

# CAS FLIP (segmentació)

## INTRODUCCIÓ

"Realment necessitem dur a terme un estudi de segmentació de B-escolars?" Vikram va preguntar-li a l'Anand. "Els estudiants de MBA estan preocupats per les carreres professionals i les feines. Ens podem suposar que volen certificacions professionals per millorar la seva feina fa prospeccions de col·locació. Tot el que necessitem fer és posar de relleu que FLIP certificacions estan avalats per la indústria i ajudarà a posar-se en les seves àrees preferents".

Aquesta afirmació es va produir en resposta a la petició de Anand que li va fer a Vikram, un ajut de gestió, que va dur a terme una enquesta per veure si calia segmentar per orientar els estudiants de l'escola de negocis. Els dos treballen per Finitatives Learning Índia Pvt Ltd (FLIP), una start-up recent. L'equip de FLIP està format per graduats en administració de les millors escoles de negocis de la Índia. Tots els trainees de FLIP treballen en el Departament de producció durant un any, per poder entendre bé la cartera de productes de FLIP, abans de tenir la oportunitat de moure's en posicions de direcció general. El Vikram ajuda al Anand, el cap de vendes i de màrqueting, com a part del seu entrenament funcional.

"No crec que podem assumir que tots els alumnes de l'escola B són iguals," va advertir Anand. "Hi pot haver més variància entre ells del que es pot pensar, i per tant, la segmentació pot ser rellevant. Pot ser més eficient dirigir-se a un grup específic d'alumnes més que a tots els alumnes." Anand va dir abans de continuar, "mantenir l'enquesta curta perquè així no és tinguin massa temps en contestar-la i així assegurar-se que no sigui difícil després d'administrar. "Estic segur que podem acabar aquest exercici en una setmana"

## Fons

FLIP ([www.learnwithflip.com](http://www.learnwithflip.com)) es va incorporar amb una visió d'esdevenir la organització més gran en formació i certificació de l'Índia en serveis bancaris i financers de la indústria . FLIP intenta tancar un buit en el mercat de l'educació de qualitat, centrat, a gran escala en l'educació de BFS. Els seus promotors tenen més de 15 anys d'experiència en bancs entre ells; els primers inversors de FLIP també han ocupat càrrecs de nivell executiu en diversos bancs i institucions financeres, que van donar una gran influència a FLIP en la indústria. Aquests credencials, juntament amb la mida del mercat de FLIP estava intentant dominar (1 bilió), explica el perquè l'equip de FLIP estava realment emocionat i optimista sobre l'èxit de la seva empresa.

FLIP va començar les seves operacions el 1 abril del 2009. L'equip format per 10 persones treballaven 12 hores diàries durant cinc mesos abans per poder complir els terminis estrictes i garantir que els seus productes estaven preparats pel mercat. L'ambient de l'oficina de FLIP era el típic ambient alegre, el d'una empresa de nova creació jove. Per molts, les possibilitats i el potencial de l'empresa van ser il·limitats.

El primer conjunt de cursos i certificacions es van iniciar al novembre de 2009. També van començar a signar contractes amb institucions líders que serveixi de socis que han adherit (Endorsing Partners), per poder construir legitimitat i força per a la certificació de FLIP. Aquests socis van donar preferència als professionals certificats de FLIP en els seus esforços de reclutament. Actualment, FLIP té set EPs (socis), inclosos els bancs, les institucions financeres i la seva última incorporació és la IT companyia.

## FLIP CURSOS I CERTIFICACIONS

Les certificacions FLIP estan orientades a la ocupació i ajustades a les típiques zones de BFS. Actualment FLIP ofereix 15 certificacions a través de 7 temes: banca al detall, banca corporativa, Tresoreria i Mercat de capitals, gestió de patrimonis, Inversions, Asset Management i gestió del risc. Hi ha tres nivells d'especialització: Fundació, intermedi i Expert)

Els cursos oferts per FLIP eren a través d'aprenentatge electrònic, cursos de formació vinculats a cada tipus de certificació. Aquests cursos no calien per les certificacions de FLIP, però es consideraven molt valuosos per preparar els exàmens de certificació. Els cursos de formació són creat pels professionals de la indústria amb almenys cinc anys d'experiència dins d'un àmbit específic. La formació es on-line interactiva, fàcil d'entendre els continguts. Aquesta iniciativa d'aprenentatge rep suport d'una Facultat, a través de correu, organitzat a nivell on-line, dubtes explicats en forma de sessions de webinars i conferències d'àudio. Diferents proves diagnosticades i tests ajuden als participants a avaluar quin és el seu aprenentatge i quin és el seu nivell de preparació pels exàmens de certificació de FLIP. (es una prova)

La Fundació de cursos i certificacions són bàsics en la natura, destinat a aquells professionals que vulguin entrar en el món BFS al nivell d'operacions o de gestió. Els cursos intermedis i certificacions són més centrats en el seu intent per preparar professionals de funcions d'administració especialitzada en diversos temes verticals BFS. Aquestes certificacions són ideals pels llicenciats i professionals que es volen moure en diferents camps. Per exemple, un graduat de MBA que treballi com a relationship Manager a gestió de patrimonis que es vol moure cap a temes de banca corporativa i assumir noves funcions, com ara Product Manager. Els cursos d'Expert i certificacions estan orientats a ajudar als professionals a pujar a una jerarquia més elevada.

