

**Informe de Power
Brief - Rinol
Pavimenta
Feb. 2016**

Índice

1. Ejercicio de constelaciones y clústeres
 - 1.1. Levantamiento de ejercicio en Excel
 - 1.1.1. Rinol Pavimenta
 - 1.2. Resumen de ejercicio y resultados
 - 1.2.1. Rinol Pavimenta
2. Propuesta de valor simplificada Rinol Pavimenta
 - 2.1. Cruce de atributos e insights
 - 2.2. Propuesta de Valor simplificada
 - 2.3. Cómo se produce la venta
 - 2.4. Análisis
 - 2.5. Resultados de análisis
 - 2.6. Beneficios emocionales
3. Personalidad de Marca
 - 3.1. Datos Resaltantes
 - 3.2. Sus características son
 - 3.3. Su forma de hablar es
4. Ficha resumen general Rinol Pavimenta

1. Ejercicio de constelaciones y clústeres

En este ejercicio, el equipo comercial y de atención al cliente de Rinol Pavimenta fueron invitados y entre ellos, se realizó una mecánica para identificar atributos y necesidades de acuerdo a 2 preguntas que se plantearon.

Este ejercicio permite conocer qué piensa y desea cada persona de la empresa a un nivel consciente e incluso inconsciente, enriqueciendo los requerimientos y reduciendo la posibilidad de obviar detalles.

Objetivo del ejercicio

Responder a 2 preguntas para conocer la opinión y necesidades del P.O.

Primera pregunta

¿Cuáles son los valores de la Marca?

Segunda Pregunta

¿Quién es el P.O. actual y a quien quiere llegar?

Levantamiento de ejercicio en Excel

¿Cuáles son los valores de la Marca?

Tema	Subtema	Postit	Total Postit	Total Subtema	Total Tema
Ventajas y Beneficios para el cliente	Plazos	Plazos	1	1	10
Ventajas y Beneficios para el cliente	Producto Final de calidad	Producto Final de calidad	1	1	10
Ventajas y Beneficios para el cliente	Apoyo técnico antes, durante y después de ejecutar una obra	Apoyo técnico antes, durante y después de ejecutar una obra	1	1	10
Ventajas y Beneficios para el cliente	Precios competitivos sin devaluar la calidad del producto	Precios competitivos sin devaluar la	1	1	10

		calidad del producto			
Ventajas y Beneficios para el cliente	Buena relación precio - calidad	Buena relación precio - calidad	1	1	10
Ventajas y Beneficios para el cliente	Respuesta a contingencias	Respuesta a contingencias	1	1	10
Ventajas y Beneficios para el cliente	Bien hecho	Bien hecho	1	1	10
Ventajas y Beneficios para el cliente	Calidad	Calidad	1	1	10
Ventajas y Beneficios para el cliente	Capacidad de adaptación	Capacidad de adaptación	1	1	10
Ventajas y Beneficios para el cliente	Satisfacción del Cliente	Satisfacción del Cliente	2	1	10
La Marca	Diferenciación con la competencia	Respaldo financiero	2	6	13
La Marca	Diferenciación con la competencia	Tecnología en los pisos	1	6	13
La Marca	Diferenciación con la competencia	Innovación en las soluciones ofrecidas	1	6	13
La Marca	Diferenciación con la competencia	Know How	1	6	13
La Marca	Diferenciación con la competencia	Optimización de recursos a invertir	1	6	13
La Marca	Diferenciación con la competencia	Diseñar y construir en función al cliente	1	6	13
La Marca	Herencia de Marca (Rinol)	Soporte técnico	1	7	13
La Marca	Herencia de Marca (Rinol)	soporta internacional	1	7	13

