

CO-CREANDO
EVOLUCIÓN



Categoría 19

Relaciones con los consumidores

Capítulo Pyme

Caso Eikon Córdoba:

Viajes de pesca de Grupo Agroempresa



Departamento/área que desarrolló el plan:

Marketing

Personas responsables:

Ana Schuster – Paola Barrio – Angelo Pedano
– Agustín Arrieta

Descripción conceptual sintética

Durante el 2022 y 2023, desde Grupo Agroempresa se desarrollaron viajes de pesca al río Paraná, con el objetivo de acrecentar la fidelización de clientes mediante una estrategia de marketing de relacionamiento.

Descripción del caso:

Viajes de Pesca de Grupo Agroempresa

El espíritu de los viajes de pesca se centró en la fidelización de clientes, invitándolos a formar parte de una acción que los acerque al Grupo, generando un espacio diferente que permita reforzar el vínculo asesor comercial/empresa/cliente.

Introducción

Grupo Agroempresa es una empresa familiar, nacida en Jesús María, Provincia de Córdoba, dedicada a la producción y comercialización de insumos y servicios agropecuarios, con 40 años de trayectoria en el mercado. Actualmente abarca toda la cadena productiva del rubro agropecuario, desde la siembra hasta la cosecha; como así también la comercialización de granos. Sumándose además, como concesionario oficial de maquinarias CASE IH, ofreciéndole al productor todo lo que necesita para su labor en el campo, desarrollando su actividad en 14 sucursales ubicadas en el centro y norte del país. El foco de Grupo Agroempresa está puesto en la meta, las lecturas oportunas del mercado y el compromiso con sus clientes.

Entendemos el marketing como un conjunto de técnicas y acciones que busca crear, comunicar y entregar valor a los clientes, orientando las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización.

En el 2021 nos hemos planteado como objetivo a corto plazo, profundizar las relaciones con nuestros clientes; saber cuáles son sus expectativas de compra y las necesidades que buscan cubrir. En este sentido llevamos a cabo una gran investigación cualitativa con focus-group de clientes en cada una de las áreas de influencia de nuestras sucursales. Este trabajo nos permitió identificar oportunidades para implementar acciones que incrementen el valor percibido de nuestros clientes. Producto de los focus-group, se detectó la necesidad de reforzar las relaciones con nuestros clientes, sobre todo el área comercial porque apuntamos a una venta relacional y no transaccional.

Es así que surge la idea de gestionar viajes de pesca con nuestros clientes durante el 2022; plan que repetimos en el 2023: una actividad de recreación que se encuentra dentro de las más elegidas por el productor agropecuario.

Propuesta/enunciado de campaña

En Grupo Agroempresa todas las estrategias de marketing tienen como meta principal la fidelización; por esto apuntamos a incrementar la confianza de los clientes en nuestra empresa para que repitan de forma habitual la experiencia de compra. En tal sentido, se trabajó a los viajes de pesca como un puente para identificar áreas de mejora, facilitar las transacciones, acercarnos al productor, entre otros objetivos. La meta final es identificar las expectativas de los clientes para achicar la brecha entre sus intereses y la realidad.

La campaña se planificó para llevarse a cabo entre los meses de Marzo y Junio, ya que no interfería con fechas de siembra o cosecha. Fly Fishing Why Not, el proveedor elegido para la

acción, acredita una amplia experiencia como guía de pesca para grupos empresariales y, a su vez, cuenta con la capacidad y disponibilidad para gestionar 14 viajes de 9 personas cada uno (Planificamos un viaje para cada una de nuestras sucursales, más un viaje para la unidad de negocio Aktiv Coadyuvantes).

Al tratarse de una actividad amigable con el ambiente, sólo se desarrolló pesca deportiva con devolución al medio natural. La activación fue una oportunidad de relacionamiento y networking con los públicos con los que la compañía mantiene un vínculo durante todo el año. Estamos hablando de clientes, asesores comerciales y proveedores de Grupo Agroempresa. Así se volvió vital generar una relación armoniosa en los viajes de pesca entre estos tres players, en donde cada uno pierde protagonismo y se vuelve un círculo virtuoso de relacionamiento comercial.

