

## Contenido

### 1. OBJETIVO

Administrar el proceso de divulgación y promoción de los créditos educativos con recursos propios del ICETEX brindando las mejores alternativas para el acceso y la permanencia a la educación superior.

### 2. ALCANCE

Inicia con la planeación y desarrollo del plan comercial y de mercadeo, seguido del acompañamiento durante el proceso de otorgamiento a los ciudadanos interesados en adquirir créditos educativos con recursos propios de ICETEX.

### 3. DEFINICIONES

- **Análisis de Mercado:** Proceso investigativo mediante el cual se analizan los factores que impactan la comercialización del portafolio de la entidad.
- **Atracción:** Primera fase del proceso de embudo de marketing y ventas utilizado para generar tráfico a través de los canales internos y externos. Generalmente es enfocado a atraer ciudadanos.
- **Ciudadano:** Es toda aquella persona que puede convertirse en determinado momento en beneficiario de alguno de los productos del portafolio de ICETEX.
- **Cierre:** Fase final del proceso del embudo de marketing en la cual por medio de acciones comerciales un ciudadano hace la última fase del proceso de solicitud de crédito para convertirse en beneficiario ICETEX, así como.
- **Conversión:** Es la segunda fase del proceso del embudo de marketing y ventas enfocada en capitalizar el tráfico de personas y convertirlos en datos de ciudadanos con contactabilidad a través de plataformas.
- **Convocatoria de Créditos Educativos:** Lapso durante el cual ICETEX permite que los interesados en créditos educativos para el nivel superior inicien proceso de solicitud y adjudicación de los créditos. ICETEX dispone de una convocatoria por vigencia, la cual, a su vez, de acuerdo con el semestre de inicio de estudios, se denomina convocatoria 1 o 2. A manera de ejemplo:
  - **Convocatoria de créditos educativos para la vigencia 2022**
    - Convocatoria 2022-1: Aplican a esta convocatoria aquellas personas que desean estudiar para el primer semestre del año respectivo.
    - Convocatoria 2022-2: aplican a esta convocatoria aquellas personas que desean estudiar para el segundo semestre de la vigencia respectiva.
- **Email Marketing:** es el canal usado para enviar mensajes masivos para divulgación del portafolio de productos comerciales e informativos, para usuarios y funcionarios según corresponda.
- **Embudo de colocación:** Proceso mediante el cual se transforma un ciudadano en un beneficiario de un producto con ICETEX.
- **Eventos:** son actividades tales como talleres, foros, encuentros temáticos, mesas de trabajo, sesiones de trabajo, actividades de intercambio, encuentros, misiones, seminarios, entrenamientos, visitas, reuniones, campañas, jornadas especiales de mejora de experiencia a los usuarios, ferias, activaciones, lanzamiento de productos y todas aquellas que se definan en el transcurso del tiempo o en el que la Entidad sea invitada a participar.
- **Equipo comercial:** Son todos aquellos colaboradores que realizan gestión comercial en el territorio de acuerdo con la distribución geográfica definida en la resolución No. 0535 del 23 de mayo de 2007, así: zona territorial centro, zona territorial oriente, zona territorial norte, zona territorial noroccidente y zona territorial suroccidente. Para el cumplimiento de esta meta, y atendiendo lo definido dentro de la Resolución No. 0535 del 23 de mayo de 2007, la Oficina Comercial y de Mercadeo cuenta con un equipo territorial responsable de ejecutar todas las acciones comerciales tendientes al logro del objetivo.
- **Gestión de acompañamiento:** Son las actividades a través de las cuales se establece relaciones comerciales mediante las fases del embudo comercial.
- **IES:** Institución de Educación Superior.
- **Landing Page:** es una página de un sitio web enfocada en convertir visitantes en clientes potenciales tras pulsar en un enlace, banner, anuncio, red social, E-mail o portal de internet.
- **Maduración:** Fase del proceso del embudo de marketing y ventas enfocada en contextualizar a un ciudadano a través de contenido sobre el portafolio de la entidad por medio de canales de salida.
- **Marketing Offline:** Aquellas acciones de comunicación enfocadas y transmitidas desde los medios tradicionales tales como la televisión, radio, prensa, vallas y demás herramientas que no tienen que ver con los medios digitales, ya que estas últimas hacen parte del marketing on-line.
- **Marketing Online:** Aquellas acciones de comunicación enfocadas y transmitidas desde las tecnologías digitales basadas en Internet como computadoras de escritorio, teléfonos móviles y otros medios digitales y plataformas para promocionar productos y servicios.
- **Mensajes SMS:** servicio de mensajes simples con máximo de 160 caracteres, que busca suministrar información de interés a los clientes vigentes o potenciales.

- **Seguimiento:** Conjunto de acciones encaminadas a supervisar el cumplimiento de los compromisos o actividades adquiridas en las visitas de vinculación y actividades de fidelización a nuestros clientes.
- **Tendencia:** Dirección en la cual el mercado de créditos educativos se mueve durante un intervalo de tiempo, la tendencia se define a corto, mediano y largo plazo desde el punto de vista de precio, consumo, influencia social.