La Marca	Herencia de Marca (Rinol)	Garantía all in one	1	7	13
La Marca	Herencia de Marca (Rinol)	Garantía	1	7	13
La Marca	Herencia de Marca (Rinol)	Asesoría al cliente	1	7	13
La Marca	Herencia de Marca (Rinol)	Experiencia compartida	1	7	13
La Marca	Herencia de Marca (Rinol)	Respaldo internacional	1	7	13
Valores internos	Trabajo en equipo	Trabajo en equipo	1	1	11
Valores internos	Internamente amigos y profesionales	Internamente amigos y profesionales	1	1	11
Valores internos	Trabajo en equipo	Trabajo en equipo	1	1	11
Valores internos	Seguridad	Seguridad	1	1	11
Valores internos	Transversal	Transversal	1	1	11
Valores internos	Honestidad	Honestidad	1	1	11
Valores internos	Íntegros	Íntegros	1	1	11
Valores internos	Buena comunicación para lograr el objetivo de calidad	Buena comunicación para lograr el objetivo de calidad	1	1	11
Valores internos	experiencia	experiencia	1	1	11
Valores internos	Solidez de la compañía	Solidez de la compañía	1	1	11
Valores internos	Procesos definidos	Procesos definidos	1	1	11

¿Quién es el P.O. actual y a quien quieres llegar?

Tema	Subtema	Postit	Total Postit	Total Subtema	Total Tema
P.O Actual	Industria - Industria	Industria	2	5	11
P.O Actual	Industria - Industria	Almacenes plantas cerámicos (San Lorenzo, Celima)	1	5	11
P.O Actual	Industria - Industria	textiles	1	5	11
P.O Actual	Industria - Industria	Industria metal mecánica	1	5	11
P.O Actual	Industria - Industria	Empresas constructoras	1	5	11
P.O Actual	Industria - Agroindustria	Agroindustrial	2	2	11
P.O Actual	Industria - Agroindustria	Empresas agroindustriales	1	2	11
P.O Actual	Industria - Agroalimentaria	Industria Agroalimentaria	1	1	11
P.O Actual	Industria - Pesca	Pesca	1	1	11
P.O Actual	Industria - Automotriz	Automotriz	1	1	11
P.O Actual	Industria - Farmacia	Industria Farmacéutica	1	1	11
P.O Nuevo	Obras Públicas	Gobiernos regionales (pistas, losas)	1	5	22

P.O Nuevo	Obras Públicas	Obras por impuestos (asesoría, diseño, construcción)	1	5	22
P.O Nuevo	Obras Públicas	Obras publicas seleccionadas	1	5	22
P.O Nuevo	Obras Públicas	Infraestructura pública (metro, aeropuerto, etc.)	1	5	22
P.O Nuevo	Obras Públicas	Municipalidades (calles, pisos, estampados, plazas)	1	5	22
P.O Nuevo	Minería	Químicos	1	4	22
P.O Nuevo	Minería	Productores Minería	1	4	22
P.O Nuevo	Minería	Minería	1	4	22
P.O Nuevo	Minería	Mineras	1	4	22
P.O Nuevo	Reparaciones	Cliente requieran reparaciones	1	1	22
P.O Nuevo	Ingeniería	Empresas de Ingeniería	1	2	22
P.O Nuevo	Ingeniería	Ingenierías para especificar	1	2	22
P.O Nuevo	Parques industriales	Parques Industriales	1	2	22
P.O Nuevo	Parques industriales	Desarrollador Inmobiliario	1	2	22

P.O Nuevo	Industria - Constructores	Constructores	1	1	22
P.O Nuevo	Industria - Logístico	Logística	1	4	22
P.O Nuevo	Industria - Logístico	Logísticos (parques)	1	4	22
P.O Nuevo	Industria - Logístico	Empresas logísticas	1	4	22
P.O Nuevo	Industria - Logístico	Empresas de almacenes logísticos	1	4	22
P.O Nuevo	Industria - Retail	Empresas Retail	2	3	22
P.O Nuevo	Industria - Retail	Tienda Retail	1	3	22
P.O Nuevo	Industria - Retail	Retail	1	3	22

1.2. Resumen de ejercicio y resultados

A través del desarrollo del Ejercicio Participativo de constelaciones y clústeres pudimos conocer más sobre Rinol Pavimenta, brindándonos los conocimientos necesarios para poder desarrollar una serie de ejercicios claves que nos permitirán empezar a construir el desarrollo de la campaña. Los puntos más resaltantes de este ejercicio son los siguientes:

Resultados de pregunta 1:

¿Cuáles son los valores de la Marca?

En conclusión lo que más valora el consumidor de Rinol Pavimenta es:

- Ventajas y beneficios para el cliente.- La satisfacción del cliente es un valor característico que respalda cada proyecto de Rinol Pavimenta.

