos los beneficios, caracteristicas, tasas, asistencias,documentos, bloqueos, etc



Características



Ingresos desde
\$200 mil



Cupo entre
\$200 mil y \$5 millones



Edad entre:
14 y 25 años*



Cuota de manejo
\$14,850



Por cada \$6.600
6 Puntos Colombia

*Si tienes entre 14 y 17 años, la tarjeta debe estar avalada por un mayor de edad.

Asistencias

Seguros

Solo por estar al día con los pagos puedes disfrutar de las asistencias que te ofrece esta tarjeta de crédito.

Asistencia al hogar

Asistencias de la tarjeta joven

Asistencia en viajes internacionales

Asistencia en viajes nacionales

Asistencia al vehículo

Accede a las coberturas que te ofrece Mastercard sobre las compras hechas en su totalidad con esta Tarjeta de Crédito.

Seguro de protección de compras



CUANDO EL CLIENTE TOMA NUESTRO SERVICIO

Quando el cliente decide buscar el producto "tarjeta de credito para jovenes", le saldra todos los beneficios, características, tasas, asistencias, documentos, bloqueos, etc



Tasas y tarifas

Para compras y pago de impuestos 1.8769% Interés mensual 24.9996% Interés efectivo anual	✓ Las compras que al momento de realizar la transacción se diferiran a una cuota, no generarán intereses corrientes. ✓ Las compras internacionales se diferiran automáticamente a 36 meses. ✓ Los avances nacionales e internacionales se diferiran a 24 cuotas. ✓ Consulta los extractos de tu tarjeta en la Sucursal Virtual Personas. Consulta el tarifario Conoce más sobre las tarjetas de crédito Bancolombia	 Cuota de manejo \$14,850
---	---	--

Para avances nacionales y en el exterior
3.1214%
Interés mensual
44.6057%
Interés efectivo anual

Para deuda en dólares

Documentos

Vigencia e históricos



CUANDO EL CLIENTE TOMA NUESTRO SERVICIO

Quando el cliente decide buscar el producto "tarjeta de credito para jovenes", le saldra todos los beneficios, características, tasas, asistencias, documentos, bloqueos, etc



Solicitud Bloqueo Cancelación

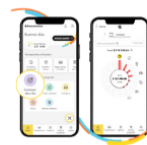
Solicita por Internet tu tarjeta de crédito, o por la sucursal telefónica marcando sin costo #263 desde un celular o 01-8000-912345 desde un teléfono fijo.
También puedes acercarte a una de nuestras sucursales donde uno de nuestros asesores te ayudará con todos los requisitos.

Usa el comparador
Y encuentra la mejor tarjeta para ti.
IR.AL.COMPARADOR

Simula las cuotas
Infórmate y toma la mejor decisión.
IR.AL.SIMULADOR



CUANDO EL CLIENTE TOMA NUESTRO SERVICIO



Cuando el cliente ya esta decidido por solicitar la tarjeta de crédito para jóvenes accede a la solicitud
VISUAL DEVOLUCION SEDUCCION PRODUCCION

Tarjeta de crédito Joven Mastercard Bancolombia

2x1 en Cine Colombia todos los días.

SOLICÍTALA RÁPIDO AQUÍ →



[Beneficios](#) [Características](#) [Asistencias y seguros](#) [Tasas y tarifas](#) [Documentos](#) [Bipagos y Cancelación](#) [Cero más y simula](#)



CUANDO EL CLIENTE TOMA NUESTRO SERVICIO



1.

Cuando el cliente ya esta decidido por solicitar la tarjeta de crédito para jóvenes accede a dejar sus datos y a realizar viabilidad en línea.

Para comenzar compártenos la siguiente información

Tipo de documento de identidad	Número de documento
Número de celular	Correo electrónico

☐ Autorizo a Bancolombia para que el número de celular y el correo electrónico, sean tratados para contactarme y/o enviarme la información relacionada con la solicitud del producto. Igualmente para que me consulten ante Operadores de Información y Riesgo con el fin de verificar mi información personal.

Términos, Condiciones y Políticas de Privacidad para la solicitud de productos.

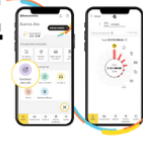
CONTINUAR

2.

Cuando el cliente ya ingreso sus datos el sistema hace una viabilidad y da el monto de la tarjeta, una vez aceptado se le entrega la tarjeta por mensajería.



