

A surreal landscape of orange sand dunes under a purple sky. The dunes are marked with large, dark, swirling patterns that resemble question marks or abstract shapes. A dashed line leads from the foreground into the distance. The overall scene is mysterious and evokes a sense of uncertainty or a path that is not clearly defined.

# Inteligencia de Mercado

**¿Qué mensaje comunicamos ?**

**¿Cómo voy a administrar mi marca?**

**¿Cómo me ven los potenciales clientes?**

**¿Cómo crecer?**

**¿Cómo están segmentados los clientes?**

**¿Qué servicios asociados a mi producto voy a ofrecer?**

**¿Cuál es el mejor canal de distribución?**

**¿Cuál va a ser el precio?**

**¿Cuáles fueron los resultados de la publicidad?**

**¿Por qué se cambian de marca los consumidores ?**

**¿Cómo mejorar el nivel de satisfacción de nuestros clientes?**

**... etc, etc, etc**



## •Visión

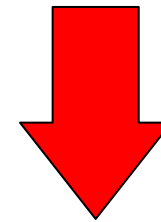
Ser el nexo formal entre el banco y el medio, transformándose en una fuente de información objetiva y periódica para ayudar en el proceso de toma de decisiones.

## •Eventos críticos

- Definir y comunicar el **proceso** para satisfacer la demanda interna de información.
- Desarrollar un proceso de **briefing** para solicitudes de estudio con objetivos claros y medibles.
- **Generar la estructura** para tener la información externa.
- Definir un grupo de **proveedores** y **socios estratégicos** para contar con una marco acuerdo para estudios base y adhoc.
- Establecer la **“necesidad” de discusión** sobre el objetivo, alcance y resultados.
- Definir **acciones** a tomar con los resultados
- Montar y administrar una **"biblioteca"** de información de mercado.
- **Distribuir la información** a diferentes niveles de la organización
- **Medir resultados** para evaluar y desarrollar modelos predictivos.



Inteligencia de Mercado **ES** el resultado de un trabajo permanente y conjunto. Su objetivo es entregar herramientas que permitan abrir los ojos y mirar lo que pasa en el mercado



Entendimiento de las variables que afectan el comportamiento del Cliente

**Canales**  
(sucursales, web, teléfono, etc)

**Estudios Contínuos**

**Estudios Adhoc**

**Contacto Directo clientes**

**Personal en contacto  
con clientes**

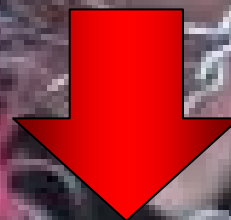
**Inteligencia  
Mercado**

**Conocimiento  
cliente**

**Información de negocio**

**Registro e historial clientes**

**Lo que “de verdad” hacen**



**Marketing**

**Insights**

## *¿ Por qué es importante?*

- *La experiencia del cliente es multiproducto*
- *La vinculación del cliente es con LA EMPRESA y no con el producto*
- *Mirada de producto NO es suficiente*

# Cambio de Foco

- Producto
- Características técnicas
- Mirada Interna
- Trabajo Disjunto
- Cliente / Consumidor
- Deseos, necesidades, intereses
- Mirada Externa
- Trabajo Conjunto  
Colaboración

Product Manager

Insightful Manager

## *¿ Para qué sirve?*

- *Nos ayudan a descubrir oportunidades de mercado únicas, para :*
  - *Diferenciarnos*
  - *Crear valor para el cliente*
  - *Innovación*
  - *Generar ventajas sobre competidores*

*....crear marcas fuertes*

**SEGURO**  
**ya**  
El primer seguro instantáneo



**AREAS DE ESTUDIO**

**I**  
**Cías de Seguros**

**II**  
**Retail**

**III**  
**Bancos**

**IV**  
**Personas**

**Competencia**  
Qué ofrecen  
Tipos de seguros  
Sucursales  
Fza de Venta  
Tarifas

**Potenciales Clientes**  
Qué necesitan  
Variables claves  
Reuniones con Fza ven.

**Ex – Clientes**  
Por qué abandonan

**Clínicas**  
Seguros específicos  
Convenios

**Tipos de estudios y análisis**

**Estudio Base de Seguros**  
Imagen y posicionamiento  
Exploratorio vivencial con la categoría  
Calidad de servicio  
Evaluación de Concepto  
Pre test publicitario