La marca ofrece proyectos competitivos sin devaluar la calidad del producto, buena relación precio-calidad, apoyo técnico antes, durante y después de ejecutar una obra, plazos y un producto final de calidad.

Otros puntos que valoran en menor importancia son:

- Respuestas a contingencias y capacidad de adaptación
- La Marca.- Rinol Pavimenta se diferencia de la competencia por brindarle a sus clientes un respaldo financiero, optimización de recursos a invertir, diseño y construcción en función al cliente, innovación, soluciones y tecnología en sus proyectos (pisos).
- Valores Internos.- El trabajo en equipo, es un valor característico que practica el personal de Rinol Pavimenta. Internamente son profesionales pero también son amigos; la honestidad, buena comunicación, integridad, solidez y experiencia, son valores que se fomentan en el grupo de trabajo.

Resultados de pregunta 2:

¿Quién es el P.O. actual y a quien quieres llegar?

- Público actual.- Rinol Pavimenta actualmente tiene una mayor demanda en el área de la Industria, seguido de agroindustrial, almacenes y plantas de cerámicos, textiles, industria metal mecánica, empresas constructoras y agroindustriales, en menor importancia industria agroalimentaria, pesca, automotriz e industria farmacéutica.
- Público Nuevo.- Rinol Pavimenta desea llegar a realizar contratos para Obras Públicas con gobiernos regionales (pistas, losas), obras por impuestos (asesoría, diseño, construcción), obras públicas seleccionadas, infraestructura pública (metro, aeropuerto, etc.), municipalidades (calles, pisos, estampados, plazas) y en menor importancia desea llegar a empresas Retail, Logística, Minería e Ingeniería.

2. Propuesta de valor simplificada

Objetivo:

El objetivo de construir la propuesta de valor es identificar a través de qué insights podemos llegar y venderle al usuario de manera emocional y cuáles son los atributos adicionales de la marca (o producto), que sustentan esta venta de manera racional, para de esta manera poder cerrar la venta.

Investigación:

Como parte del proceso de investigación, se realizó un ejercicio participativo con el equipo de Rinol Pavimenta, cuya finalidad fue identificar los atributos de la organización y los insights que este equipo reconoce en los ciudadanos.

Como resultado se obtuvo un listado de atributos de la marca e insights del público objetivo, y en base a la intersección entre los atributos e insights se construyó la propuesta de valor.

2.1. Cruce de atributos

Cruce de insights y atributos



Insights

1. Confianza en la marca
2. Confianza en el equipo
3. Asesoría comercial
4. Rango de precio
5. Tiempo de ejecución
6. Garantía, minimizar las responsabilidades
7. Rapidez en la atención
8. Manejo adecuado de expectativas, sobre todo, simplificar comunicación de detalles
9. Financiamiento de obra
10. Mejor información sobre los entregables
11. Asesoría permanente del equipo de operaciones
12. Seguimiento detallado de inicio a fin
13. Proyecto llave en mano (no me complico por nada)
14. Los dueños están presentes
15. Servicio post venta
16. Invertir una sola vez o que dure el mayor tiempo posible
17. Calidad (planimetría, recio, durable, resistente)
18. Calidad (acabado)
19. Respaldo
20. Optimización del diseño
21. Tecnología (soluciones prácticas)
22. Tecnología (equipos súper especializados y únicos)
23. Múltiples soluciones para necesidades específicas inclusive en un 24. mismo proyecto
25. Empresas con trayectoria
26. Equipos propios
27. Con clientes que compran múltiples veces
28. Seguridad laboral