CUANDO EL CLIENTE YA TIENE EL PRODUCTO



1. Cuando el cliente ya tiene el producto y le llega físicamente, nuestro sistema enviara un SMS personalizado y se le dará un incentivo por ser cliente nuevo.

iMessage

SMS/MMS



CUANDO EL CLIENTE NO TOMA NUESTRO SERVICIO



1. En el primer contacto con el código QR inicial, el cliente registro sus datos y gracias a estos realizaremos seguimiento periodico, informandole al cliente que tiene beneficios si obtiene nuestros servicios.



← 87841



11:54 a. m.

JUAN, Queremos ayudarte a crecer, por eso Bancolombia te ofrece un prestamo SIN TRAMITES, INMEDIATO Y POR CELULAR por \$1500000, gracias al uso de tu cuenta terminada en *2631. Te interesa? Responde SIN COSTO Si o No. Si quieres mas info consulta terminos y condiciones en www.grupobancolombia.com o llama 018000931987



Toca para cargar la vista previa

2. Se crearan promociones y se le haran llegar via sms, correo y whatsapp de forma aleatoria, dias puntuales de la semana para no generar rechazo por parte del cliente



CATEGORIAS



Bancolombia para jóvenes

¡Es el momento de darte más de un gusto! Obtén tu tarjeta joven y tu tarjeta de crédito para estudiantes en unos simples pasos.



Ahorrar

Invertir

Financiar



SUB-CATEGORIAS

Ahorrar



Descubre la mejor opción para ahorrar y manejar bien tu dinero.



Cuenta de ahorros

Maneja tu dinero y recibe sin costo adicional una tarjeta débito para compras físicas o virtuales.

[Conocer la cuenta](#)

Solicitar 



A la mano

Créala desde tu celular y retira tu plata sin tarjeta en los cajeros, es gratis.

Conocer más 



SUB-CATEGORIAS

Financiar



Encuentra la mejor opción para conseguir lo que más quieres.



Tarjeta de Crédito Joven

Obtén tu primera tarjeta y descubre los mejores beneficios en compras.

[Conocer tarjeta](#)

Solicitar 



Crédito educativo

Logra tus metas académicas y profesionales. Modalidades de crédito para financiar tus estudios en Colombia o en el exterior.

[Conocer crédito](#)

Solicitar 

Simular 



BANCOLOMBIA

Somos un Grupo financiero líder que marca tendencia, generamos una experiencia superior para nuestros clientes, somos orgullo para nuestros empleados y valor para nuestros accionistas, de manera sostenible.

- **Objetivos**

Generar lealtad con el cliente

Hacer una visión de inversión a los pequeños y grandes empresarios e inversionistas

Estamos convencidos de que cuando vemos en el bienestar de las personas y de las comunidades ese objetivo superior, podemos alinear nuestras acciones de manera que, al favorecer la generación de oportunidades, la equidad, y el desarrollo económico de las empresas y los individuos contribuimos a crear las condiciones necesarias para tener una vida tranquila y satisfactoria.

Con educación financiera contribuiremos a que las personas tomen mejores decisiones frente a su vida.

- **Información de clientes:** Data y prospectos
- **Público Objetivo:** Jóvenes
- **Puntos de Contactos:** Punto físico, Sitio Web, WhatsApp
- **Elementos de proyección de mapa:**

Negativa:

- se requiere un crédito para iniciar el proceso vida crediticia
- intereses altos
- Competencia con diferentes alternativas
- Difícil acceso al crédito por falta de experiencia crediticia

Positiva:

- Opciones de productos
- Pre aprobado
- Respuesta oportuna
- Tarjeta crédito joven
- Tasas especiales para empezar la vida crediticia

Alternativa.

Mediante publicidad tanto Web como física estará dirigida al público en específico (jóvenes), se dará carrera para que el joven inicie una vida crediticia con nuestros productos Bancolombia.

Se caracteriza este producto por su fácil estudio y asequibilidad en la plataforma web Bancolombia, iniciando así, la data del cliente nuevo y sus intereses.

El asesoramiento será 24/7 con el personal seleccionado para realizar el seguimiento debido del cliente y optar así, por una adquisición final del producto, esto con el fin de generar una fidelización con el cliente y buena experiencia con Bancolombia.

Reintegro.

1. Agradece la oportunidad de haberle servido.
2. Si puedes, identifica la razón del rechazo.
3. CONTACTARLOS en un futuro.