**Tipos de estudios y análisis**

**Estudio Base de Seguros**  
Imagen y posicionamiento  
Exploratorio vivencial con la categoría  
Calidad de servicio  
Evaluación de Concepto  
Pre test publicitario

**Concepto Seguridad**

**Tipología – Segmentos**

**Propensión a la Contratación**

**Tipos de Seguros Preferidos**

**Comunicación**

**Análisis**

# Oportunidad

## Transformar la “contratación” en “compra”

### Cómo?

- Venta simple que incite la prueba, la compra y la recompra
- Sin contratos predefinidos
- Disminución de barreras de ingreso a la industria, bajo costo de prueba
- Llevar los seguros al entorno habitual de compra: “terreno conocido”
- Sin vendedores, sin presiones





**seguro**  
**ya**  
El primer Seguro instantáneo



# Desafío

Cambiar la forma de  
vender Seguros en  
Chile

- Sin trámites
- Sin papeleos
- Sin demoras
- Sin cuota mensual

# Concepto Seguro Ya

- Percepción de “estar pagando por algo que no uso”
- Desarrollar un producto de bajo costo, que se pague una vez y que no amarre a las personas a un contrato.

# ¿En qué consiste?

- Seguro Ya!
  - Es un seguro simple
  - Sin contratos
  - Se puede comprar en lugares habituales de consumo: farmacias, ferreterías, supermercados, estaciones de servicio, etc.
  - A un precio que rompe la barrera de la prueba.
  - Se compra una sola vez, con recompras sucesivas según necesidad



 mire

 enfoque

 tome

 compre

 llame al 600 6000 292

**seguro**  
**ya**  
El primer Seguro instantáneo

# Lanzamiento



- Lanzar el Producto con una Campaña que utilizando la sorpresa y el humor se distancie de los códigos comunicacionales de seguros y enfatice el concepto de facilidad e inmediatez.

