



**PREOCA**

\_Medio ambiente

**El Destino no es  
tan importante ...**

**como la experiencia que  
vives en el camino**



Jorge Serrano ([jserrano@preoca.com](mailto:jserrano@preoca.com))

Fundador y Director Comercial





# Contenido



- ◆ Nuestro propósito
- ◆ Las personas, ellas son nuestros predicadoras
- ◆ Los arquetipos de clientes
- ◆ El Viaje de Experiencia de Cliente
- ◆ El Customer Toolkit (la caja de herramientas)
- ◆ Los resultados
- ◆ Los próximos pasos (mejora continua)

# Mapa de Competencias Actitudinales

VALORES //  
COMPORTAMIENTOS

-revisión anual en las  
charlas de desarrollo-

| ORIENTACIÓN AL CLIENTE                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Antes de la primera visita a un cliente que no conoces, informarte sobre ese cliente (web, noticias, expedientes anteriores, ...). |
| Durante las visitas, mostrar interés en conocer otros aspectos de la actividad del cliente, proceso productivo, ...                |
| Gestionar las oportunidades (para ventas futuras de servicios). Interesarse por el proceso productivo para                         |

|       |      |
|-------|------|
|       |      |
| MEDIO | ALTO |
| ALTO  | ALTO |
| ALTO  | ALTO |



# Briefing semanal

Felicitaciones  
y/o  
Lecciones  
aprendidas





## Comunicación de los resultados

Cada 6 meses hacemos una reunión para valorar conjuntamente los resultados obtenidos. Existen por tanto 2 informes de valoración de la experiencia del cliente (indicadores, encuestas, necesidades y expectativas, planes de acción...)

Validado con personas de PREOCA.  
Validar con clientes TOP10 (reuniones directas).

#### KPI

- Tasa abandono/retención, Tasa aumento cliente de ese PR, Índice de recomendación, Índice de satisfacción, Promedio de tiempo en resolver sus dudas, Porcentajes de OT entregadas fuera de plazo, Margen Bruto anual del cliente, N° de OT al año, N° de PR al año

### Atención/Interés/Deseo

### Compra/Decisión/pedido

### Prestación del Servicio

### Uso/Entrega

### Recurrencia y Promoción

|                                       |                                                                                   |                                  |                                                                                |                                                                     |                                                                                                                                    |  |                                                                                                                 |  |                                                       |                                  |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Sus Pasos, ¿Qué hace? ¿Cómo se mueve? | Web Contactos                                                                     |                                  | Valida un superior                                                             |                                                                     | Reunión o atención directa del Rble de MA                                                                                          |  | PR17 (uso programa)<br>Resto: Espera vencimiento del requisito                                                  |  | Prescribe                                             |                                  |
| Los puntos de contacto                | Nos llama por teléfono o manda Mails                                              |                                  | Oferta Técnica                                                                 |                                                                     | Tfno Mails<br>Certificado Digital (IKS)                                                                                            |  | Requerimiento de renovación del servicio                                                                        |  | Grupo, Sector, Patronal, .....                        |                                  |
| Sus necesidades y Expectativas        | Recibir oferta aunque no hagamos el trabajo (subcontratarlo antes que prescribir) | Alertar de posibles subvenciones | Asegurarse que le aplica el servicio y saber transmitir las bondades de PREOCA | Facturar en el concepto que le permita la subvención, ser flexibles | Atención Inmediata<br>Cumplimiento plazo de entrega<br>No requerimientos<br>Comunicación fluida                                    |  | Que le alertemos de la fecha de vencimiento con antelación. Que le pongamos proveedores (OCA, Laboratorio, ...) |  | Agradecer o hacer ver que nos han llamado de su parte | Alertar de posibles subvenciones |
| Valor aportado, emociones provocadas  | LLave en mano<br>Inmediatez<br>Confianza                                          |                                  | Comercial transmite confianza pero se pierde información por el camino         | Fans de PREOCA                                                      | Personas "majas".<br>No se presupone que viajan.<br>Sienten que el correo se atiende tarde.<br>Siente que no se devuelven llamadas |  | Si me avisan lo valoro mucho, si no me avisan, es culpa suya.                                                   |  | NP                                                    |                                  |
| Punto Crítico/Momento de la Verdad    | Recepción de la oferta (explicaciones)                                            |                                  | Aceptación de la Oferta / Pedido                                               |                                                                     | Vencimiento del plazo de entrega sobre todo si hay requerimiento.                                                                  |  | Vencimiento del plazo para renovar el requisito legal.                                                          |  | NP                                                    |                                  |

## Atención/Interés/Deseo

## Compra/Decisión/pedido

## Prestación del Servicio

## Uso/Entrega

## Recurrencia y Promoción

Puntos de Fricción  
o de Dolor (ditas  
textuales)

ECA no me gusta, hay que ponerle todo en bandeja.  
Los Lunes a la mañana no os llamo

Exclusiones de la oferta  
Malosentendidos  
Tardamos en acusar recibo de pedido.  
Tardamos en contactar para trabajar

Requerimiento administrativo.  
Tardar en descargar una notificación IKS  
No coger el teléfono

Si va a Petronor, olvídate de que me atienda (podría parar en una gasolinera y atenderme).

NP

Sus emociones  
(sin contrastar)



Sus emociones  
(contrastadas)



Amenazas

Pérdida de Cliente  
Pérdida de Persona de Contacto en la empresa

Se inicia el expediente con cierta aspereza.  
Si hay que reconducir la oferta, el cliente anula pedido.