#### 4. CONDICIONES GENERALES

- La promoción y divulgación del portafolio de créditos educativos del ICETEX se realiza sujeto a los parámetros fijados dentro del proceso "[Otorgamiento de Crédito \(M2-1\)](#)" y demás lineamientos que sean establecidos por la Coordinación del Grupo de Crédito de la Vicepresidencia de Crédito y Cobranza.
- La gestión de acompañamiento y de mercadeo de la Oficina Comercial y de Mercadeo está enfocada en la promoción y divulgación de las líneas de créditos Tú Eliges (créditos con recursos propios) en atención a que la medición de cumplimiento de metas efectuada por la Oficina Asesora de Planeación a la Oficina Comercial y de Mercadeo está dada para dicho producto del portafolio de ICETEX.
- La Oficina Comercial y de Mercadeo podrá adoptar la estrategia de marketing online u offline en el momento que así lo considere basados en la necesidad de comunicación, público objetivo y presupuesto de la entidad.

#### 5. DESCRIPCIÓN

##### 5.1. DIAGRAMA DE FLUJO

(No aplica)

##### 5.2. ACTIVIDADES

###### Profesional – Asesor / Oficina Asesora de Planeación

- 5.2.1. Comunica a la Oficina Comercial y de Mercadeo las metas de colocación de créditos educativos para el cumplimiento de objetivos corporativos.

###### Profesional – Técnico / Oficina Comercial y de Mercadeo

- 5.2.2. Según las metas proyectadas por la Oficina Asesora de Planeación, se realiza un análisis y segmentación de las metas definidas por regionales, producto o servicio, grupo poblacional, entre otras y según aplique.
- 5.2.3. Dentro de las diferentes herramientas de análisis y proyección de metas, la Oficina Comercial y de Mercadeo utiliza el esquema de embudo donde las oportunidades potenciales de ventas son cualificadas y seleccionadas para convertirlas en oportunidades que terminan en solicitudes de crédito.

###### Profesional – Técnico / Grupo Gestión Comercial y de Mercadeo

- 5.2.4. Realizar, conforme a las necesidades propias de la dinámica de la convocatoria de créditos educativos, el estudio y análisis de información, tal como:

- Comportamiento de colocación de créditos propios, en un período de tiempo determinado, generalmente se toman dos años.
- Embudo de colocación.
- IES o programas de mayor/menor colocación.
- Estadística de atenciones a través de los medios o canales definidos por el Grupo de Gestión Comercial y de Mercadeo.
- Tendencias psicográficas y demográficas.
- Tendencias de la competencia.
- Tráfico de página web, tiempos de navegación, visitas, etc.

La relación de los análisis de información es un listado abierto, no taxativo.

- 5.2.5. Diseñar estrategias comerciales y de mercadeo aplicables, para dar cumplimiento a las metas de colocación establecidas de acuerdo con las fases del embudo de colocación, así:

- **Atracción:** Se define una imagen de campaña y se hace una producción de piezas graficas para página web, pauta digital, email marketing, eventos presenciales y demás acciones que sean requeridas.
- **Conversión:** Esta actividad se realiza mediante la utilización de una landing page, formularios, red social o palabras claves a través de la cual se capturen los datos de ciudadanos interesados en adquirir créditos educativos.
- **Maduración:** Una vez el ciudadano se registra en cualquier landing o publicidad digital, la información registrada queda alojada en los motores de búsqueda permitiendo conocer los intereses del ciudadano, su afinidad con la carrera seleccionada y la línea de crédito o producto seleccionado según afinidad. Gracias a esto, se realiza la parametrización para envío de email marketing, SMS o ejecución de las estrategias comerciales o de mercadeo definidas dentro del plan comercial y de mercadeo.
- **Cierre:** se lleva a cabo un proceso de persuasión a través de envío de mensajes automáticos o de refuerzo en cada etapa del proceso de solicitud de crédito, invitación a actividades de acompañamiento, ya sea virtuales o presenciales, acompañamiento telefónico, entre otros que puedan definirse o requerirse. En donde se brinda información relevante para guiar al beneficiario completar el proceso de solicitud de crédito:

**Coordinador (a) / Grupo Gestión Comercial y de Mercadeo**

- 5.2.6. Revisa y analiza de acuerdo con el análisis de resultados de la investigación, las estrategias y objetivos propuestos, los lineamientos y parámetros de la convocatoria.
- No realiza observaciones o ajustes al plan comercial y de mercadeo, debe continuar con la actividad 5.2.7.
  - Si presenta o solicita oportunidades de mejora, o ampliación de alcance al plan comercial y de mercadeo, Continuar con la actividad 5.2.4.
- 5.2.7. Aprueba el plan comercial y de mercadeo o las estrategias comerciales según aplique, para la convocatoria de créditos educativos y revisión del Jefe de la Oficina Comercial y de Mercadeo.