***“Banca Empresarios”  
2006***



# 1. Objetivos Bci

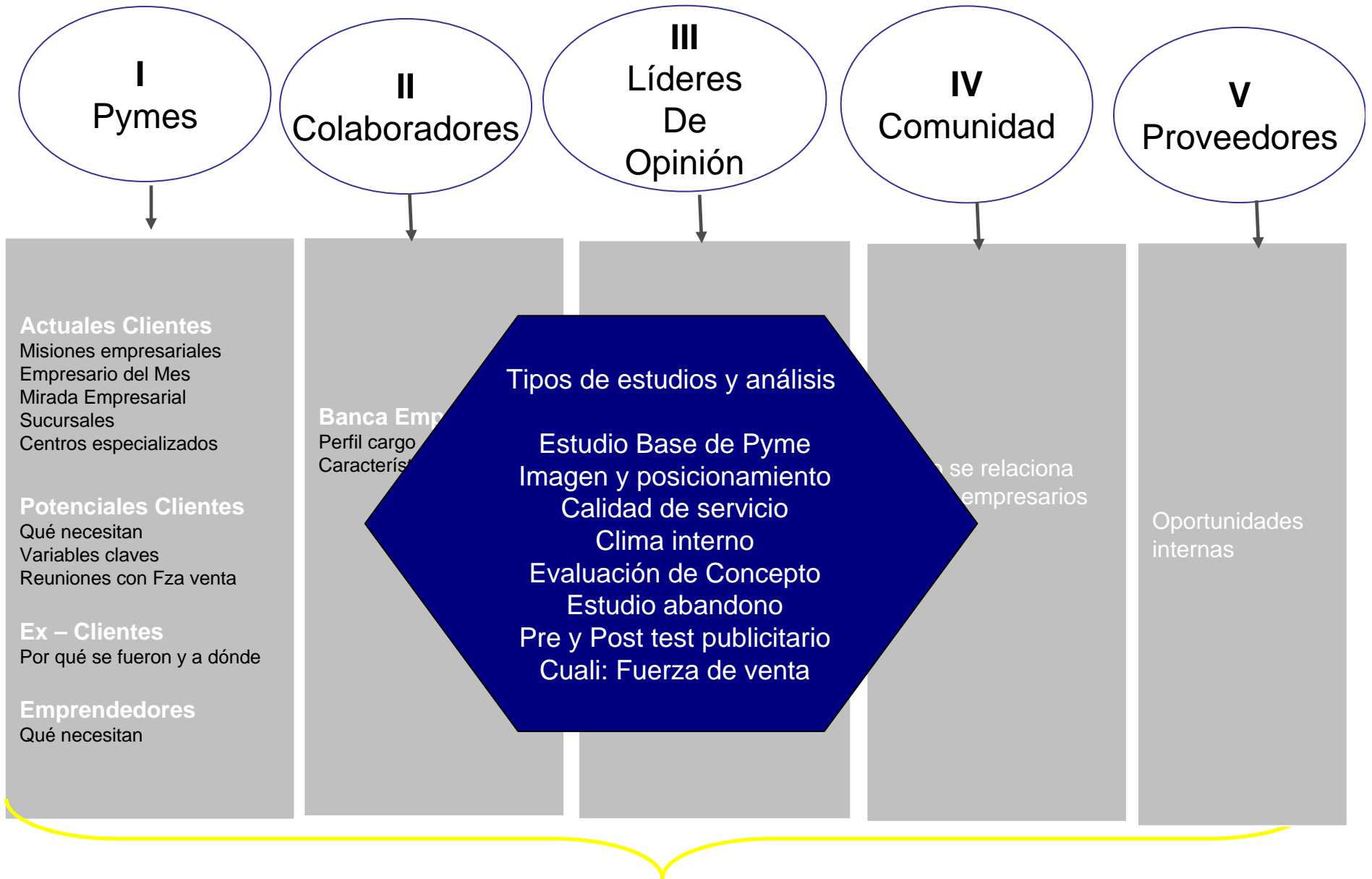
- Ser el banco líder en PYMES
- Proyectar una imagen renovada, potente, innovadora y comprometidas con las necesidades de las PYMES, en todas sus etapas de gestión.
- Convertirse en un referente del mercado en temas financieros y de servicios relacionados con las Pymes.
  - Las Pymes son una fuente importante del desarrollo del país.  
Responsabilidad Social Empresarial.
  - El tema Pyme es un contenido clave de la agenda de gobierno para los próximos 4 años.



# 1. Objetivos Bci

- Ser el banco líder en PYMES
- Proyectar una imagen renovada, potente, innovadora y comprometidas con las necesidades de las PYMES, en todas sus etapas de gestión.
- Convertirse en un referente del mercado en temas financieros y de servicios relacionados con las Pymes.
  - Las Pymes son una fuente importante del desarrollo del país. Responsabilidad Social Empresarial.
  - El tema Pyme es un contenido clave de la agenda de gobierno para los próximos 4 años.

# AREAS DE ESTUDIO



**Análisis**

## 2. Posición de Marca

Que nos vean como el Banco que conoce, entiende, apoya y ayuda a las Pymes.

**Posición de la Marca**

**Hoy los apoyamos, haciéndoles la vida más fácil**

**Objetivo de la marca**

**Nos vean como un verdadero Socio, comprometiéndose con sus necesidades**

# 3. Conociendo al cliente

## Perfil Grupo Objetivo

- Todos coinciden en pensar que **los bancos “ofrecen un paraguas cuando sale el sol y lo quitan cuando llueve”**, aludiendo al hecho de que los bancos sólo se interesarían en ellos cuando están bien y no cuando de verdad necesitarían apoyo, es decir en los momentos difíciles.