"Quemamos a Director Comercial que atiende a clientes a las tardes".

Incidencias de Proveedores (Alianzas)

Sanción  
Pérdida de Confianza  
Pérdida de Cliente

Un café con PREOCA

Un café con PREOCA

Oportunidades

Canva (voz en las ofertas)  
Reuniones TOP10 (cada 2 meses)

Visitas periódicas de Cortesía  
Mailchimp  
Logearse a Blog PREOCA

Mejorar ISO 9001 (revisión contrato)  
Canva (voz en las ofertas)  
Garantía de servicio en las ofertas

Centralita  
Teléfono de Guardia  
Desarrollo Coaser

Atender en Euskera  
Evaluación de proveedores (alianzas)

Interiorizar Control Operacional IGP  
Desarrollo Coaser  
Ofrecer SAL a Cliente TOP10

Atender en Euskera  
Acceso sin coste a Campus On Line

Trabajar en Dtos por Fidelización / Prospección...

# Nuestras herramientas

Web mas atractiva

Acceso al NAS

Reuniones 10T

Cientes TOP 20 (NNyEE)

Mailchimp

Ramitas

Blog Preoca

Boletín Preoca

Acceso al Campus On Line

Atención en Euskera

Fichas Informativas

Ofertas Canva (sala de grabación)

Un café con PREOCA

Casos Éxito  
(publicaciónRRSS)

Participación en el PE

Carta de Bienvenida

Carta de Despedida

....

Reducción huella  
(carbono y digital)

Alineación ODS  
(comunicación periódica)

Colonias Medioambientales



# Arquetipos de Clientes



**Los tengo felices o quemados....  
pero y ahora ¿que les vendo?**



| Tipo de Cliente | Criterio                 |       |
|-----------------|--------------------------|-------|
|                 | Potencial de Crecimiento | Grupo |
| A               | 4 o 5 puntos             | I     |
| B               | 4 o 5 puntos             | II    |
| C               | 1, 2 o 3 puntos          | I     |
| D               | 1, 2 o 3 puntos          | II    |

*Cómo identificamos las tipologías y arquetipos de clientes actuales y potenciales.* Podemos conformar 2 grupos de clientes, el I y el II; al primero pertenecer los que aportan hasta el 30% del **Margen Bruto** de año anterior, y en el segundo incluimos al resto. Asimismo, valoramos su **potencial de crecimiento** en función de la calificación que otorgamos a los siguientes criterios (1 punto por cada criterio OK):

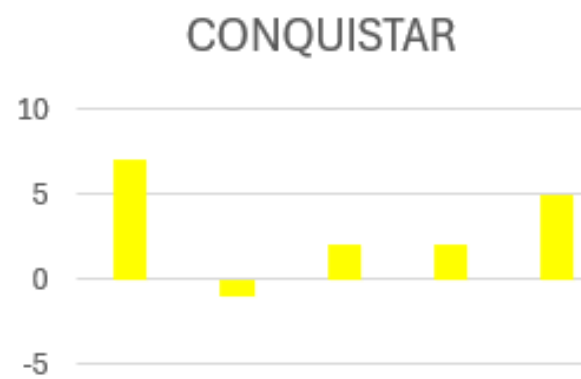
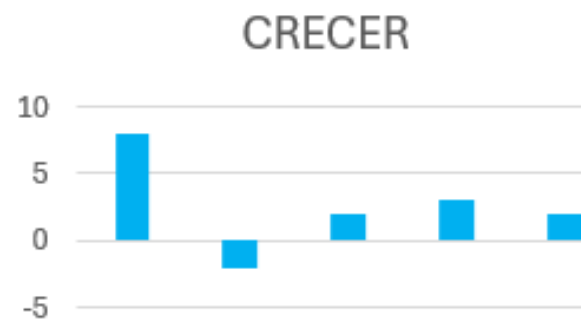
1. Se trata de un cliente prescriptor
2. Dispone de más de un centro de trabajo
3. Forma parte de un grupo empresarial
4. Dispone de instalaciones en las que podemos ofrecer más de un servicio.
5. Nos demanda servicios recurrentes

|             |                      |             | PE_COM           |                               |                          |                      |                         |                  |          | Otras                                       |
|-------------|----------------------|-------------|------------------|-------------------------------|--------------------------|----------------------|-------------------------|------------------|----------|---------------------------------------------|
| Ct. Cliente | Estrategia marketing | Arquetipo   | Contacto Mensual | Explicación Novedades Legista | Ofertar Nuevos Servicios | Visita Instalaciones | Presentación Compañeros | Respetar Tecnico | Alianzas | Otras                                       |
| C           | FIDELIZAR            | ESTRESAD@   | No               | No                            | No                       | Si                   | Si                      | Si               | No       | -                                           |
| A           | CRECER               | ESTRESAD@   | Si               | No                            | Si                       | Si                   | Si                      | Si               | Si       | Presentarles a Tod@s                        |
| B           | CONQUISTAR           | DESALINEAD@ | Si               | Si                            | Si                       | Si                   | Si                      | Si               | Si       | Atención Tfno Guardia                       |
| B           | CONQUISTAR           | MOTIVAD@    | Si               | No                            | No                       | No                   | Si                      | Si               | Si       | -                                           |
| C           | FIDELIZAR            | FANS        | Si               | Si                            | No                       | Si                   | Si                      | Si               | Si       | Apoyarle en reuniones tecnicas con el Grupo |
| C           | FIDELIZAR            | FANS        | Si               | Si                            | Si                       | Si                   | Si                      | Si               | Si       | Justificarle las horas                      |
| C           | FIDELIZAR            | ESTRESAD@   | Si               | No                            | No                       | No                   | Si                      | Si               | Si       | Atención Tfno Guardia                       |