**Jefe de la oficina comercial y de mercadeo / Oficina Comercial y de Mercadeo**

- 5.2.8. Revisa y analiza el plan comercial y de mercadeo.
- No se presentan observaciones o ajustes a la propuesta presentada, se aprueba el plan respectivo y continua con la actividad 5.2.9.
  - Si se presentan oportunidades de mejora al plan comercial y de mercadeo, los colaboradores del Grupo de Gestión Comercial y de Mercadeo deben realizar los ajustes solicitados. Continuar con la actividad 5.2.6.

**Coordinador (a) / Grupo Gestión Comercial y de Mercadeo**

- 5.2.9. Coordina la presentación del plan comercial y de mercadeo al equipo comercial ubicado a nivel nacional.

**Profesional – Técnico – Coordinador (a) / Grupo Gestión Comercial y de Mercadeo**

- 5.2.10. Inicia la implementación y ejecución del plan comercial y de mercadeo; o las estrategias comerciales y de mercadeo, según aplique.

**Coordinador (a) / Grupo Gestión Comercial y de Mercadeo**

- 5.2.11. Realiza el seguimiento y control a la ejecución del plan comercial y de mercadeo para toma de decisiones asegurando que el plan de comercial y de mercadeo se cumpla de acuerdo con lo aprobado por el Jefe de la Oficina Comercial y de Mercadeo.

**Asesores Comerciales de Presidencia / Zonas Territoriales**

- 5.2.12. Determina las estrategias o actividades de acompañamiento a ejecutar a nivel territorial, en el marco del plan comercial y de mercadeo.

**Equipo Comercial / Zonas Territoriales**

- 5.2.13. Ejecuta las actividades o eventos definidos en el marco de las estrategias de acompañamiento y las registran dentro del CRM Comercial de ICETEX.

**Jefe de la oficina comercial y de mercadeo – Coordinación / Oficina Comercial y de Mercadeo – Grupo Gestión Comercial y de Mercadeo**

- 5.2.14. Realiza seguimiento al cumplimiento de las metas de colocación de créditos definidas dentro del plan comercial y de mercadeo, para cada territorial o a las actividades o eventos registrados dentro del CRM Comercial.

## 6. SEGUIMIENTO Y CONTROL

ACTIVIDAD POR CONTROLAR	COMO EJERCER EL CONTROL	EVIDENCIA DEL CONTROL	RESPONSABLE
Seguimiento al registro de las actividades de acompañamiento o eventos dentro del CRM Comercial.	<p>Generación del reporte de actividades registradas por el equipo comercial dentro del del CRM Comercial.</p> <p>Revisión del reporte arrojado por el CRM Comercial y generación de reporte de seguimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reporte CRM Comercial</li> <li>Correos electrónicos</li> <li>Reporte de seguimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colaborador del Grupo Gestión Comercial y de Mercadeo</li> </ul>
Seguimiento a la implementación del plan comercial y de mercadeo	Metodologías para revisar el cumplimiento del plan comercial y de mercadeo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes</li> <li>Actas de reuniones</li> <li>Correos electrónicos</li> <li>Grabaciones de reuniones o</li> <li>Reporte power BI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coordinación Grupo Gestión Comercial y de Mercadeo</li> <li>Colaborador del Grupo Gestión Comercial y de Mercadeo</li> </ul>
Seguimiento al cumplimiento de la meta de colocación de créditos educativos.	Reuniones de acompañamiento, en cualquier modalidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Actas de reuniones</li> <li>Grabaciones de reuniones</li> <li>Informes de comisión para seguimientos presenciales</li> <li>Correos electrónicos</li> <li>Reporte Power BI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jefe Oficina comercial y de Mercadeo</li> <li>Coordinación Grupo Gestión Comercial y de Mercadeo</li> <li>Colaborador Grupo Gestión Comercial y de Mercadeo</li> </ul>

## 7. DOCUMENTOS RELACIONADOS

NOMBRE DEL DOCUMENTO	CÓDIGO
<a href="#">Actualización y divulgación de información de productos y servicios</a>	<a href="#">M1-3-06</a>
<a href="#">Otorgamiento de crédito</a>	<a href="#">M2-1</a>

## Modificaciones

### Descripción de cambios

1. Se modifica el objetivo del procedimiento
2. Se eliminan las fases de las condiciones generales y del contenido en general.
3. Se ajustan las estrategias comerciales de la actividad 5.2.5.
4. Se realiza ajuste en el apartado seguimiento y control.

### Historial de Versiones

Fecha Vigencia (Acto Adtvo)	Versión	Descripción de Cambios
2022-08-23	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se modifica el objetivo del procedimiento</li> <li>2. Se eliminan las fases de las condiciones generales y del contenido en general.</li> <li>3. Se ajustan las estrategias comerciales de la actividad 5.2.5.</li> <li>4. Se realiza ajuste en el apartado seguimiento y control.</li> </ol>
2020-11-5	3	Se realizó cambios en: Objeto, alcance, definiciones, condiciones generales, actividades, seguimiento y control.
2017-05-16	2	Se hizo una reestructuración del procedimiento.
2015-12-16	1	-

COPIA CONTROLADA