Conclusiones.

Mediante este proceso se busca generar una experiencia única con el cliente, generar una facilidad y fidelización respecto al producto adquirido, optando así un proceso más eficaz y eliminando

procesos retardos y respuestas a largo plazo lo cual generará un desinterés del customer, es por esto que la calidad del asesoramiento debe ser perfecta para así contar con el prospecto del buyer person y finalmente shopper.

PRESUPUESTO DE VENTAS

TALLER

Usted ha sido nombrado Gerente Regional para la empresa TITAN GROUP. Le Corresponde a usted como profesional en ventas, realizar un análisis de la organización de los últimos tres años. SOLUCIONES ESPERADAS POR LA JUNTA DIRECTIVA.

- 1.1 Análisis de las ventas de los últimos 3 años
- 1.2 Asignación de presupuesto
- 1.3 Asignación de presupuesto por regional
- 1.4 Asignación de presupuesto por mes, para el año correspondiente.
- 1.5 Asignación de presupuesto trimestral
- 1.6 Acciones tácticas para cada trimestre.

2 ASIGNACION DE PRESUPUESTO POR CRITERIO DE PERSONAL DE VENTAS.

- Supongamos que la G.N.V. Estima crecer para el año 2014 de la siguiente forma
- un 5.0% por incremento de precios
- Un 2.5% en relación a su promedio de venta real de los últimos 3 años.
- Un 5.0% dado por un crecimiento orgánico “inversiones”
- PREGUNTAS
- ¿cuál es el crecimiento esperado total para el año 2014?
- ¿cuál es el crecimiento de los años 2012,2013?
- ¿cuál es el cumplimiento promedio de los últimos 3 años?
- ¿Cuál es el presupuesto estimado para el 2014?
- ¿Cuánto estima KLOXOX crecer para el 2014 con relación al 2013 y 2012 si
- tiene el siguiente histórico de ventas? Tabla # 1.1.

Trabajo de Grado
 Basado en el diplomado Alta gerencia en marketing
 Elizabeth Osorio Trujillo
 Kevin Saldarriaga Mejía
 Instituto Técnico Nacional de Comercio Simón Rodríguez

HISTORICO DE VENTAS KLOOROX-HITORICO 2011-2013					
DATOS	2011	2012	2013	PROMEDIO	
VENTAS	298.970	271.005	264.870	278.282	
PPTO	245.890	260.300	254.848	253.679	
CUMPLIMIENTO	122%	104%	103,9%	109,7%	
CRECIMIENTO		-9%	-2%	5%	
VENTAS PROMEDIO				278.282	12,50%
PPTO 2014				313.067	34.785
CRECIMIENTO 2014 VS 2012		16%			
CRECIMIENTO 2014 VS 2013			18%		

PPTO POR MES Y TRIMESTRE DE ACUERDO A PARTICIPACION MEDIA.

DISTRIBUCION MEDIA %						
MES	2.011	2.012	2.013	promedio	% media	mes a mes
enero	29.897	27.100	26.487	27.828	10,0%	31.306
febrero	26.908	24.391	23.839	25.046	9,0%	28.177
marzo	23.918	21.681	21.190	22.263	8,0%	25.046
abril	14.948	13.550	13.243	13.914	5,0%	15.653
mayo	17.938	16.260	15.892	16.697	6,0%	18.784
junio	14.948	13.550	13.243	13.914	5,0%	15.653
julio	26.908	24.391	23.839	25.046	9,0%	28.177
agosto	29.897	27.100	26.487	27.828	10,0%	31.306
septiembre	32.886	29.810	29.135	30.611	11,0%	34.437
octubre	23.918	21.681	21.190	22.263	8,0%	25.046
noviembre	20.928	18.970	18.541	19.480	7,0%	21.915
diciembre	35.876	32.521	31.784	33.394	12,0%	37.568
total	298.970	271.005	264.870	278.282	100,0%	313.067

PRESUPUESTO POR REGIONAL

REGIONAL	PARTICIPACION	PPTO
COSTA	30%	93.920
CENTRO	24%	75.136
OCCIDENTE	25%	78.267
ORIENTE	21%	65.744
PPTO	100%	313.067

PRESUPUESTO POR ZONA PARA LA REGIONAL OCCIDENTE QUE TIENE 3 ZONAS.