| Viaje de experiencia de cliente |                      |                  |       |                    |             |                         |                       |                    |                         |                    |                  |                    |             |                 |                |              |                     |                 |
|---------------------------------|----------------------|------------------|-------|--------------------|-------------|-------------------------|-----------------------|--------------------|-------------------------|--------------------|------------------|--------------------|-------------|-----------------|----------------|--------------|---------------------|-----------------|
| ESTRESAD@                       |                      | FANS             |       |                    |             | NOVEL                   |                       | MOTIVAD@           |                         |                    | FUGA             |                    |             |                 | DESALINEADO    |              |                     |                 |
| Visita PR100                    | Mails si, llamar no. | Mailchimp y Blog | NNyEE | Un Café con Preoca | Visitas 10T | Acceso a Campus On Line | Imagen y Voz en Canva | Un Café con Preoca | Acceso a Campus On Line | Un Café con Preoca | Mailchimp y Blog | Visitas Periódicas | Visitas 10T | Mails y Llamada | Plan de Acción | Visita PR100 | Fichas de Servicios | Llamar, no mail |
|                                 | X                    |                  | X     |                    | X           |                         | X                     |                    |                         |                    |                  |                    |             |                 |                | X            | X                   |                 |
|                                 | X                    | X                | X     | X                  | X           |                         | X                     |                    |                         |                    |                  | X                  |             |                 |                |              |                     |                 |
| X                               |                      |                  | X     |                    | X           |                         |                       |                    |                         |                    |                  | X                  |             | X               | X              | X            | X                   | X               |
|                                 |                      |                  | X     |                    |             | X                       |                       |                    | X                       | X                  | X                |                    |             | X               |                |              | X                   | X               |
| X                               |                      | X                | X     | X                  | X           |                         | X                     |                    |                         |                    |                  | X                  | X           | X               | X              |              |                     |                 |
| X                               |                      | X                | X     | X                  | X           |                         | X                     | X                  | X                       | X                  |                  | X                  |             | X               |                | X            | X                   | X               |

| Viaje de experiencia de cliente |                    |             |                         |                       |                    |                         |                    |                  |                    |             |                 |                |              | Seguimiento de acciones<br><i>Frases textuales, sensaciones, tono correos.....</i> |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|---------------------------------|--------------------|-------------|-------------------------|-----------------------|--------------------|-------------------------|--------------------|------------------|--------------------|-------------|-----------------|----------------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| FANS                            |                    |             | NOVEL                   |                       |                    | MOTIVAD@                |                    |                  | FUGA               |             |                 |                | DESALINEADO  |                                                                                    |                 | ene | feb | mar | abr | may | jun | jul | ago | sep | oct | nov | dic |
| NNyEE                           | Un Café con Preoca | Visitas 10T | Acceso a Campus On Line | Imagen y Voz en Canva | Un Café con Preoca | Acceso a Campus On Line | Un Café con Preoca | Mailchimp y Blog | Visitas Periódicas | Visitas 10T | Mails y Llamada | Plan de Acción | Visita PR100 | Fichas de Servicios                                                                | Llamar, no mail |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| X                               |                    | X           |                         | X                     |                    |                         |                    |                  |                    |             |                 |                | X            | X                                                                                  |                 |     |     |     |     |     |     |     | .   |     |     |     |     |
| X                               | X                  | X           |                         | X                     |                    |                         |                    |                  | X                  |             |                 |                |              |                                                                                    |                 |     |     |     |     |     |     |     | .   |     |     |     |     |
| X                               |                    | X           |                         |                       |                    |                         |                    |                  | X                  |             | X               | X              | X            | X                                                                                  | X               |     |     |     |     |     |     | .   |     |     |     |     |     |
| X                               |                    |             | X                       |                       |                    | X                       | X                  | X                |                    |             | X               |                |              | X                                                                                  | X               |     |     |     |     |     |     | .   |     |     |     |     |     |
| X                               | X                  | X           |                         | X                     |                    |                         |                    |                  | X                  | X           | X               | X              |              |                                                                                    |                 |     |     |     |     |     |     | .   |     |     |     |     |     |
| X                               | X                  | X           |                         | X                     | X                  | X                       | X                  |                  | X                  |             | X               |                | X            | X                                                                                  | X               |     |     |     |     |     |     | .   |     |     |     |     |     |

