



Convención comercial **FNA**

Juntos **hacemos realidad** el hogar de los colombianos



Plan de Mercadeo 2023-2026



Pilares Plan de Mercadeo

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

MARCA

COMERCIAL

FIDELIZACIÓN
Y ALIANZAS

MARKETING
DIGITAL

INVESTIGACIÓN
DE MERCADO

COMUNICACIÓN EXTERNA CON LENGUAJE DE INCLUSIÓN Y EQUIDAD

Objetivos Plan de Mercadeo



Diseñar e implementar acciones tácticas que permitan incrementar la cuota de mercado, captar nuevos clientes, fidelizar a los existentes y ampliar la visibilidad del FNA, alineándonos al marco del Plan Nacional de Desarrollo y Plan Estratégico Institucional (PEI).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Mejorar imagen, cercanía y posicionamiento del FNA. implementar

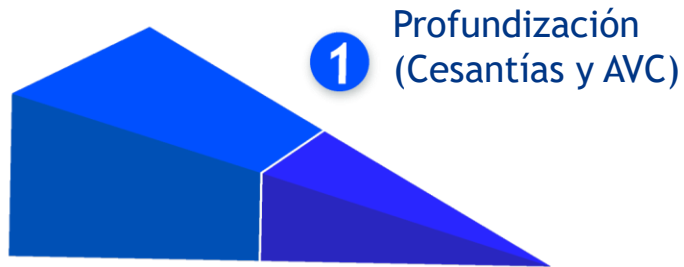
Aumentar número de clientes que promuevan la entidad.

Llegar a nuevos mercados sin presencia del FNA.

Crear el programa de fidelización y alianzas.

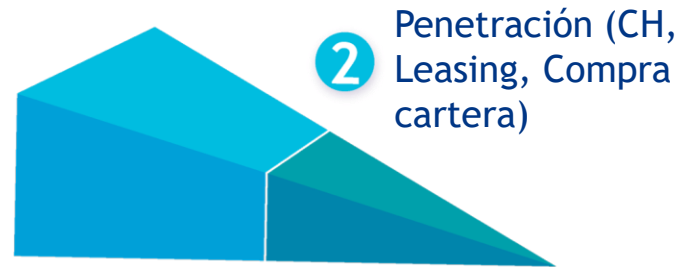
Desarrollar, proponer y coordinar investigaciones de mercado para crear propuestas de valor.

Estrategia Comercial Empresas Privadas y Públicas



NUEVOS AFILIADOS

En **4.517 Empresas Privadas** y **567 Entidades Públicas**, con productos de Captación y se proyecta crecimiento en Nuevas Afiliaciones del **16%**.



VENTA CRUZADA

En **5.248 Empresas Privadas** y Entidades Públicas, con las cuales se busca incrementar el IVC del **7.17%** al **8.6%** y del **5.49%** al **6.75%** respectivamente. Crecimiento Promedio de **1.28%**.



DESCENTRALIZACIÓN TERRITORIAL

Ampliando mercado en **505 Empresas** y Entidades, con presencia nacional y que no están siendo atendidas por el FNA; por medio de **60 nuevos Asesores Comerciales** de Fuerza Externa.

Pilar Marca

Tácticos



1. Crear manual estratégico de marca.
2. Ambientación de espacios P.A.
 - a. Tipologías de Ferias.
 - b. Unidad de imagen FNA.
3. Moviéndonos por Colombia y de Pueblo en Pueblo
4. FNA academia.
5. Participación en zonas de influencia.
6. Material institucional y merchandising.



7. Programa radial FNA te enseña.
8. Jingles segmentados por región.
9. Sinergias con medios de comunicación.
10. kit de felicitación casa obtenida.
11. Participación en congresos sectoriales, ferias institucionales.
12. Presentación resultados.
13. FNA 55 años.

Pilar Comercial

Tácticos



1. Campaña 360, con 3 momentos: antes, durante y después.
2. Charlas virtuales para afiliados.



1. Campaña 360.
2. Campaña mes del ahorro Halloween.
3. Promocionar AVC en el segmento de informales - ferias locales.

CAPTACIÓN

1. Participación en eventos cancillerías, embajadas colombianas y consulados.
2. Realizar alianzas con empresas de remesas.

COLOMBIANOS
RESIDENTES
EN EL
EXTERIOR

1. Charlas con expertos educación financiera en universidades.
2. Actividades con emisoras segmento.

GENERACIÓN
FNA

Pilar Comercial

Tácticos



CRÉDITO
HIPOTECARIO

1. Campaña preaprobados:
 - Generación de preaprobados para llevar a todas las ferias.
 - Mailing mensual con la base de créditos preaprobados.



COMPRA CARTERA
HIPOTECARIA

1. Activaciones empresariales.

COLOCACIÓN

1. ATL en ascensores de conjuntos residenciales.
2. Activaciones BTL en centros comerciales.



LEASING
HABITACIONAL

- Crédito vivienda Usada y mejora**
1. Fortalecer la sección de minvivienda.fna

Crédito Constructor

1. Campaña segmentada y lanzamiento del producto.

TOTAL DE INICIATIVAS: 17

Pilar Fidelización y Alianzas

Tácticos



B2C

1. Creación de Customer Journey por producto.
2. Ofertas de valor en momentos de verdad del cliente.
3. Crear experiencias memorables en cada punto de contacto (call center, página web, P.A)



B2B

1. Oferta de valor (evento fin de año, apoyo en actividades de bienestar, etc.)
2. Oferta de valor empresas: charlas y eventos con temas relevantes para crear embajadores.



Generación FNA

1. Charlas en universidades para tener bases de datos.

Alianzas

1. Portafolio de aliados (Market Place).
2. BD segmentado para crear campañas dirigidas.

TOTAL DE INICIATIVAS: 12

Pilar Marketing Digital

Tácticos



CREACIÓN DE CONTENIDO

Crear contenido relevante por audiencia a través de un blog y boletines de prensa.



RELACIONES COLABORATIVAS

A través de influencers para generar comunidad.



STAKEHOLDERS

1. Sinergias con entidades relacionadas al sector vivienda: constructoras e inmobiliarias.
2. Webinars FNA en conjunto con constructoras e inmobiliarias.
3. Sinergia en Twitter, (X) con las entidades gubernamentales.

TOTAL DE INICIATIVAS: 9

Pilar Marketing Digital

Tácticos



EMPRESAS

1. Correo corporativo como herramienta de comunicación directa.
2. Email marketing.



EDUCACIÓN FINANCIERA

1. Desarrollo de una sección en el portal web con 5 módulos:
 - FNA te enseña (videos cortos)
 - PodCast FNA Te Enseña
 - Tutoriales FNA
 - Link glosario FNA
 - Link blog financiero
2. Sello de educación financiera

Pilar Investigación de Mercados

Tácticos



Monitoreo de medios periódico.



Contar con el estudio de posicionamiento de marca TOM y TOH.



Estudio de rediseño de imagen y slogan de la marca FNA luego de su aniversario 55.

TOTAL DE INICIATIVAS: 4



Convención comercial **FNA**

Juntos **hacemos realidad** el hogar de los colombianos

Gracias