Candidats que adquireixen els cursos de formació on-line normalment completen la formació en uns tres mesos. Després de la seva formació, els candidats poden reserva on-line i seure els exàmens de certificació de FLIP en qualsevol dels 22 centres de FLIP, situats a l'Índia.

Més de 6.000 clients provenen tant de (B2B) (B2C) sectors. En el sector B2B, una de les companyies del grup Reliance Group( la empresa del sector privat més gran de la Índia). Els clients B2C són tant professionals com estudiants.

Els estudiants són en gran mesura d'escoles de negocis, i encara que FLIP ja ha començat fent cursos en aquest grup d'estudiants, la pregunta es : Entre aquest grup d'estudiants, hi ha diferents segments que volen un producte diferent o diferentment posicionat?

## SEGMENT OBJETIU I COMPETÈNCIA

El segment de l'escola de negocis té una importància estratègica per FLIP, tenint en compte la creixent proporció d'estudiants d'MBA que estan optant per especialitzar-se en finances i buscar llocs de treball a BFS cada any.

Actualment, l'oferta de FLIP a aquest segment de clients no s'enfronta a la competència directa al mercat indi. No obstant això, una certa competència existeix en temes verticals específics (per exemple, NCFM, que és la Certificació de la Borsa Nacional de Mercats Financers i altres, com ara el Comitè de Llibertat Sindical o Chartered Financial Analyst). Els preus (en rupies índies o INR) per a cada certificació i els seus cursos de formació associats són al voltant INR2500 cada o INR5000 en total. Certificacions NCFM tenen un preu entre INR1000 i INR2000 però no ofereixen cursos de formació interactius o l'assistència del professorat.

A més, a diferència de les certificacions NCFM, certificacions FLIP estan recolzades per membres de la indústria, tal com es descriu anteriorment (per exemple, EPs).

La força de les certificacions FLIP també han estat impulsades per una relació de co-branding amb la Borsa de Valors Nacional de l'Índia (NSE) per a les certificacions relacionats amb els mercats de capitals. A més, FLIP ofereix una plataforma de contractació on-line (reclutament) que permet als candidats pujar els seus currículums i sol · licitar llocs de treball específics publicats en el lloc web.

## ENQUESTA:

Vikram va decidir que anava a necessitar una mica d'ajuda estructuració del qüestionari i va demanar una reunió amb els seus companys: Preeti, Stefan, Sumana i Rajat. No obstant això, Vikram encara tenia dubtes sobre l'exercici. Ell va decidir expressar els seus sentiments als altres, per mesurar les reaccions dels altres.

"Francament, encara no estic convençut sobre el valor d'una enquesta per entendre millor als nostres clients estudiants", va dir Vikram. "Podem segmentar fàcilment

Escoles-B en tres nivells. Escoles de Nivell 1: les millors escoles de la Índia: en general tenen una bona inserció laboral, i els estudiants poden veure que aquestes certificacions de FLIP no siguin molt útils. No obstant això, això no és cert per als nivells 2 i 3 de les escoles d'Índia, per això, aquests haurien de ser els nostres segments objectiu !!!".

Stefan va estar d'acord: "No té sentit segmentar uns segments de mercat naturals."

Després de pensar una mica, Sumana voluntàriament va dir, "No obstant això, l'enquesta podria ajudar a entendre quina és la combinació de les certificacions que hem de posar al mercat pels estudiants i ens ajuda a identificar la demanda de cadascuna de les nostres certificacions.

"A més, crec que hi ha més implicacions per a la segmentació," Preti va dir "Recordo haver llegit que la segmentació no només s'utilitza per determinar què fer amb el producte, sinó també la manera de posicionar el producte, la qual cosa significa que la segmentació podria ajudar-nos a determinar les decisions comercials òptimes per a la nostra oferta. És a dir, pot haver valor en termes de perfeccionament de la nostra barreja de productes, la comprensió del nostre millor preu, i decidir sobre els mètodes de distribució o promocions ideals per als estudiants. " (explica les quatre P).

Passejant per la sala de reunions, Anand va escoltar l'última part de la discussió . "Preeti te raó" , ha apuntat . " La idea darrere d'aquest exercici no és la estimació de la demanda, sinó més aviat , la comprensió de com posicionar les certificacions als estudiants. " Anand ha assenyalat a més que tot i que trobar feina i promocionar podrien ser l'objectiu principal per a la majoria dels estudiants, podria haver alguns estudiants que persegueixen les certificacions professionals simplement per millorar els seus coneixements. " Tenint en compte l'escàs temps que els estudiants passen a les escoles de negocis, és molt poc el que es pot aconseguir més enllà d'establir una base. Això és particularment cert donada l'evolució dels programes d'MBA d'un any. Per exemple, prengui un tema com l'anàlisi del crèdit. Les escoles de negocis poden ensenyar els conceptes bàsics d'anàlisi de crèdit però poques vegades és el que té el temps per ensenyar als estudiants com escriure una nota de crèdit. Com vostès saben, una nota de crèdit és un document de 30 pàgines! El meu amic Suresh, que treballa com a analista de crèdit, em va dir que ell va necessitar sis mesos a la feina per aprendre a crear una nota de crèdit. Els estudiants amb experiència de treball sovint saben això, i per això són propensos a optar per les certificacions professionals ".

