



Facultad de Ciencias Empresariales

Introduccion al business inteligent

TRABAJO FINAL

INTEGRANTES:

Joaquina Canal

Delfina link

Santiago Lazaroni

Pilar Solorzano

Karen Flores

POLAND.

TRABAJO FINAL IBI

1) Relevamiento:

Selección y Análisis del Caso de Negocio

a) Seleccionar una organización a la cual tengan acceso: **POLAND**

b) Describir su actividad, misión, visión, mercado, competencia, resultados financieros y no financieros, prioridades y toda otra información de relevancia que sirva para describir a la organización:

- **Actividad:** Poland es una empresa de servicios de publicidad BTL. Entre sus actividades se encuentran la Activación de marca, Activación deportiva, Contenido digital, Redes sociales, Estrategia digital, ID visual y producción.
- **Misión:** Impulsar el éxito de nuestros clientes mediante campañas publicitarias no convencionales memorables.
- **Visión:** Ser la agencia líder en creatividad publicitaria, reconocida por desarrollar campañas que destaquen en un mercado global en constante cambio.
- **Mercado:** Se encuentra en el mercado de Servicios de publicidad BTL
- **Competencia:** Dipaola, Razzo, Walter Thompson, Niña, Humo Rojo, Querido Lunes
- **Prioridades:** generar rentabilidad, generar relaciones a largo plazo con nuestros clientes, ofrecer productos que tengan diferenciales
- **Resultados:**
 - Ganancia del 2023: 55.000 USD
 - 14 campañas a lo largo del 2023
 - 5 clientes nuevos
 - 2 clientes perdidos

c) Obtener bases de datos relevantes

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1n-kSbY2MP7XZT1DCJUzD0x3L1m3oGM19BV3vfMGemp4/edit?usp=sharing>

d) Crear una lista de preguntas que a la organización le gustaría responder. **Dirigirlas hacia un objetivo >> CLIENTES**

- Marcas que más activaciones hacen en el año
- Cuales son las empresas que tienen nuevos lanzamientos
- La relación entre el éxito de las campañas y la durabilidad de la relación con un cliente
- El porqué de la pérdida de clientes
- Qué es lo que hace que un cliente vuelva a elegirnos

2) Investigación:

a) Realizar una guía de entrevista con preguntas clave

- ¿De donde viene el nombre de la empresa? ¿Cómo surgió?
- ¿Cuántas personas trabajan en la empresa?
- ¿De qué manera recopilan la información de cada marca con la que trabajan?
- ¿Cómo hacen para destacar entre tantas agencias de publicidad?
- ¿Cuál es su manera de innovar con cada campaña, en este mundo repleto de IA?
- ¿Qué problemas o desafíos actuales están enfrentando en cuanto a la toma de decisiones basada en datos?
- ¿Cuáles son las principales áreas del negocio que necesitan un mejor análisis o visibilidad (ventas, marketing, operaciones, finanzas, etc.)?
- ¿Qué tan integrada está la información entre los diferentes sectores?

b) Generar al menos 2 entrevistas alrededor del uso de datos en la organización

- ¿Para qué usas datos?
- ¿Los datos influyen en las decisiones que tomas?
- ¿Qué tipos de datos son los que más relevancia toman para Poland? (financieros, de clientes, de empleados)

c) Realizar una encuesta >> <https://forms.gle/5gHw8ua1x9aC4NRH7>

d) Generar un resumen de hallazgos de entrevistas y encuestas

e) Realizar visualizaciones preliminares con resultados de las encuestas y datos de la organización LOOKER

3) Objetivos

a) Definir 5 OKRs para la organización, considerando los objetivos, al menos 5 Key Results por Objetivo.

Recuerden considerar cifra actual y target. Si los datos no existen, pueden inventarlos, pero intenten basarse lo más posible en el reporte integrado, el cual contiene muchos datos que la organización muestra. Para cada OKR, describir los datos necesarios para su medición, considerando unidad de medida, área dueña del dato, fuente, y toda información de relevancia del dato

1. Ser de las empresas de publicidad más reconocidas de Argentina para el 2028
 - a. Duplicar el número de clientes que tenemos actualmente
 - i. Presentar 3 proyectos por mes
 - ii. Cerrar 12 contratos por año
 - iii. Aumentar un 50% las propuestas a empresas
 - b. Aumentar la base de empleados a 20 personas
 - i. Ofrecer pasantías a estudiantes de publicidad a través de linkedin
 - ii. Participar en 5 ferias de Universidades por año

