

La nueva revolución del marketing: Inteligencia predictiva, segmentación y personalización de emails

Ya es posible enviar comunicaciones customizadas que se adaptan totalmente a los gustos e intereses de los usuarios. El contenido de cada comunicación se crea a partir de los datos que se recopilan de forma automática sobre cada cliente presente o potencial. Este sistema es muy intuitivo gracias a las opciones drag&drop a la hora de segmentar audiencias y diseñar el contenido

Una revolución ha llegado para quedarse de forma definitiva en el terreno del marketing: La Inteligencia Predictiva, la segmentación personalizada y la automatización de las comunicaciones.

A pesar de que la mayoría de las empresas e instituciones siguen enviando comunicaciones (emails, push mobile, etc.) de una forma masiva y con un contenido idéntico a toda su base de datos, ya hace tiempo que este sistema ha sufrido una transformación radical. Con herramientas como Salesforce Marketing Cloud, los mensajes ya no caen más en la carpeta de spam y, además de pasar esa barrera, cada usuario recibirá un contenido totalmente personalizado y adaptado a sus gustos y necesidades.

‘Cualquier gran empresa tiene que contar con un sistema de Marketing automatizado, cuyo contenido se adapte 100% a los gustos e intereses de los usuarios. Ahora mismo es una diferencia competitiva fundamental con la que pasarás de ser una marca que comunica de forma molesta a ser una marca que ofrece información de valor y totalmente adaptada al cliente’, afirma Marcelo Ferrando, Director de la consultora tecnológica LeadUp Digital Solutions.

Esto significa que dejarán de existir los mensajes publicitarios en los que el usuario recibe algo que no le interesa y que gracias a la información que se almacena en el CRM (Customer Relationship Management) bien de forma manual o, generalmente, automática, sobre los datos de la navegación de cada una de las personas que se hallan en la base de datos de la empresa, ésta será capaz de enviar contenidos sobre productos relacionados, ofertas de los productos o servicios que le interesen al potencial cliente o, simplemente, novedades de los mismos, etc.

Una amplia cantidad de posibilidades que trae el tratamiento del Big Data que logra aumentar tanto el CTR (Click Through Rate), proporción de clics que reciben los enlaces de nuestras comunicaciones, como la cantidad de conversiones, al ofrecer contenidos adaptados a los gustos de los usuarios, lo que deriva en un aumento del ROI (Return of Investment o Retorno de la Inversión), cifra que se eleva en ocasiones hasta el 47%.

Customer Journey: La ruta del cliente que permite tener el sistema de comunicaciones más eficiente

El Customer Journey (Viaje del cliente) es la serie de interacciones que el consumidor realiza en su

proceso de relación con tu producto o servicio. El 73% de los profesionales del Marketing aseguran que extraer un mapa de este camino mejora el engagement. Por ello, una estrategia en este sentido es fundamental.

‘Si conocemos las acciones que un usuario realiza con respecto a nuestra marca, podremos reaccionar a conciencia’, afirma Ferrando. ‘La gestión de cliente es completa si integramos la información de la navegación por la web de la empresa o la tienda online de cada usuario, ya que sabremos a qué ha prestado atención cada persona, en qué momento ha abandonado... En definitiva, nos permitirá saber más acerca de sus preferencias y enviarle comunicaciones adaptadas 100% a sus gustos’, prosigue el director de la Consultora.

Las herramientas de Marketing Cloud de Salesforce constituyen una potente solución para el trabajo global en Marketing Online y, en este caso en particular, nos permitirán crear una campaña que tendrá los límites que los profesionales de la marca o compañía quieran ponerle: ‘Podríamos programar un año entero de comunicaciones según fechas que ya conocemos de antemano como cumpleaños, Halloween, Navidad, Día del Padre y, vacaciones de verano, etc., y establecer su envío automatizado. Incluso quedaría programado qué mensajes posteriores se enviarán dependiendo de lo que el usuario haga (abrir el mail o no, pinchar en una información determinada... Además, gracias al drag&drop (arrastrar y soltar) el uso es muy intuitivo a la hora de segmentar audiencias y diseñar el contenido’, comenta Ferrando.

Pero esta herramienta no se centra de mera automatización, sino que el contenido será dinámico, es decir, cambiará en función del usuario al que se dirija la empresa o marca en su campaña, consiguiendo una relación 1 to 1 (1 a 1) con el cliente, cada vez más demandada por los usuarios en un mundo hiperconectado.

‘Dependiendo de la información que nuestro CRM irá almacenando, nuestros mensajes podrán cambiar de lenguaje dependiendo del origen del usuario y tendrán un contenido u otro dependiendo de cosas tan básicas como el género, la edad, u otras más complejas como el análisis de su respuesta o no a nuestros anteriores mensajes o el interés por un producto en concreto, por lo que en siguientes comunicaciones se le podrán enviar ofertas de ese producto, productos relacionados (cross selling), etc.’, explica Ferrando.

Tanto es el auge de la relación 1 a 1 con los clientes, que las empresas que manden mensajes masivos sin haber analizado previamente a sus potenciales clientes no sólo estarán contribuyendo a generar ruido, sino que verán que sus intentos de llegada serán infructuosos en términos de retorno de la inversión:

‘Quien manda contenidos sin foco y sin adaptarse a cada usuario está perdiendo en términos de competencia con respecto a otras empresas que ya han implementado estos sistemas. No sirve de nada tener una nutrida base de datos de clientes y no tratarles personalmente cuando hoy es posible gracias a la tecnología que es capaz de gestionar el Big Data’, concluye Marcelo Ferrando.

LeadUp Digital Solutions

LeadUp Digital Solutions es una consultora tecnológica especializada en Marketing Automatizado y Predictivo y, más concretamente en Salesforce y sus tecnologías en la nube como Sales Cloud y Marketing Cloud. Especialistas en Marketing, técnicos y profesionales en Cloud se han unido para ofrecer soluciones digitales a empresas que necesitan adaptarse a las necesidades tecnológicas más innovadoras y a un marketing muy especializado con herramientas cada vez más potentes que les ayuden a conseguir los objetivos marcados.

Su página web para información adicional: leadup-ds.com

Para más información contactar a:

Laura Alejandro Fuentetaja

T. +34 644 467 710

M. lau@vintagecomunicacion.com

vintagecomunicacion.com

Datos de contacto:

Laura Alejandro
644467710

Nota de prensa publicada en: [Segovia](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Emprendedores E-Commerce Software](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>