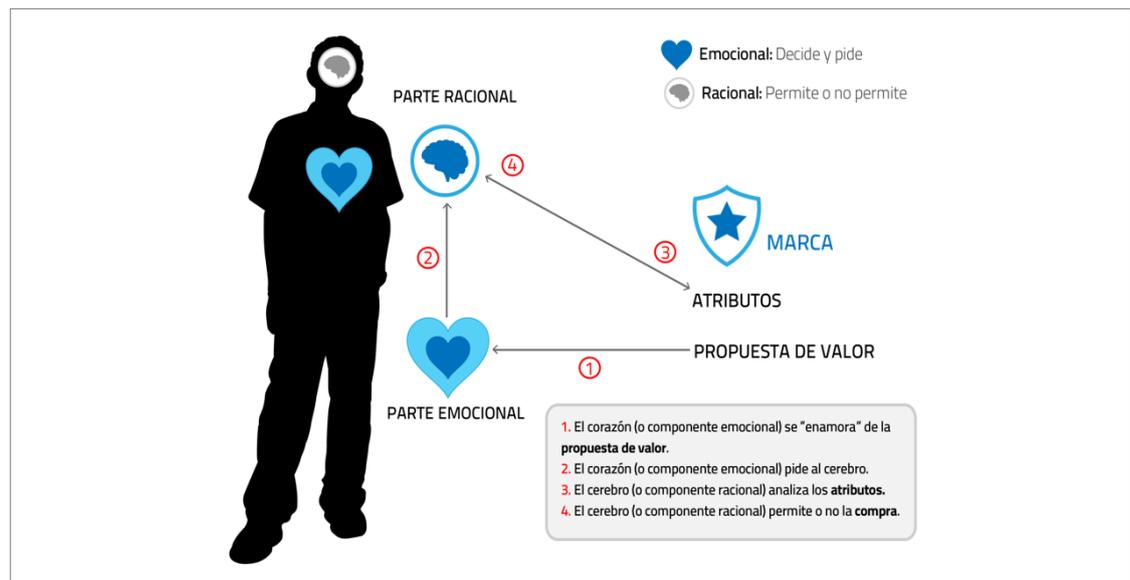
Atributos

1. Cumplimiento de plazos
2. Normas ISO y OHSAS (únicos)
3. Residente en obras / Supervisión constante con capacidad de gestión
4. Respuesta ante los problemas
5. Garantía total
6. Planimetría y acabados
7. Pisos blancos y de otros colores
8. Financiamiento
9. Equipos de todo tipo
10. Múltiples proyectos por cliente
11. Tecnología
12. Ingeniería enfocada en soluciones
13. Marca conocida
14. Calidad en durabilidad y características técnicas
15. Respaldo a nivel mundial
16. Alto conocimiento técnico y tecnológico
17. Tenemos todos los productos necesarios para el negocio de pisos
18. Trayectoria exitosa
19. Muchos casos exitosos, muchas recomendaciones
20. Equipo con el que provoca trabajar
21. Poca rotación del equipo
22. Los dueños o decisores están presentes siempre
23. Insumos europeos
24. Volumen de producción
25. Cordialidad y excelente relación con los clientes
26. Asesoría
27. Siempre ponen la cara cuando hay complicaciones o problemas
28. Precios adecuados a lo que se ofrece y dentro de las expectativas
29. Transparencia e información clara
30. Buen manejo de expectativas
31. Un excelente clima laboral
32. Seguridad laboral
33. Integridad
34. Calidad del personal de RINOL Pavimenta