Anand va assenyalar que la segmentació no ajuda només a determinar el que volen els clients, sinó també a definir qui són els clients i com arribar-hi a ells: "Anem a suposar que els nostres clients objectiu són els que són principalment saben on està ubicat el campus. La nostra enquesta probablement ens pot dir si aquests estudiants assisteixen a sessions de conselleria de carreres al campus. Si és així, les sessions de conselleria sobre les carreres seria una forma ideal per crear consciència sobre les certificacions Flip."

Vikram va assentir, més convençut sobre el valor d'un estudi de segmentació. Estava clar que el qüestionari segmentació haver de ser estructurat per mesurar tant les preferències de l'usuari i les característiques dels usuaris. Un dia i mig després, Vikram havia creat el qüestionari i immediatament va començar a administrar-lo en línia.

Uns dies més tard, es va reunir Vikram Anand per posar-li al corrent dels progressos de la seva recollida de dades. Anand va demanar que mirés el qüestionari, però en llegir les primeres preguntes, va començar a preocupar-se. Hi hauria dificultats per analitzar aquestes dades, donada l'estructura d'algunes de les preguntes?

## EXERCICIS

1. Llegiu atentament el qüestionari en l'annex 2. teniu alguna preocupació com l'Anand? Destacar els possibles problemes amb la construcció de les preguntes o amb les escales que s'han utilitzat per recollir les respostes. Recomaneu els possibles canvis, si ho considereu necessari, del qüestionari.
2. Executar una anàlisi clúster (sense anàlisi discriminant) al veure les dades (flipsegmentació).xls. Identificar el nombre adequat de clústers i el nom de cada clúster.
3. Tornar a executar la clusterització de dades utilitzant el nombre de clústers que heu triat en l'exercici 2, juntament amb una **anàlisi discriminant**. Utilitzant la sortida de l'anàlisi discriminant, descriu cada segment
4. Quins són els propers passos que recomanaries per FLIP?

## EL QÜESTIONARI:

Heu seleccionat (o estàs planejant seleccionar) finances com la seva especialització majoritària?

SI / NO

Tens pensat justificar el teu MBA amb altres certificacions professionals (NCFM, CFA, etc)?

SI / NO

(continuar només si les dues respostes han estat que sí)

**Detalls al què respon:**

D1. Escola-B estudis en:

D2. Experiència laboral total (núm. de mesos):

D3. Experiència laboral corresponent a BFS (en mesos):

D4. Major especialització:

D5. Menor especialització:

D6. Llicenciatura en:

D7. Rànquing a classe:

- Més del 10 %

- Més del 25 %

- Mai

**Per què voleu obtenir una certificació professional?**

**Q1. Perquè les certificacions professionals queden bé en el meu currículum i mostren quines són les meves capacitats?**

Molt en desacord

Desacord

Ni un ni l'altre

D'acord

Molt d'acord

**Q2. Aquestes certificacions milloren les meves perspectives en el campus?**

Molt en desacord

Desacord

Ni un ni l'altre

D'acord

Molt d'acord

**Q3. Aquestes certificacions donen coneixement pràcticament orientat i ajuden a realitzar-me millor en la indústria?**

Molt en desacord

Desacord

Ni un ni l'altre

D'acord

Molt d'acord

**Q4. Tenir aquestes certificacions m'ajudarà a canviar de feina durant les darreres etapes de la meva carrera?**

Molt en desacord

Desacord

Ni un ni l'altre

D'acord

Molt d'acord

Una mica sobre tu...

**Q5. Jo Considero que serà convenient per preparar-me per la prova abans de la matricula.**

Molt en desacord

Desacord

Ni un ni l'altre

D'acord

Molt d'acord

**Q6. Em preocupa molt quant he de pagar per fer la prova.**

Molt en desacord

Desacord

Ni un ni l'altre

D'acord

Molt d'acord

**Q7. Vaig assistir a sessions de treball portades a terme pel Club de finances en la meva escola-B.**

Mai

Rarament

A vegades

Majoritàriament

Gairebé Sempre

**Q8. Vaig assistir a xerrades d'assessorament de feina que s'oferien en la meva escola-B?**

Mai

Rarament

A vegades

Majoritàriament

Gairebé Sempre

**Q9. Vaig participar en diverses competicions dins de l'universitat i festivals culturals.**

Mai  
Rarament  
A vegades  
Majoritàriament  
Gairebé Sempre

**Q10. Jo prefereixo llegir llibres per veure una sessió interactiva a l'ordinador.**

Mai  
Rarament  
A vegades  
Majoritàriament  
Gairebé Sempre