## Motivación del Grupo Objetivo

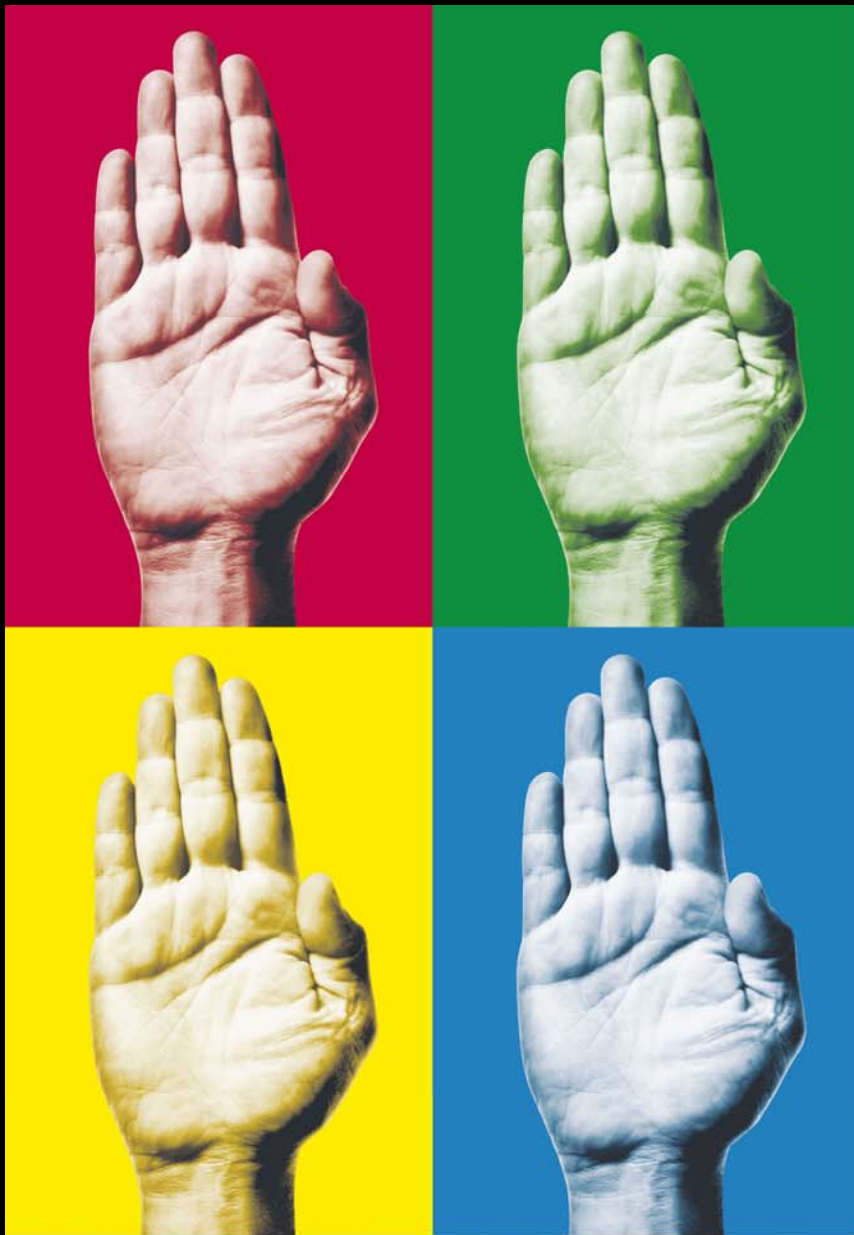
- Acceso a créditos (financiamiento)
- Agilidad frente a sus requerimientos
- Interés por atender sus requerimientos
- Capacidad de asesorarlos en forma efectiva

## Necesidades concretas

- De información
- Capital de trabajo
- Exposición en los círculos relacionados con su área de desempeño
- Productos y servicios especializados para cada Pyme
- Redes de apoyo y contacto

A man in a yellow shirt is balancing on a tightrope stretched across a valley. He has his arms raised for balance. The background shows a lush green valley with mountains in the distance under a clear blue sky.