2.2. Propuesta de valor simplificada



2.3. Como se produce la venta



2.4. Análisis

<h3>Análisis</h3> <p>Rinol Pavimental – Estándares Europeos</p> 	<h3>“Rinol Pavimental – Estándares Europeos”</h3> <p>Confianza en el equipo.– Rinol Pavimenta cuenta con un grupo de profesionales de primer nivel, quienes tienen como principal e importante valor la “confianza entre cada miembro del equipo”. Trabajar en un ambiente cómodo y agradable, convierte a los integrantes en un equipo competente, por ello a lo largo de los años Rinol Pavimenta ha desarrollado compromiso y entrega en cada uno de sus proyectos, poniendo en práctica la comunicación constante, el aporte de ideas creativas y la tranquilidad de expresar sus preocupaciones sin temor, para finalmente dar como resultado la solución eficiente a cualquier problema generando así el crecimiento de la compañía.</p>
<p>Sustento racional</p>  <ol style="list-style-type: none">1. Confianza en el equipo.– ambiente cómodo y agradable, comunicación constante y equipo competente.2. Asesoría Comercial.– analizando y diseñando estrategias acorde a los objetivos, dirigiendo y formando a maestros de obra.3. Calidad (planimetría, recto, durable, resistente).– proyectos de calidad, recto, durable, resistente y de planimetría.4. Respaldo.– entrega de la obra en el tiempo pactado y precios competitivos sin devaluar la calidad del proyecto.5. Tecnología (soluciones prácticas).– brinda soluciones rápidas y prácticas a cualquier contratiempo.	<p>Asesoría Comercial.– Rinol Pavimenta ofrece a sus clientes asesoría comercial, una herramienta que ayuda a los usuarios a cumplir con sus proyectos, analizando y diseñando estrategias acorde a los objetivos, implantando dichas estrategias, dirigiendo a los maestros de obra y formándolos si es necesario.</p> <p>Calidad (planimetría, recto, durable, resistente).– La compañía se preocupa por entregarle a sus clientes un proyecto de calidad, recto, durable, resistente y de planimetría, desde la planificación hasta la conservación del mismo.</p> <p>Respaldo.– Rinol Pavimenta ofrece a sus clientes garantía en todos sus proyectos, de acuerdo a sus necesidades específicas, haciéndole entrega de la obra en el tiempo pactado y con precios competitivos sin devaluar la calidad del proyecto, logrando eficiencia en su inversión.</p> <p>Tecnología (soluciones prácticas).– El uso de la tecnología beneficia tanto a la compañía como a la realización de todo proyecto, la producción de planimetría, documentación técnica y presentaciones de vistas exteriores e interiores, junto con el análisis económico y estructural brinda soluciones rápidas y prácticas a cualquier contratiempo.</p>

Detalle del Análisis

“Rinol Pavimenta – Estándares Europeos”

Confianza en el equipo.– Rinol Pavimenta cuenta con un grupo de profesionales de primer nivel, quienes tienen como principal e importante valor la “confianza entre cada miembro del equipo”.

Trabajar en un ambiente cómodo y agradable, convierte a los integrantes en un equipo competente, por ello a lo largo de los años Rinol Pavimenta ha desarrollado compromiso y entrega en cada uno de sus proyectos, poniendo en práctica la comunicación constante, el aporte de ideas creativas y la tranquilidad de expresar sus preocupaciones sin temor, para finalmente dar como resultado la solución eficiente a cualquier problema generando así el crecimiento de la compañía.

Asesoría Comercial.- Rinol Pavimenta ofrece a sus clientes asesoría comercial, una herramienta que ayuda a los usuarios a cumplir con sus proyectos, analizando y diseñando estrategias acorde a los objetivos, implantando dichas estrategias, dirigiendo a los maestros de obra y formándolos si es necesario.

Calidad (planimetría, recio, durable, resistente).- La compañía se preocupa por entregarle a sus clientes un proyecto de calidad, recio, durable, resistente y de planimetría, desde la planificación hasta la conservación del mismo.

Respaldo.- Rinol Pavimenta ofrece a sus clientes garantía en todos sus proyectos, de acuerdo a sus necesidades específicas, haciéndole entrega de la obra en el tiempo pactado y con precios competitivos sin devaluar la calidad del proyecto, logrando eficiencia en su inversión.

Tecnología (soluciones prácticas).- El uso de la tecnología beneficia tanto a la compañía como a la realización de todo proyecto, la producción de planimetría, documentación técnica y presentaciones de vistas exteriores e interiores, junto con el análisis económico y estructural brinda soluciones rápidas y prácticas a cualquier contratiempo.

2.5 Resultados de Análisis

La propuesta de valor de la marca es "Rinol Pavimenta – Estándares Europeos". Esta frase engloba todo lo que Rinol Pavimenta desea transmitir. Rinol Pavimenta es una compañía que ofrece la construcción de losas y pisos con los mejores estándares de calidad e innovación, cuenta con un equipo de profesionales eficientes, competentes y comprometidos con cada proyecto.

Se escogió esta frase porque valoriza lo siguiente:

"Estándares Europeos" que se define como.-

Innovación.- la búsqueda de procesos prácticos y eficientes para la construcción.

Calidad.- la entrega de proyectos durables y resistentes.

Compromiso.- la responsabilidad de cumplir con los objetivos establecidos por el cliente.

