

ENPRESAREN DATUAK

Asebrok 2000 SL enpresa Bilbon kokatuta dago, eta 6 langile eta 3 bazkide ditu. Aseguru-artekaritzako enpresa bat da, eta 25 urte baino gehiago daramatza Espainian pertsoneri eta enpresei soluzio integralak eta berritzaileak ematen. Horretarako, aseguru-soluzioen aukera zabala, estaldurarik onenak eta enpresa esportatzaileentzako nazioarteko aseguru-programen diseinua eskaintzen ditu.

ASEBROK

Asebrok 2000 SL

6 langile

Aseguru-agenteen eta aseguru-artekarien jardueran diharduen enpresa.

Bilbo

BEHARRA

Asebrok enpresak, alde batetik, aseguru-etxe multinazional handiek bultzatu duten prezio-murrizketaren kulturari aurre egitera bideratutako merkataritza-estrategia bat zehazteko beharra identifikatu du, eta, bestetik, enpresak eskaintzen duen balio-ekarpena eta ar-

ta pertsonalizatua estimatzen duten merkatu ertaineko enpresak erakartzeko beharra.

Enpresak bere merkataritza-estrategia berriz zehazteko eta bere bezero potentzialak deskribatzeko eskatu du, aseguru-etxe multinazionalekin lehiatu ahal izateko.

SOLUZIOA

Ilido horretan, aholkularitza-enpresak planteatu du Asebrok enpresarentzat merkataritza-plan berri bat zehaztu eta garatzea. Plan horretan, enpresaren bezero potentzial berrien definizioa eta egungo bezeroen segmentazioa egingo da.

Aholkularitza-enpresak, zehazki, enpresaren egungo zerbitzuen portfoliori, enpresak bezero-segmentu bakoitzari eskaintzen dion balioari

eta eskaintako zerbitzu bakoitzarekin sortutako marjinari buruzko gogoeta egitea proposatu du. Halaber, bezero mota bakoitzaren kokapen estrategikoari eta errentagarritasunari buruzko azterketa bat egitea planteatu du, enpresarentzat interesik handiena duten bezeroak identifikatzeko.

Aholkularitza-enpresak enpresarentzako merkataritza-plan berri bat garatzea planteatu du, bezero potentzial berriak identifikatzeko eta Asebroken zerbitzu bakoitzak eskaintzen duen balioa ezagutzeko.

PROIEKTUAREN HELBURUAK ETA JARDUERA NAGUSIAK

Proiektuaren helburu nagusiak dira Asebrok enpresari bezero potentzial berriak identifikatu, lehenetsi eta erakartzeko beharko dituen tresnak ematea eta enpresaren egungo bezeroak segmentatu eta lehenesteko euskarria ematea. Ilido horretan, honako jarduera hauek egin dira proiektuaren barruan:

- Xede-bezeroaren segmentua zehaztea, enpresarekiko workshop baten bidez.

- Asebrok enpresaren bezero potentzial berriak bilatu, identifikatu eta lehenestea.
- Enpresaren lehiakide potentzialak identifikatu eta aztertzea.
- Merkataritza-plana garatzea eta merkataritza-helburuei eta egin daitezkeen merkataritza-ekintzei buruzko gogoeta egitea.

GAUZATZEAN IKUSITAKO OZTOPOAK ETA OZTOPO HORIEK GAINDITZEKO MODUA

Proiektua gauzatzean sortutako oztopoei dagokienez, aholkularitza-enpresa batekin lan egiteko aukeraren aurrean eszeptiko agertu zen enpresa hasieran. Gainera, proiektua egiteak lan handia zekarren enpresarentzat, eta horrek zaildu egiten zuen ohiko jarduerekin eta

zereginekin jarraitzea. Hala ere, aholkularitza-enpresak eskaintako prestasuna eta hurbiltasuna baliagarriak izan ziren enpresa animatzeko. Azkenik, oso pozik geratu ziren lortutako emaitzekin, eta soluzioa inplementatzeko fasean sartuta daude bete-betean.

Asebrok enpresak adierazi duenez, aholkularitza-enpresak egin duen bezero-segmentazioari esker bere bezero-zorria zer egoeratan dagoen jakin ahal izan du, eta baliorik handiena ematen dioten bezeroak lehenetsi eta fidelizatu ahal izan ditu.

EMAITZAK ETA IKASBIDEAK

Proiektuaren esparruan, honako helburu hauek lortu dira:

- Asebrok enpresaren bezeroen segmentazio objektiboa egitea, honako alderdi hauen arabera: fakturazio-bolumena, marjina eta balio estrategikoa, bezeroari dagokion profila eta bezeroaren potentziala.
- Asebrok enpresaren egungo bezero guztiak honako kategoria hauetan segmentatzea: platinoa, urrea, zilarra eta brontzea.
- Euskadin, Nafarroan eta Kantabrian 5.000 bezero potentzial baino gehiago identifikatzea, baita bertako lehiakideak ere.
- Eraginkortasun- eta efizientzia-irizpideetan oinarrituta, bezero-segmentu bakoitzean bezeroak erakarri eta fidelizatzeko garatu beharreko merkataritza-protokoloak eta merkataritza-ekintzak zehaztea.

	SEGMENTACION DE CLIENTE PARTICULAR			
	POLIZAS	PRIMAS	COMISIONES	Nº DE SINIESTROS
PLATINO	6	6000	1500	0
ORO	4	3000	750	1
PLATA	3	1500	300	2
BRONCE	1	500	100	3
NUEVO				

MAXIMA puntuación	2,5	2	4,5	1
-------------------	-----	---	-----	---

PESO DEL SEGMENTO	25%	20%	45%	10%
-------------------	-----	-----	-----	-----

	SEGMENTACION DE CLIENTE EMPRESAS ASEBROK			
	POLIZAS	PRIMAS	COMISIONES	Nº DE SINIESTROS
PLATINO	5	6000	3000	0
ORO	4	4000	1000	1
PLATA	3	2500	500	2
BRONCE	1	1000	250	3
NUEVO				

MAXIMA puntuación	2,5	2	4,5	1
-------------------	-----	---	-----	---

PESO DEL SEGMENTO	25%	20%	45%	10%
-------------------	-----	-----	-----	-----

	POLIZAS	PRIMAS	COMISIONES	Nº DE SINIESTROS	TOTAL
PLATINO	2,5	2	4,5	1	10
ORO	2	1,5	3,5	1	8
PLATA	1,5	1	2,5	0,5	5,5
BRONCE	0,5	0,5	1	0,5	2,5
NUEVO					

base 10
10

	POLIZAS	PRIMAS	COMISIONES	Nº DE SINIESTROS	TOTAL
PLATINO	2,5	2	4,5	1	10
ORO	2	1,5	3,5	1	8
PLATA	1,5	1	2,5	0,5	5,5
BRONCE	0,5	0,5	1	0,5	2,5
NUEVO					

base 10
10



Aholkularitza-enpresak egindako lanari esker, enpresak bezero potentzial berri asko identifikatu ditu. Gainera, erakartzeko hainbat jardueraren bidez, enpresaren bezero-zorria nabarmen handitu ahal izango da.