REGIONAL	PARTICIPACION	PPTO
ZONA 1	27%	21.132
ZONA 2	29%	22.697
ZONA 3	44%	34.437
TOTAL OCCIDENTE	100%	78.267

Trabajo de Grado
Basado en el diplomado Alta gerencia en marketing
Elizabeth Osorio Trujillo
Kevin Saldarriaga Mejía
Instituto Técnico Nacional de Comercio Simón Rodríguez

Por favor genere como profesional en mercadeo y ventas las acciones estrategicas y tacticas para cada trimestre.

TRIMESTRE	VENTAS	%	PLAN DE VENTAS	VENTAS MARGINALES	
TRIMESTRE 1	84.529	27%	Para el primer trimestre realizaremos un envio masivo de sms a 100 clientes, en donde se les hara una invitacion a registrarse en nuestra plataforma, una vez registrado empezara a acumular puntos redimibles en la tienda.	100.000	cada cliente representa un promedio de compra de 25,00 y se estima un retorno de 40 clientes
TRIMESTRE 2	50.091	16%	Para el segundo trimestre vamos a realizar una estrategia de marketing agresiva a 250 clientes, en donde se busca captar la atencion de los mismos, ofreciendo un 30% de descuento, por compras superiores a 50.000 en nuestros productos seleccionados.	625.000	cada cliente representa un promedio de compra de 50,00 y se estima un retorno de 125 clientes
TRIMESTRE 3	93.921	30%	Para el trimestre tres se realizara convenios con marcas aliadas y se daran bonos de regalo con beneficios a las primeras 150 personas que compren en la tienda.	800.000	cada cliente representa un promedio de compra de 80,00 y se estima un retorno de 100 clientes
TRIMESTRE 4	84.529	27%	Para el trimestre cuatro vamos a potencializar a nuestra fuerza de venta con capacitaciones para mejorar la atencion a nuestros clientes y generar un mayor numero de ventas.	101.435	Se contratara a 4 vendedores mas, los cuales se les dara una capacitacion de 5 dias y se tendra en cuenta un presupuesto de 2,000,000 este ingreso generara un incremento en las ventas del 20%
TOTAL	313.069	100%		1.626.435	20%

TABLA DE COMISIONES VENTAS POR CATEGORIA

Supongamos que, para el mes de marzo, ANTONIO se le asigno un presupuesto de \$50 Mills, logro una venta de \$53 Mills. Así: el variable es de \$2.000.000 + básico \$1.000.000. favor liquide las comisiones de Antonio en cada uno de los escenarios.

TABLA DE COMISIONES	
CATEGORIA	%VARIABLE
CATEGORIA A	20%
CATEGORIA B	20%
CATEGORIA C	25%
CATEGORIA D	15%
CATEGORIA E	10%
CATEGORIA F	10%

CATEGORIA POR CUMPLIMIENTO	% GANADO DEL VARIABLE AL 100%	SALARIO VARIABLE \$2.000.000
4 CATEGORIAS	30%	600.000
5 CATEGORIAS	50%	1.000.000
6 CATEGORIAS	100%	2.000.000

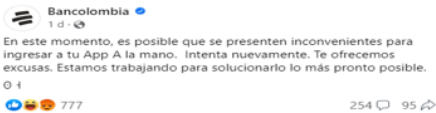
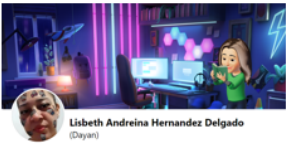
CUM %	FACTOR MULTIP. SALARIO VARIABLE
0-89,9%	0,00%
90-90,9%	53,80%
91-91,9%	55,40%
92-92,9%	57,00%
93-93,9%	58,80%
94-94,9%	60,50%
95-95,9%	85,20%
96-96,9%	88,60%
97-97,9%	92,10%
98-98,9%	95,80%
99-99,9%	100,00%
100-100,9%	104,00%
101-101,9%	108,00%
102-102,9%	112,00%
103-103,9%	118,00%
104-104,9%	125,00%
105-105,9%	130,00%

CUMP %	FACTOR MULTIP. SALARIO VARIABLE
106-106,9%	132,00%
107-107,9%	134,00%
108-108,9%	136,00%
109-109,9%	138,00%
110-110,9%	140,00%
111-111,9%	142,00%
112-112,9%	145,00%
113-113,9%	147,00%
114% O MAS	150,00%
115-115,9%	150,00%
116-116,9%	150,00%
117-117,9%	150,00%
118-118,9%	150,00%
119-119,9%	150,00%
120-120,9%	150,00%
121% O MAS	150,00%