El gran desafío fue impactar al cliente dentro de una acción que conllevó varios días. Crear algo lo suficientemente atractivo para que el cliente se acerque a vivir la experiencia de la pesca propuesta por la marca, compartiendo nuestros valores y afianzando vínculos.

Desarrollo/ejecución del plan

Para llevar a cabo esta acción, se organizó cada viaje de pesca con una duración de 3 días y 2 noches. Los clientes viajaron desde cada sucursal junto al asesor técnico, compartiendo la experiencia de pesca de principio a fin.

Se gestionó toda la contratación de proveedores (cabañas, guías de pesca, etc.).

Se diseñó un logo para darle identidad a la acción y se usó el slogan "Sumate a la aventura y diversión".

Se pensaron acciones de comunicación distintas con los 3 públicos detallados:

Asesores comerciales: se los incluyó desde el minuto cero como partícipes. Son los embajadores de Grupo Agroempresa acompañando a clientes y proveedores en los viajes. Seleccionaron clientes para lograr la fidelización y desde el área de marketing los asesoramos para la invitación, lo cual fue vital a la hora de hacer las convocatorias.

Si bien la empresa es consciente de que se prioriza al cliente externo, se trabajó también en el fortalecimiento de la relación con los colaboradores, ya que si ellos no validan lo que se pretende lograr, es muy difícil sostener el éxito comercial.

Clientes: buscamos que se sumen a los viajes como una gran oportunidad de mejorar la experiencia de compra, y acercarlos a los asesores comerciales. Se diseñaron acciones de mensajería a la hora de invitar, como así también flyers. Ya durante el viaje se entregaron gorras con el logo del grupo, y se decoraron las cabañas con banners y banderas para darle un tinte más institucional. Se compartieron historias en Redes Sociales, y se armaron grupos de Whatsapp para coordinar cada viaje. A su vez, luego del viaje se regaló una foto grupal impresa y en el 2023 se filmó un video retratando la experiencia de uno de los viajes. (Disponible en el Anexo I).

Proveedores: Invitamos a proveedores de trayectoria a sumarse como sponsors de los viajes. Por un lado esta estrategia permitió eficientizar la estructura de costos, disminuyéndola. Y por el otro, fue una oportunidad para que nuestros proveedores conozcan y se acerquen a nuestros clientes. Les ofrecimos un paquete publicitario que incluía: logo en la invitación, ploteo de las lanchas, decoración en las cabañas y un lugar disponible para que alguien asista al viaje. (También se puede ver en el Anexo I).

Esto involucró a más de 100 personas en total por año (2022/23), para disfrutar y vivir la experiencia de la pesca que, volvió trascendente la tridimensionalidad de estos vínculos (cliente/proveedor/empresa).

Resultados y evaluación

RESULTADOS CUALITATIVOS

- Se logró posicionar a la marca en una acción donde participaron más de 150 clientes de las 14 sucursales y conectar desde una mayor cercanía.
- Se fortaleció la relación entre cliente/asesor comercial y entre la empresa/proveedor, más allá del vínculo netamente comercial.
- Las encuestas de satisfacción post viaje, dieron un resultado promedio de 4,5 estrellas sobre 5 posibles.
- Merced al éxito de esta acción durante el 2022, fue repetida en el 2023.

RESULTADOS CUANTITATIVOS

- Se convocaron a 4 proveedores que patrocinaron 8 viajes durante los años 2022/23.
 - Todos los clientes que asistieron a los viajes de pesca 2022 incrementaron sus volúmenes de compra en un 40% promedio respecto al 2021.
- Al momento de presentar este caso, se están analizando los resultados de venta de los clientes que viajaron en el 2023.

Gracias

CO-CREANDO
EVOLUCIÓN



www.grupoagroempresa.com.ar