Insight:  
**Falta  
Compromiso**



- Dar apoyo permanente y completo a las Pymes.
- Tener centros de atención exclusiva y ejecutivos especializados.
- Creer en los que comienzan.
- Dar una segunda oportunidad a quienes lo necesitan.

# SI, JURO

Es el compromiso de **Bci Banca Empresarios** con las Pymes.

**¡Eso es compromiso!**



Cámbiate al Bci

Compruébalo: 5404750 [www.bci.cl/empresarios](http://www.bci.cl/empresarios)



INFORMESE SOBRE LA GARANTIA ESTATAL DE LOS DEPOSITOS EN SU BANCO O EN [WWW.ISBF.CL](http://WWW.ISBF.CL)

“ Damos una Segunda Oportunidad”

- Dar apoyo financiero y de gestión a aquellos empresarios Pyme que necesitan **reincorporarse al sistema financiero** después de haber tenido dificultades en el desarrollo de su negocio.
- Fondo Rotativo \$ 10.000 MM.
- Participan más de **120 ejecutivos de la Banca Empresarios** como Voluntarios
- Además, para entregar evaluación y apoyar en la gestión a los clientes se realizó una **Alianza Estratégica con Fundes.**

# NUEVO PROGRAMA RENACE



# SI, JURO

## APOYARTE EN LAS BUENAS Y EN LAS MALAS

Es el compromiso de **Bci Banca Empresarios** con los clientes que necesitan una segunda oportunidad.

- Como parte del Plan de Responsabilidad Social de Bci se considera la creación de un fondo rotativo de \$10.000 millones, destinados a brindar apoyo financiero y asesoría a aquellos empresarios - clientes o ex clientes Bci - que necesitan reincorporarse al sistema financiero, después de haber tenido dificultades en el desarrollo de su negocio.
- Considera créditos para capital de trabajo, financiamiento para inversión y reprogramación de deudas con Bci.
- Incorpora un plan de voluntariado corporativo, a través del cual ejecutivos Bci especialistas en Pyme, patrocinarán y asesorarán a los empresarios que participen en el Programa.
- La alianza con Fundes permitirá realizar diagnóstico y consultoría de gestión a los empresarios.



¡Eso es compromiso!

Llámanos y compruébalo **800 20 10 21** [renace@bci.cl](mailto:renace@bci.cl)

Cámbiate al Bci





**APOYARTE  
EN LAS BUENAS  
Y EN LAS MALAS**

**SI, JURO**



**NUEVO PROGRAMA RENACE**

El compromiso de **Bci Banca Empresarios** con los clientes que necesitan una segunda oportunidad.

- Reprogramación de deudas con Bci.
- Créditos para Capital de Trabajo.
- Financiamiento para Inversión.
- Diagnóstico y Asesoría de Gestión.

**¡Eso es compromiso!**

Llámanos y compruébalo

**5405811**

renace@bci.cl

**Cámbiate al Bci**



## “ Te Apoyamos Desde que Comienzas”

- Fondo de \$10.000 millones
- Financiamiento para emprendedores que presentan un Plan de negocios innovador

# NUEVO PROGRAMA NACE



## SI, JURO

### CREER EN LOS QUE COMIENZAN

- Si eres un emprendedor
- Si tienes una idea innovadora
- Si tienes un plan de negocios
- Si necesitas financiamiento



Es el compromiso de Bci con las Pymes

¡ACERCATE, TE ESTAMOS ESPERANDO!