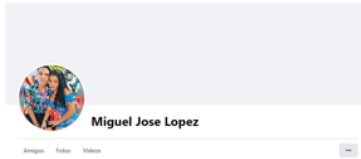
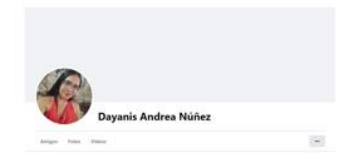
Trabajo de Grado
 Basado en el diplomado Alta gerencia en marketing
 Elizabeth Osorio Trujillo
 Kevin Saldarriaga Mejía
 Instituto Técnico Nacional de Comercio Simón Rodríguez

TABLA DE COMISIONES									
CATEGORIA	CUMPLIMIENTO ACTUAL	%VARIABLE	TOTAL	30%		50%		100%	
CATEGORIA A	94%	20%	400.000	120.000	72.600	200.000	121.000	400.000	242.000
CATEGORIA B	119%	20%	400.000					400.000	600.000
CATEGORIA C	130%	25%	500.000			250.000	375.000	500.000	750.000
CATEGORIA D	100%	15%	300.000	90.000	93.600	150.000	156.000	300.000	312.000
CATEGORIA E	115%	10%	200.000	60.000	90.000	100.000	150.000	200.000	300.000
CATEGORIA F	98%	10%	200.000	60.000	57.480	100.000	95.800	200.000	191.600
BASE			2.000.000	600.000	313.680	1.000.000	897.800	2.000.000	2.395.600
SALARIO A PAGAR				BASICO+VARIABLE	1.313.680	BASICO+VARIABLE	1.897.800	BASICO+VARIABLE	3.395.600

CONSTRUCCION DE MARCA EN ENTORNOS DIGITALES

BANCOLOMBIA					
1,3 MILLONES DE SEGUIDORES					
PUBLICACION ESCOGIDA PARA LA MUESTRA					
					
PERFIL	EDAD	NIVEL DE FORMACION	SEGUIDORES	PUBLICACIONES	TARGET
 Libeth Andreina Hernandez Delgado (Dayan)	32	Graduada de la universidad pamploña	1.176	Reuniones familiares, memes,selfies, servicio social, motivaciones	
 Felipe Moscoso Collazos (الويني فليليني) 12 mil seguidores · 8 seguidores	29	Creador digital	1.100	memes, imágenes de motivacion, trailers de películas, musica, deporte, Reuniones familiares	
 Marlon López (Ambassador)	27	Graduado de la universidad restrepo santamaria	701	juegos en línea, series, dibujos animados, memes, bromas, deportes, reuniones con amigos.	
 Diego Caraballo	42		407	reuniones familiares, romantico, memes, trabajo,selfies, gastronomía.	

Trabajo de Grado
 Basado en el diplomado Alta gerencia en marketing
 Elizabeth Osorio Trujillo
 Kevin Saldarriaga Mejía
 Instituto Técnico Nacional de Comercio Simón Rodríguez

	27	graduado de la universidad del valle, trabaja en banco Bci	488	viajes, selfies, estudios, amante a los animales, comida, musica.	personas en un rango de edad entre 25 a 44 años edad, son personas que comparten gustos tales como: disfrutar películas, escuchar musica, compartir imágenes graciosas, les gusta compartir en familia y compartir por sus redes sociales sus momentos especiales y sus logros. les gusta viajar y conocer.
	25	Graduado de la universidad sergio arboleda	1138	romance, memes, viajes, deporte, selfies.	
			5.500	memes, caricaturas.	
	25	artista	21.000	musica, viajes, películas, memes, familiar, aventuras	
	29	graduada de la universidad de cartagena	1.600	selfies, Musica, moda, belleza, películas.	
	30	profesional en enfermeria	750	familiar, datos importantes, reflexiones, selfies, musica, películas, memes.	