|    | G                | H     | I                | J     | K                | L     | M                | N     | U | P | Q | R | S | T | U | V | W |
|----|------------------|-------|------------------|-------|------------------|-------|------------------|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|    | 2021             |       | 2022             |       | 2023             |       | 2024             |       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| or | Facturación o PR | Valor | Facturación o PR | Valor | Facturación o PR | Valor | Facturación o PR | Valor |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 7670             | -1    | 11807            | 1     | 24635            | 1     | 22339            | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 1543             | 1     | 19806            | 1     | 15430            | -1    | 10492            | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 28963            | -1    | 35767            | 1     | 33828            | 0     | 27135            | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 3070             | 1     | 18255            | 1     | 20636            | 1     | 14961            | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 907              | -1    | 8211             | 1     | 20640            | 1     | 31459            | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | No era Cliente   | 0     | 2752             | 1     | 10145            | 1     | 7472             | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 13545            | 1     | 4507             | -1    | 17085            | 1     | 8863             | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 6467             | 1     | 3020             | -1    | 16178            | 1     | 10090            | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 2758             | 1     | 16391            | 1     | 15040            | 0     | 15431            | 0     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 29961            | 1     | 17162            | -1    | 12190            | -1    | 12314            | 0     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | No era Cliente   | 0     | No era Cliente   | 0     | No era Cliente   | 0     | 2414             | 1     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 5937             | 1     | 5431             | 0     | 10396            | 1     | 6933             | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | No era Cliente   | 0     | No era Cliente   | 0     | 3                | 1     | 1                | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 11567            | 1     | 7986             | -1    | 12059            | 1     | 8202             | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 1881             | 0     | 3054             | 1     | 8597             | 1     | 8202             | 0     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 5166             | 1     | 4912             | 0     | 8116             | 1     | 6758             | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | No era Cliente   | 0     | No era Cliente   | 0     | 5                | 1     | 6                | 1     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 4440             | 1     | 10351            | 1     | 7935             | -1    | 14871            | 1     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | 3661             | -1    | 6983             | 1     | 7531             | 1     | 4395             | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | No era Cliente   | 0     | No era Cliente   | 0     | No era Cliente   | 0     | 2100             | 1     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    |                  | 3     |                  | 2     |                  | 3     |                  | -4    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    |                  | 2     |                  | 2     |                  | 5     |                  | -4    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    |                  | 0     |                  | 0     |                  | 3     |                  | -1    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    |                  | 0     |                  | 0     |                  | 0     |                  | 0     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |



\* Pasa a ser grupo empresarial

\* 2022 meten Ingeniero en Plantilla

\* Riesgo fuga

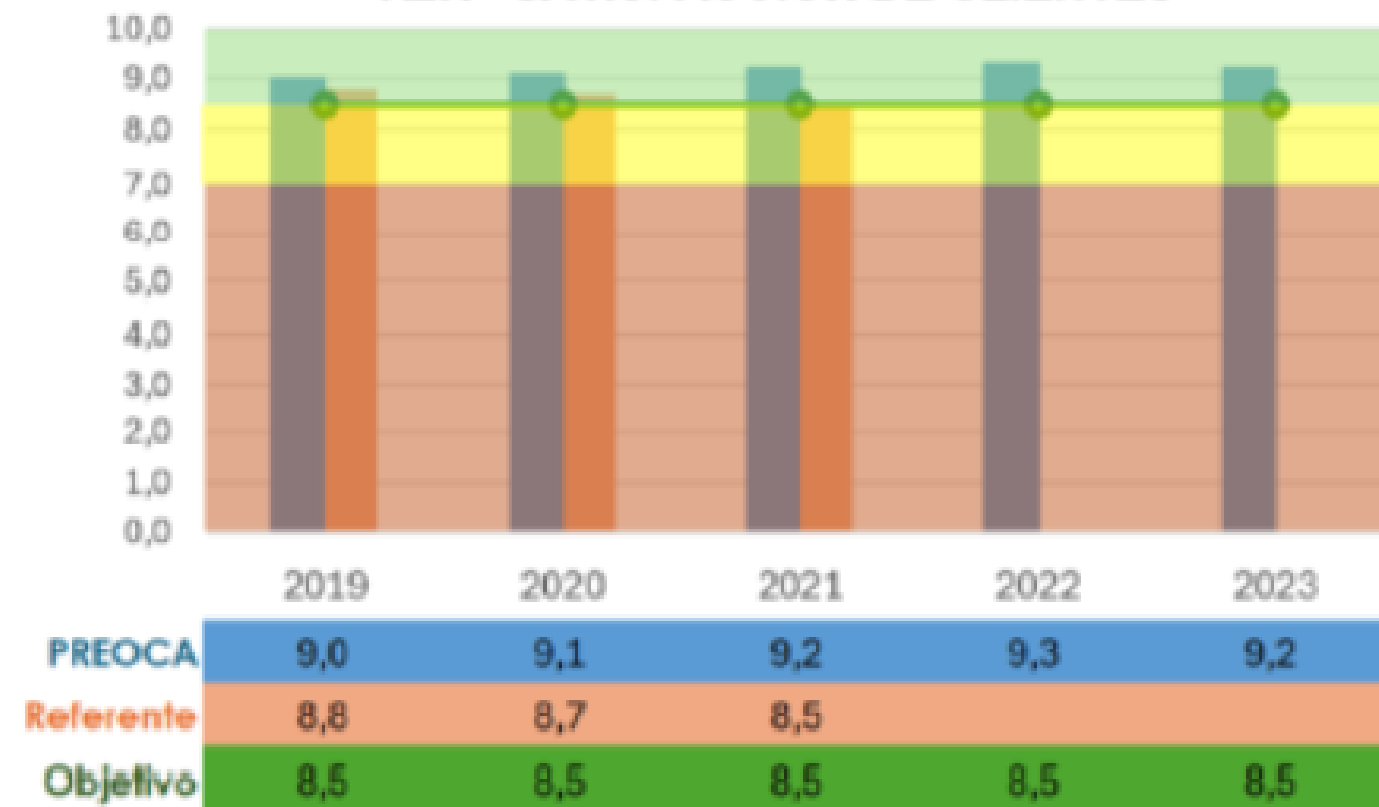
\* Abre un nuevo CT

\* Dependen de partidas

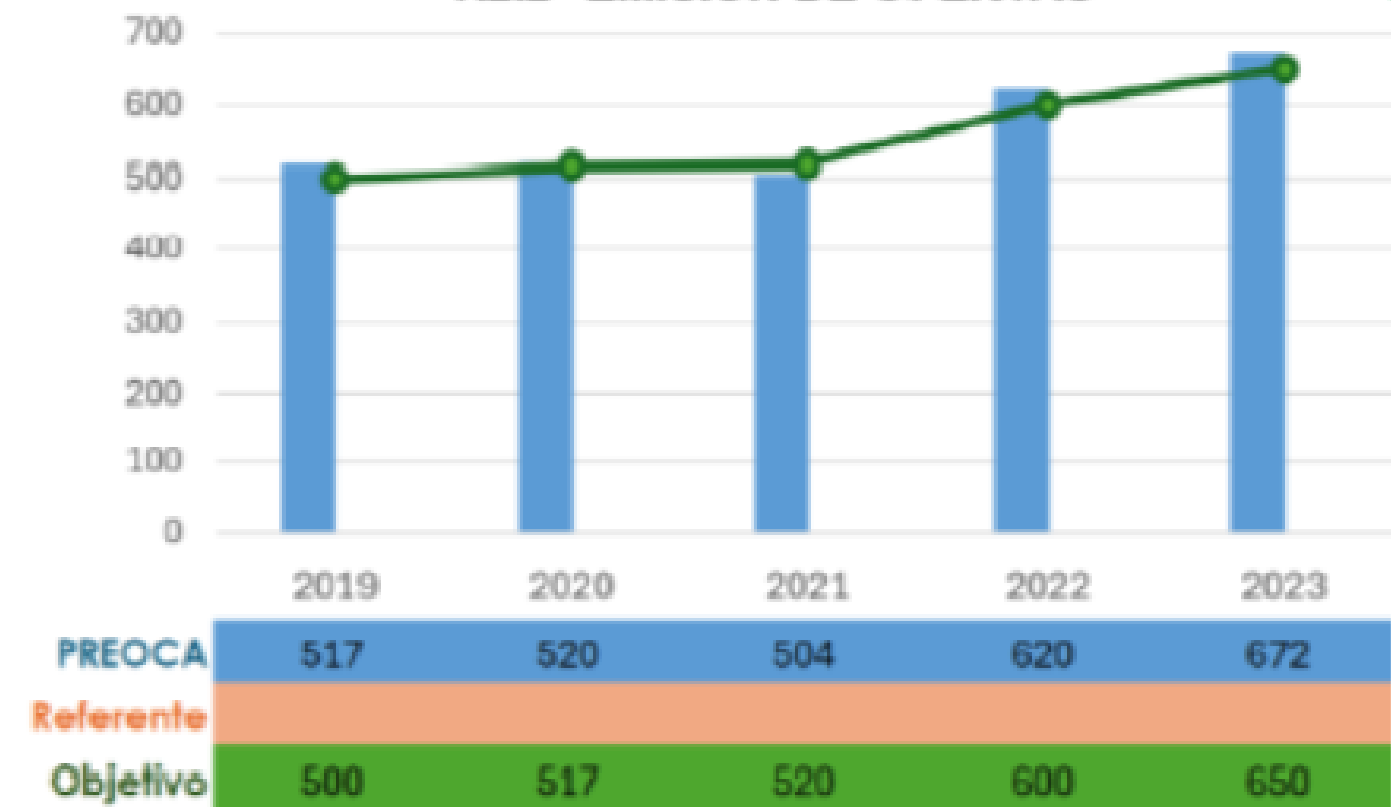
|  | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|------|------|------|------|------|------|
|  | 7    | -1   | 3    | 2    | 3    | -6   |
|  | 7    | -1   | 2    | 2    | 5    | -4   |
|  | 0    | 0    | 0    | 0    | 3    | -1   |
|  | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |

## R2. RESULTADOS EN CLIENTES

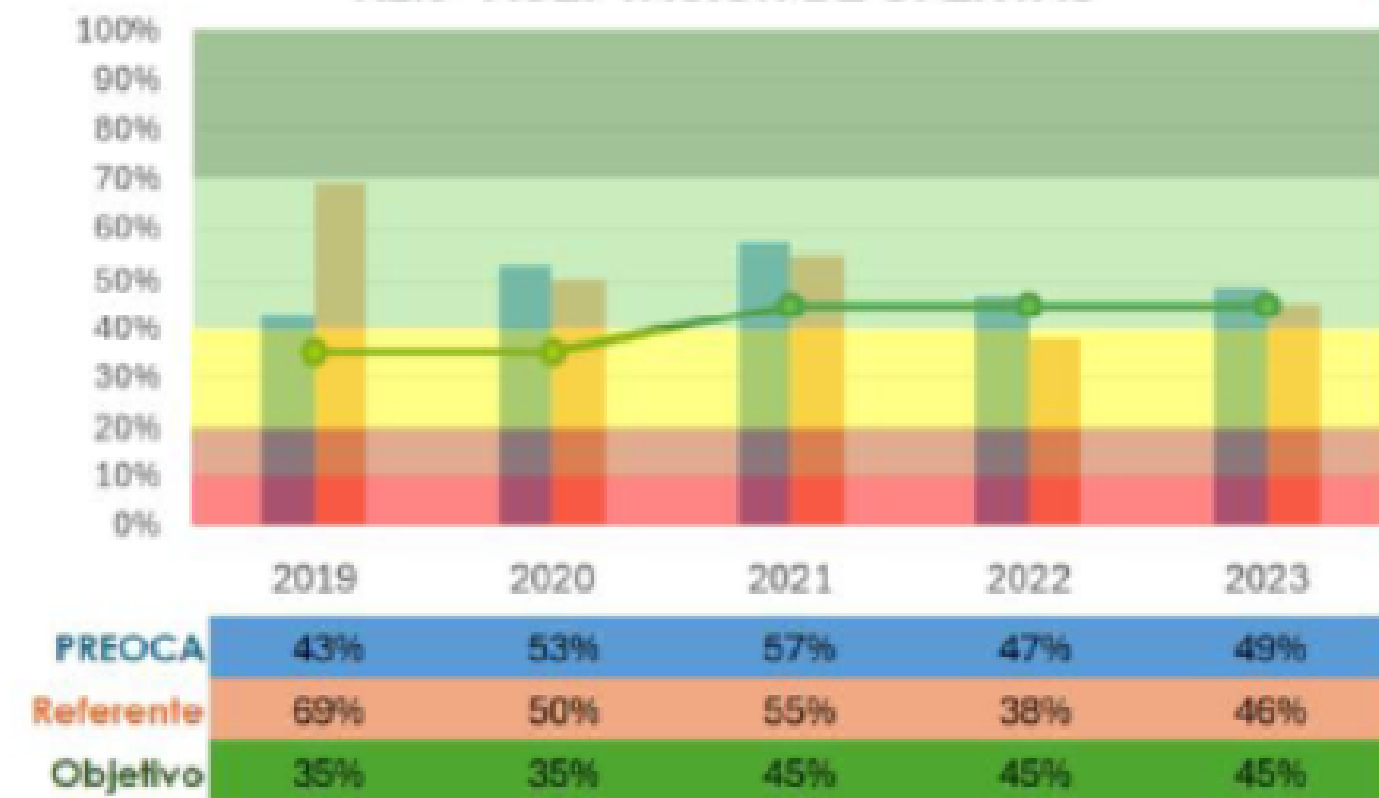
### R2.1 "SATISFACCIÓN DE CLIENTES"



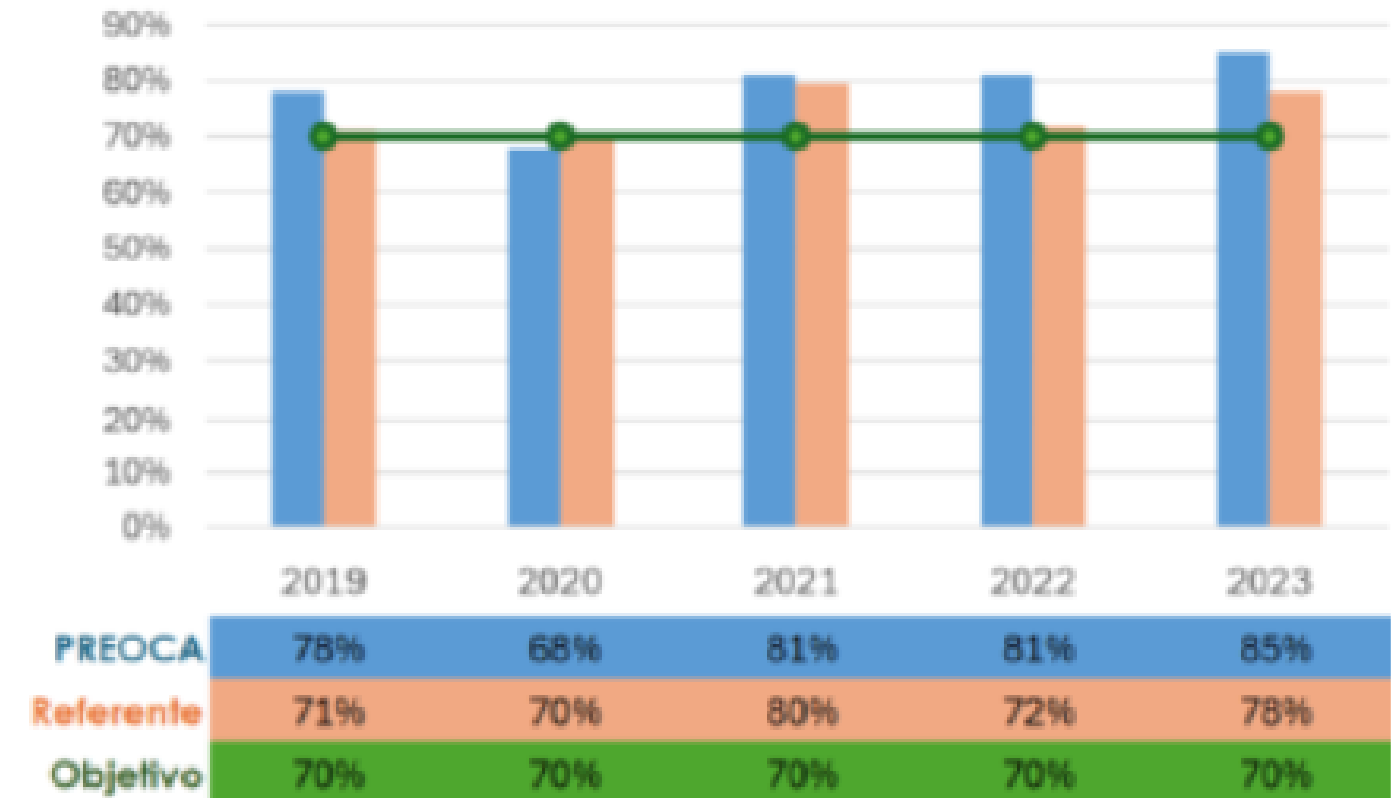
### R2.2 "EMISIÓN DE OFERTAS"