Llámanos y compruébalo **800 20 10 21** [nace@bci.cl](mailto:nace@bci.cl) ¡Cámbiate al Bci!

  
somos diferentes

INFORMESE SOBRE LA GARANTIA ESTATAL DE LOS DEPOSITOS EN SU BANCO O EN WWW.SBIF.CL



## Para obtener 20 millones ya no necesitas una tonelada de papeles

PORQUE SABEMOS QUE NECESITAS DINERO PARA TU EMPRESA, DE MANERA RÁPIDA Y SIN PAPELEOS.  
Ven a Bci y obtén un crédito de hasta 20 millones trayendo sólo tu declaración anual de impuestos 2006. Así de simple\*.



Facilitarle la vida a las Pymes

### SI, JURO

Es el compromiso de Bci Banca Empresarios con las Pymes. ¡Compruébalo!

Gratuito al **B C I P Y M E S**  
**600 224 7963**  
[www.bci.cl/empresarios](http://www.bci.cl/empresarios) o en sucursales

**Bci.**  
somosdiferentes

\*Esta promoción se extendió desde el 6 de agosto hasta el 30 de septiembre de 2006, ambas fechas inclusive. Personas jurídicas deben presentar números de rut de los socios. Esta oferta está sujeta a aprobación del Bci y además sólo es válida para empresas con facturación anual acreditada desde UF 2.400. Consulta por los incentivos para el caso que te hagas cliente en el Bci.

INFORMACIÓN SOBRE LA GARANTÍA DE LOS DEPÓSITOS EN SU BANCO O ENTIDAD FINANCIERA

# 2



## millones Sin papeleos

PORQUE SABEMOS QUE NECESITAS DINERO PARA  
TU EMPRESA, DE MANERA RÁPIDA Y SIN PAPELEOS.

Ven a Bci y obtén un crédito de hasta 20 millones trayendo sólo tu declaración anual de impuestos 2006. Así de simple\*.



Facilitarle la vida a las Pymes

### SI, JURO

Es el compromiso de Bci Banca Empresarios con las Pymes. ¡Compruébalo!

Gratuito al **B C I P Y M E S**  
**600 224 7963**  
[www.bci.cl/empresarios](http://www.bci.cl/empresarios) o en sucursales

**Bci.**  
somosdiferentes

\*Esta promoción se extendió desde el 6 de agosto hasta el 30 de septiembre de 2006, ambas fechas inclusive. Personas jurídicas deben presentar números de rut de los socios. Esta oferta está sujeta a aprobación del Bci y además sólo es válida para empresas con facturación anual acreditada desde UF 2.400. Consulta por los incentivos para el caso que te hagas cliente en el Bci.

INFORMACIÓN SOBRE LA GARANTÍA DE LOS DEPÓSITOS EN SU BANCO O ENTIDAD FINANCIERA

Porque juramos  
facilitarle la vida a las Pymes



## Nueva Tarjeta de Crédito

### Bci Empresarial

La única hecha a la medida de las Pymes

- Las mejores condiciones de Financiamiento para su empresa.
- Descuentos Especiales para apoyar la actividad empresarial, en más de 350 establecimientos a lo largo del país.
- Catálogo Virtual para facilitar la compra de equipamiento y artículos de oficina.
- Estado de Cuenta con información detallada e independiente para cada tarjeta.

SOLICITALA AL 600 224 79 63 EN [WWW.BCI.CL/EMPRESARIOS](http://WWW.BCI.CL/EMPRESARIOS)  
O EN NUESTRAS SUCURSALES



Comprometidos con el desarrollo de las Pymes

# SI, JURO

La entrega de los servicios, descuentos y calidad de los productos de la división respaldados por la seriedad y responsabilidad de Bci.  
Responsabilidad en internet: Bci garantiza la entrega, calidad de los servicios, así como el pago por la utilización de los servicios.



© 2008 BCI. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. BCI S.A. SUCURSAL DE SANTIAGO DE LOS RIOS 1000. BCI S.A. SUCURSAL DE SANTIAGO DE LOS RIOS 1000. BCI S.A. SUCURSAL DE SANTIAGO DE LOS RIOS 1000.

FIN