CONSTRUCCION DE MARCA EN ENTORNOS DIGITALES COMPETENCIA



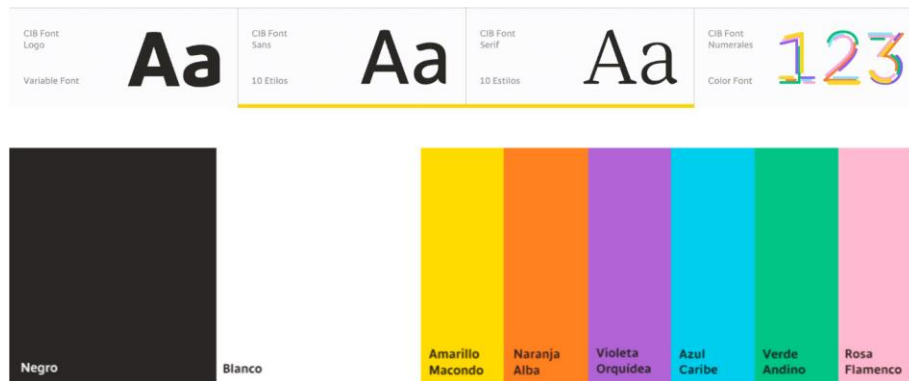
clientes	Perfilamiento de usuario
 Yineth Sierra (Dios mi amigo fiel)	Momentos familiares, paseos, fiesta y familia estudio tecnico 35 años 536 seguidores region costa
 David Prieto	Soltero, ambiente musical, convive con amistades y ambiente libre sin registro de estudio 33 años sin registro de seguidores region centro
 Oscar Yair Rojas Lozano	Fiestero, apasionado al futbol y naturaleza, trabajador y estudiante Estudiante tecnico 28 años 993 seguidores region centro
 Miguel Avila Barrera	Persona sola, poco movimiento en redes sociales y web, persona trabajadora sin registro de estudio 55 años 100 seguidores region costa
 Martha Gallego (Lia)	Madre, poca influencia en redes sociales y web, comparte con familia, le gusta pasear sin registro de estudio 68 años 60 seguidores region occidente

PERSONALIDAD DE MARCA

Sofisticada: clase alta, glamurosa, elegante, encantadora, femenina, clase superior.
 Robusta: Resistente, masculina, libre, áspera, abierta.
 Excitante: única, joven, independiente, actual.
 Sincera: realista, familiar, honesta, alegre, creíble.
 Competente: firme, trabajadora, segura, inteligente.

Trabajo de Grado
Basado en el diplomado Alta gerencia en marketing
Elizabeth Osorio Trujillo
Kevin Saldarriaga Mejía
Instituto Técnico Nacional de Comercio Simón Rodríguez

COLORES DE LA MARCA:



LOGO:



SUCURSALES:



Trabajo de Grado
Basado en el diplomado Alta gerencia en marketing
Elizabeth Osorio Trujillo
Kevin Saldarriaga Mejía
Instituto Técnico Nacional de Comercio Simón Rodríguez

OFICINAS ADMINISTRATIVAS:



VIDEO PUBLICITARIO:

<https://www.youtube.com/watch?v=COL9xPAw8rU>



POST:



A composite image showing two parts of a Bancolombia App advertisement. The left part shows a woman with curly hair holding a smartphone, with a large number '1' and text 'Aprende a hacer transferencias en la nueva App Personas'. The right part shows a woman holding a smartphone, with text 'Bancolombia App Personas' and 'Entregamos soluciones digitales a la medida de tus necesidades.' Below this, there are icons representing various services and a list of features: 'En la aplicación puedes hacer: Transferencias, Consignaciones, Bloqueos, Y más.' At the bottom, there is a statistic: 'En 2018 se realizaron aproximadamente 2.570 millones de transacciones digitales.' and another statistic: '4 millones de nuestros clientes prefieren los canales digitales para hacer sus transacciones.'

ROL DIGITAL-PERSONALIDAD DE LA MARCA-ARQUETIPO
EL HOMBRE CORRIENTE:

Actitud: no muestran ostentación, sino que buscan conexión a través de la empatía.

Objetivo: dar respuesta realista a las necesidades y preocupaciones del día a día.

Mensaje: brindar igualdad de oportunidades para todos, de ahí que sus precios sean asequibles a la mayoría.

Trabajo de Grado
Basado en el diplomado Alta gerencia en marketing
Elizabeth Osorio Trujillo
Kevin Saldarriaga Mejía
Instituto Técnico Nacional de Comercio Simón Rodríguez

Descripción: somos realistas, empáticos y sencillos de entender. Son como el buen ciudadano o el buen vecino siempre amable y colaborativo.

Estrategia: basados en la empatía, en el realismo, la igualdad. El sentido común y la confianza.

Colores predominantes: Azul, Amarillo y Rojo.