### R2.3 "ACEPTACIÓN DE OFERTAS"



### R2.4 "CIERRE DE OT EN PLAZO "

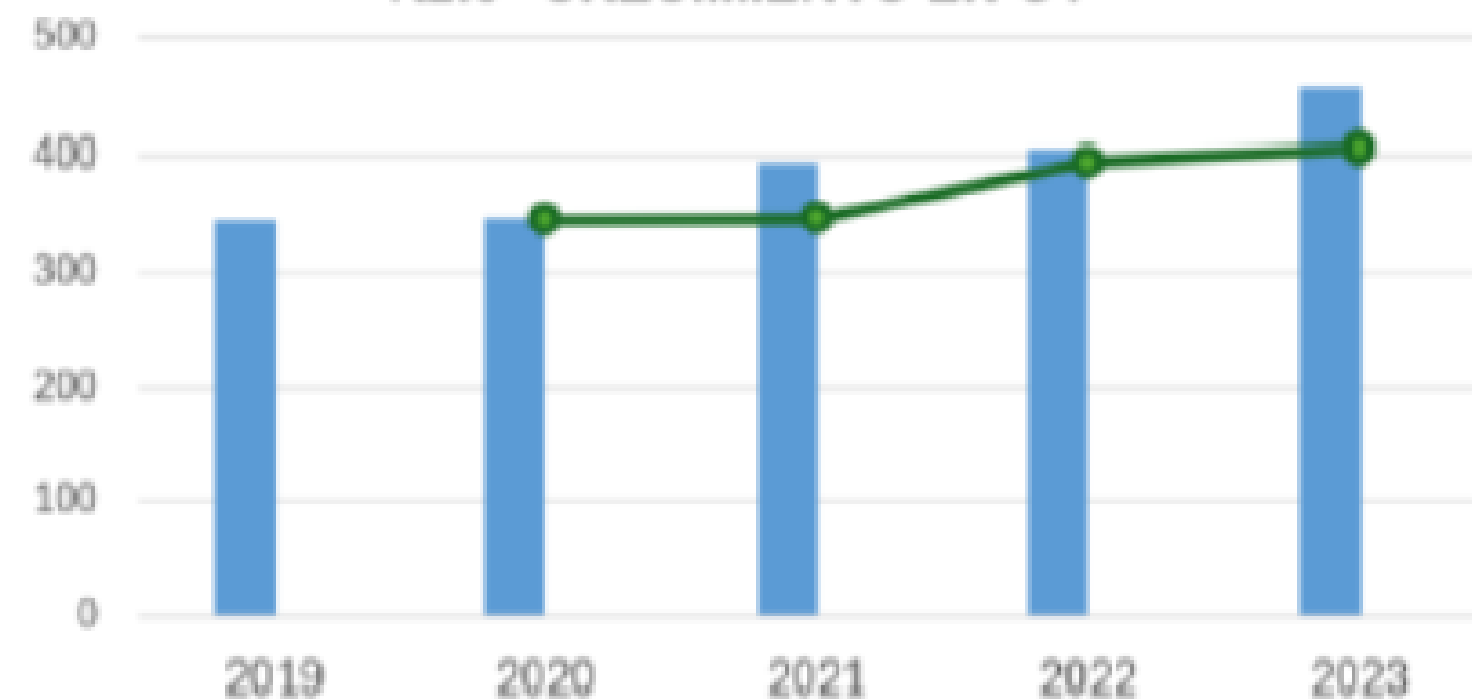


R2.5 "ESTRATEGIAS COMERCIALES"



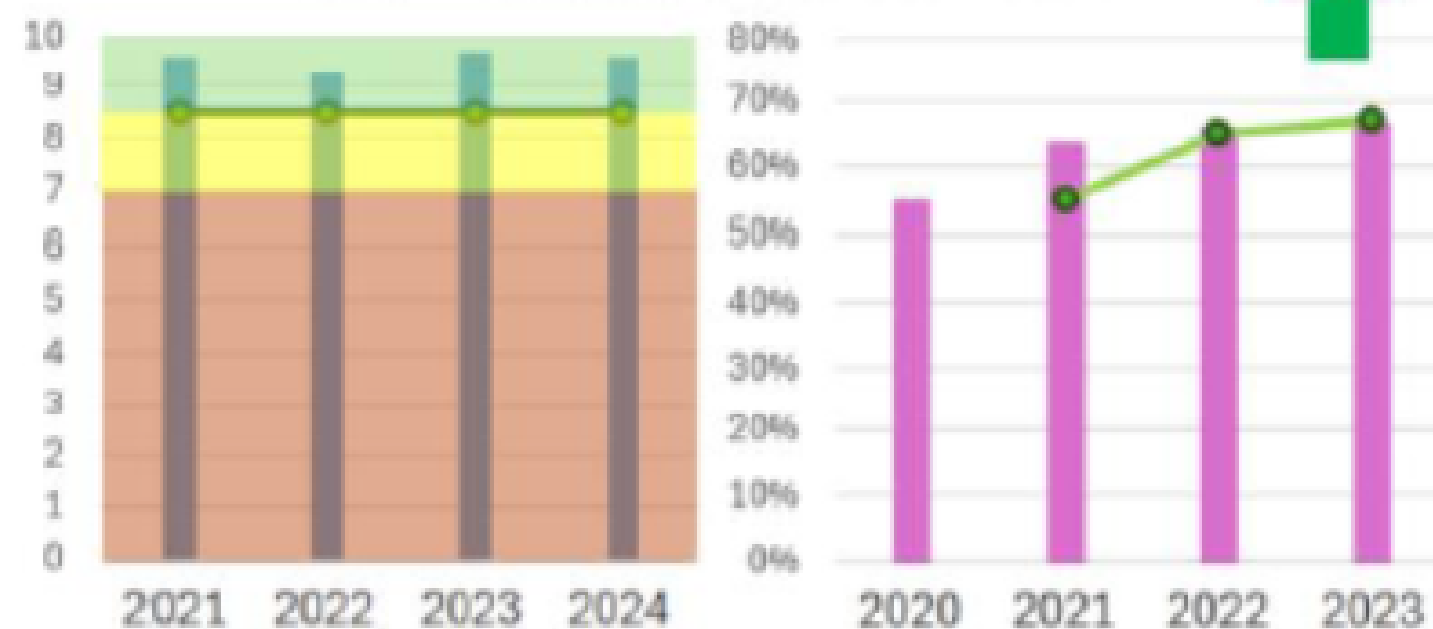
|            |   |    |   |   |   |
|------------|---|----|---|---|---|
| Creer      | 8 | -2 | 2 | 3 | 2 |
| Conquistar | 7 | -1 | 2 | 2 | 2 |
| Fidelizar  | 0 | 0  | 0 | 0 | 3 |