Resultado:

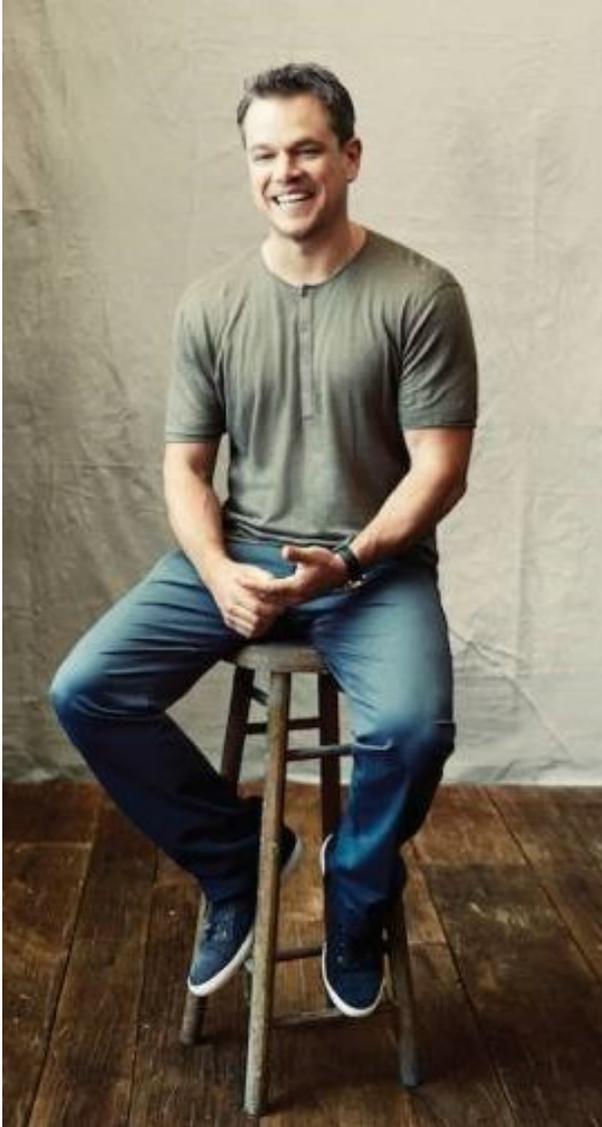
A través de la frase le comunicamos al comprador que su proyecto estará en manos de expertos comprometidos con su trabajo, formados y organizados de tal manera que puedan dar soluciones efectivas a cualquier inconveniente.

2.6 Beneficios emocionales

Trabajar con Rinol Pavimenta es sentir la seguridad de obtener un proyecto de calidad y cuidado en cada detalle, el respaldo en el proceso de ejecución y el planeamiento adecuado para el cumplimiento de los objetivos.

3. Personalidad de Marca

Datos Resaltantes



Leonardo Rinol Pavimenta, nació en Alemania, Stuttgart. Estudió en un colegio público en Alemania, ingresó a la Universidad y estudió Ingeniería Civil.

Se mudó a España, hizo sus prácticas en algo relacionado a su carrera, ahí conoció a su ahora esposa, vio la oportunidad de crear su propia empresa con el nombre MBA y así empezó a construir su sueño. Su esposa es Peruana, tiene 2 hijos de 5 y 10 años, actualmente vive en Lima y tiene 40 años.

Su padre es un Ingeniero Automotriz Alemán y su mamá es una Artista Italiana, es por ello que tiene muy desarrollado su lado femenino, tiene mucha sensibilidad y detalle, ve más allá de las cosas porque necesita vitalidad para el negocio que maneja, está dispuesto a aceptar cambios en su trabajo, el estar casado le demanda ser ordenado, el tener dos hijos le ha ayudado a ser más responsable y ha logrado equilibrar su vida.

Es súper dinámico, sabe escuchar, siempre está dispuesto a ayudar y a asesorar, es innovador, aprende rápido, es adaptable, alegre, tiene buen sentido del humor, sabe manejar muy bien el estrés, es analítico, ordenado (en la realidad hay algunas cosas por mejorar con respecto a ser ordenado), íntegro, tiene preocupaciones sociales, es formal, directo, fluido, certero, justo, sociable, líder, trabaja en equipo, es empático, estratega y visionario. Habla español y alemán. Le gusta jugar tenis. Le gusta ir al sauna, en invierno va a su casa de campo y en verano va a su casa de playa, frecuenta el club, incluso sus amistades son del club, paisanos, compatriotas, amigos de la esposa y los padres de familia.