- iii. Hacer un concurso de creatividad por año
 - c. Ganar un premio Diente
 - i. Hacer 2 publicidades ATL por año
 - ii. Plantear 1 campaña disruptiva y fuera de lo convencional por mes
 - iii. Aplicar el “Warm Up” creativo todos los días antes de empezar a trabajar por 10 minutos
- 2. Contar con una base de clientes fidelizada y diversificada para el 2027
 - a. Tener clientes de 7 mercados distintos
 - i. Entablar reuniones de posibles propuestas a empresas nuevas por lo menos 5 mensuales
 - ii. Abrir el abanico de las regiones donde ofrecemos nuestros servicios (marketing)
 - iii. Estudiar y ajustar los servicios y productos según las necesidades locales y tendencias de cada mercado objetivo
 - b. Que el 60% de nuestros clientes hayan tenido una relación transcurrida o proyectada de más de 2 años
 - i. Generar 6 contratos a largo plazo (2 años mínimo) por año
 - ii. Armar paquetes de descuento por cantidad publicidades y ofrecer a los clientes fieles
 - iii. Implementar un sistema de encuestas de satisfacción para identificar áreas de mejora y tomar medidas proactivas que incrementen la retención de clientes.
 - c. Que el 80% de nuestros clientes nos hayan elegido más de una vez para hacer una campaña
 - i. Implementar un sistema de encuestas de satisfacción para identificar áreas de mejora y tomar medidas proactivas que incrementen la retención de clientes.
 - ii. Hacer un análisis anual de los clientes que no han renovado para identificar y solucionar los motivos de deserción, asegurando una mayor tasa de recontractación.
 - iii. Crear un portafolio de servicios complementarios que permita a los clientes ampliar sus campañas, ofreciendo paquetes de servicios adicionales como gestión de redes sociales, branding, o eventos.
- 3. Aumentar las ganancias por cada campaña para el año que viene
 - a. Disminuir un 20% costo perdido en nuestras acciones como empresa
 - i. Realizar un análisis detallado de los costos actuales para identificar áreas donde se pueden reducir los gastos innecesarios o inefficientes.
 - ii. Adoptar herramientas tecnológicas para automatizar procesos repetitivos, reduciendo el tiempo y costos de ejecución.
 - iii. Llevar una base clara de los gastos que se tiene en el mes
 - b. Aumentar las ventas / publicidades un 10%

- i. Ofrecer promociones por volumen o paquetes de servicios que impulsen mayores ventas sin reducir el margen de cada unidad.
 - ii. Explorar nuevos canales publicitarios como redes sociales, Google Ads y partners con influencers para llegar a más clientes y potenciar las ventas.
 - iii. Ofrecer descuentos o bonificaciones para clientes que nos recomienden a otros clientes, incentivando el boca a boca y la captación de nuevos negocios.
- c. Aumentar el margen bruto un 40%
 - i. Revisar y ajustar los precios de los servicios basados en un análisis de costos y valor percibido por los clientes, asegurando que las tarifas reflejen el valor agregado de las campañas.
 - ii. Implementar métricas de rendimiento y eficiencia en cada proyecto para garantizar que se cumplan los objetivos de margen sin incurrir en costos adicionales o innecesarios.
 - iii. Identificar y priorizar proyectos con mayor margen de beneficio, destinando más recursos a aquellos servicios o clientes que generen un mayor retorno de inversión.

4) Desarrollo de base de datos

- a) Diseñar un modelo de datos relacional que les permita generar los productos de datos

<https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/5f2a0d86-b7e5-43b5-b749-bb7239cbf05c>

5) Desarrollo de productos

- a) Diseñar un dashboard para los distintos productos de datos en una herramienta de visualización de datos LOOKER



b) Diseñar un tablero de mando integral para la organización; objetivos clasificados en las perspectivas:

- Duplicar el número de clientes, estar presente en 7 mercados distintos y alcanzar un 20% de reconocimiento en cada uno, ganar el premio Diente; están clasificados en la perspectiva **Cliente** porque están relacionados con el alcance, reconocimiento relacionado con la satisfacción del cliente o servicio.
 - Número de clientes por periodo
 - Satisfacción del cliente en encuesta post-servicio
 - Índice de presencia activa en otros mercados
 - Calificación de criterios para premio
- Aumentar la base de empleados corresponde a la perspectiva de **Aprendizaje y Crecimiento**, fortalece el equipo humano permitiendo el desarrollo de nuevas habilidades y capacidades.
 - Indicador de cantidad de empleados por periodo.
 - Nivel de satisfacción del personal.
 - Tasa de capacitación por empleados
- Estar presente en al menos el 70% de los países de la región y generar al menos un 30% de los ingresos de nuevos mercados corresponden a la perspectiva **Financiera**, ya que implican objetivos de expansión y generación de ingresos.
 - Porcentaje de ingresos sobre el total de cada mercado, especialmente de los nuevos.
 - Porcentaje de los países en la región con presencia operativa.

6) Soluciones

a) Diseñar una lista de soluciones o iniciativas que impacten en los OKRs definidos

1. Ser de las empresas de publicidad más reconocidas de Argentina para el 2028

- Participar en eventos de publicidad o organizarlos para incrementar la presencia de marca, en los que se invite a clientes potenciales y stakeholders del sector.
- Crear contenido en redes sociales sobre temas de marketing y publicidad para posicionar a Poland como líder de pensamiento.
- Apuntar a ganar un premio Diente a través de una buena planificación y eficiencia de campañas muy creativas y distintas a las demás.

2. Contar con una base de clientes fidelizada y diversificada para el 2027

- Organizar eventos exclusivos de agradecimiento para clientes clave, donde se les presenten avances y tendencias en publicidad, reforzando la relación con ellos y fomentando la fidelización
- Realizar análisis anuales de clientes perdidos para detectar motivos de abandono y ajustar la oferta según sus necesidades
- Hacer encuestas de satisfacción para identificar áreas de mejora y tomar medidas proactivas que incrementen la retención de clientes.

3. Aumentar las ganancias por cada campaña para el año que viene

- Adoptar herramientas tecnológicas para automatizar procesos
- Identificar y priorizar proyectos con mayor margen de beneficio
- Llevar una base clara de los gastos que se tiene en el mes

b) Realizar un esquema de medición de las iniciativas