R2.6 "CRECIMIENTO EN OT"



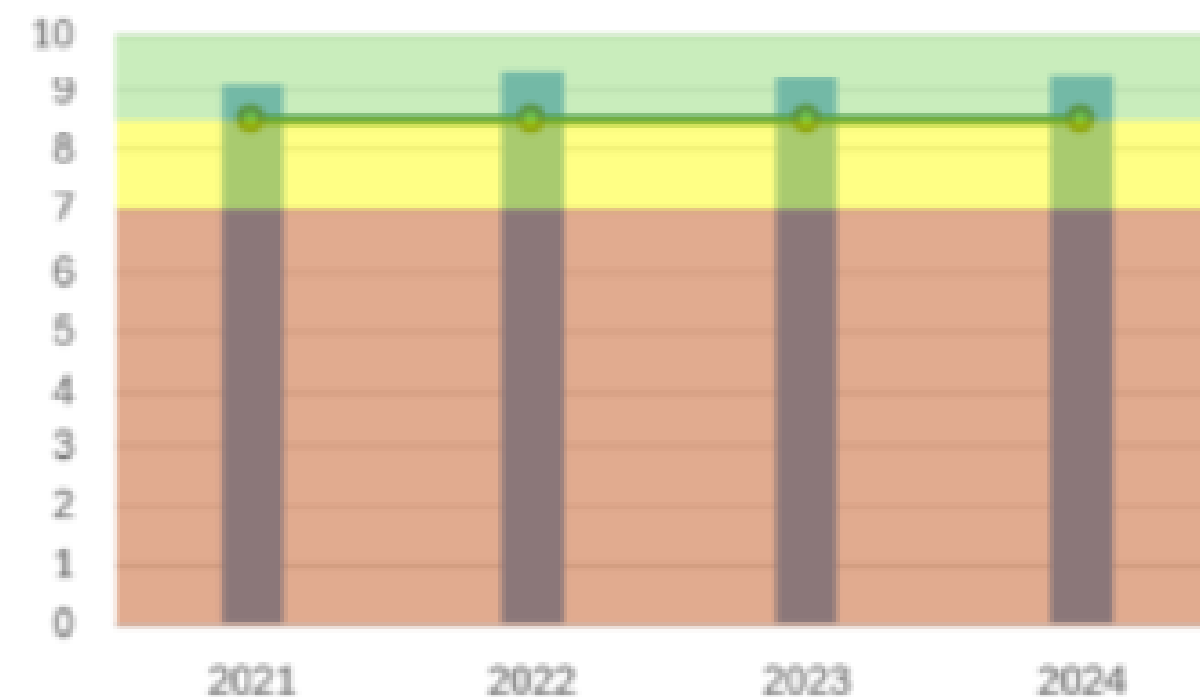
|           |     |     |     |     |     |
|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|
| PREOCA    | 346 | 347 | 395 | 406 | 457 |
| Referente |     |     |     |     |     |
| Objetivo  | 346 | 347 | 395 | 406 |     |

R2.7 "ORIENTACIÓN AL CLIENTE"



|            |        |        |        |        |
|------------|--------|--------|--------|--------|
| PREOCA 1   | 9,63   | 9,32   | 9,71   | 9,62   |
| Objetivo 1 | 8,50   | 8,50   | 8,50   | 8,50   |
| PREOCA 2   | 55,00% | 63,43% | 65,86% | 66,47% |
| Objetivo 2 | 55,00% | 65,00% | 67,00% |        |

R2.8 "SERVICIO POSVENTA"



|           |      |      |      |      |
|-----------|------|------|------|------|
| PREOCA    | 9,09 | 9,36 | 9,29 | 9,31 |
| Referente |      |      |      |      |
| Objetivo  | 8,50 | 8,50 | 8,50 | 8,50 |



**Próximos pasos:**  
**a) Validar con TOP30 y no solo con TOP20**  
**b) Un VEC por cada Proceso Operativo (Ingeniería, consultoría, formación....)**



**PREOCA**

\_Medio ambiente

**Thank you.**