Es cortés, si le invitan algo, lo acepta por cumplir y solo una vez. Le gusta tomar agua jugos y vino. Su lenguaje es directo, conciso, cordial. También es alegre para romper el hielo, no es imponente, tiene un acento pero se expresa bien en castellano.

Si fuera actor sería Matt Damon - Tiene un carisma natural, es divertido, sociable y sencillo.

Si fuera un personaje de ficción sería MacGyver – es un personaje hábil, defensor, liberal, resuelve conflictos usando sus tácticas, conocimientos técnicos y evitando la violencia.

Si fuera un personaje público sería Roger Federer – es considerado una persona confiable y respetada, es competitivo, solidario, alegre y sencillo.

Si fuera un mix: tendría el carisma natural, sencillez, la diversión y sociabilidad de Matt Damon. La habilidad, el carácter defensor y liberal de MacGyver. Finalmente tendría la personalidad confiable, competitiva, solidaria y alegre de Roger Federer.

Sus características son:



- Súper dinámico
- Sabe escuchar
- Siempre dispuesto a ayudar a asesorar
- Innovador
- Aprende, trabaja en equipo
- Adaptable
- Alegre con buen sentido del humor y empático
- Sabe manejar muy bien el estrés
- Analítico y estratega
- Visionario
- Ordenado (en la realidad hay algunas cosas por mejorar con respecto a ser ordenado)
- Íntegro
- Preocupaciones sociales
- Formal, directo y fluido
- Certero
- Justo
- Sociable y líder

Su forma de hablar es:



- Tiene un acento pero se expresa súper bien en castellano
- Directo
- Conciso
- Alegre para romper el hielo
- No es imponente
- Cordial

3. Ficha Resumen



PERSONALIDAD

Leonardo es un hombre de 40 años, casado con dos hijos entre 5 y 10 años. Nació en Stuttgart-Alemania, estudió "Ingeniería Civil" y luego se fue a hacer sus prácticas a España, se quedó a trabajar y vio la oportunidad de crear su propia empresa llamada MBA, en su estadía conoció a su esposa.

Habla español

Ama a sus hijos, es una persona dinámica, sabe escuchar, innovador, alegre, analítico, ordenado, íntegro, justo, certero, líder, empático y estratega; le gusta leer, aprender cosas nuevas, conocer ideas.

Frecuenta el club y el sauna con regularidad, le gusta el tenis, va a su casa de campo en invierno y a su casa de playa en verano.

Por otro lado sus amigos son sus paisanos, compatriotas, la gente del club, los padres de familia del colegio de sus hijos y los amigos de su esposa.

Toma jugos, agua o vino, cuando le invitan algo nuevo para él, prueba para cumplir y solo una vez.

Su forma de hablar es.- directa, cordial, conciso, alegre para romper el hielo, no es imponente y todavía tiene el acento de su país, pero se expresa muy bien en castellano.

El personaje.- hemos escogido a Matt Damon porque es divertido, natural, sociable, sencillo. Es profesional, estable, íntegro y seguro; esto lo refleja con su entorno generando confianza. Todo esto en el contexto de las características mencionadas anteriormente.

PROPUESTA DE VALOR

"Rinol Pavimenta – Estándares Europeos"

Respaldados por los siguientes valores:

- › Confianza en el equipo.- un ambiente cómodo y agradable, comunicación constante y equipo competente.
- › Asesoría Comercial.- analizando y diseñando estrategias acorde a los objetivos, dirigiendo y formando a maestros de obra.
- › Calidad.- proyectos de calidad, recio, durable, resistente y de planimetría.
- › Respaldo.- entrega de la obra en el tiempo pactado y precios competitivos sin devaluar la calidad del proyecto.
- › Tecnología (soluciones prácticas).- brinda soluciones rápidas y prácticas a cualquier contratiempo.

P.O.

- ›Área industrial
- ›Agroindustrial
- ›Almacenes
- ›Plantas de cerámicos
- ›Textiles
- ›Empresas constructoras y agroindustriales
- Y en menor importancia:
- ›Industria agroalimentaria
- ›Pesca
- ›Automotriz
- ›Industria Farmacéutica.