



5 Pilares de una solución de Automatización de Mercadotecnia

Actualmente vemos una gran preocupación en las empresas medianas para poder mantenerse competitivos y luchar de tú a tú con grandes organizaciones y que compiten por sus clientes nos lo desde México, sino que en muchas ocasiones gracias al fenómeno del internet pues nos encontramos en franca batalla con empresas de otros países.

Para poder lograr la competitividad requerida la tecnología es un gran habilitador y sobre todo si esta puede estar al alcance de todas las empresas y nos referimos a que puedan pagar por ello. Ante este reto aquí se muestran los cinco tópicos que las soluciones de marketing automation deben contener para ser viables en una mediana empresa.

Los cinco Pilares son:

- 1. Captura y Obtención de leads**, debemos verificar que se puedan transferir datos de otros bases de datos al sistema de gestión, y que se pueden crear formas adaptadas a nuestro negocio con la información que queremos de los prospectos y de los clientes. Debemos verificar que se eviten las

Efficientix

duplicaciones de registros identificando la fuente de donde provienen y que sea registrado de esa forma para poder medir la efectividad de cada campaña que lo generó o la fuente de donde se obtuvieron los datos.

- 2. Creación de campañas** debemos poder mapear todo el flujo de una campaña esto es, que quede identificado según las condiciones que debe seguir después de cierta respuesta o contacto, con ello podremos asegurar que en cada campaña somos capaces de medir su efectividad, ROI, identificar la fuente del prospecto. Ya que tenemos toda la campaña estructurada ahora debemos ejecutarla y obtener toda la información necesaria para analizar si la campaña es efectiva o no y que utiliza los diferentes canales de acceso a los clientes y prospectos.
- 3. Upselling;** Uno de los rubros que hay que sacar provecho es el de poder vender más a nuestra base instalada y es por ello que necesitamos verificar esta, bajo un método donde analiza qué es lo que los clientes tienen y con el entendido de los diferentes productos o servicios que tiene nuestro negocio, posicionamos aquellos productos que aún no tiene y se hace esto con información real de comportamiento del cliente.
- 4. La publicidad basada en palabras clave** y ahí es donde tenemos que verificar que nuestra herramienta es capaz de medir y llevar el tracking de la fuente de cada campaña y de cada contacto que accesa nuestro web site y con ello poder medir el ROI de nuestra inversión en palabras clave. Además, debemos verificar podemos medir la efectividad de cada palabra pagada, los search engines como Google o Yahoo, la audiencia target y el URL asociado con el resultado de la búsqueda de la palabra clave.
- 5.** Finalmente, el rubro que más nos debe preocupar es el asegurar la herramienta es capaz de **medir** todo de forma flexible y adaptable a las necesidades cambiantes. Sacando provecho de reportes previamente diseñados, como el ROI de cada campaña, y las respuestas de cada campaña. Será importante nos aseguremos de la obtención de información en tiempo real para la toma de decisiones ágil y efectiva.

Si nos enfocamos en verificar estos 5 pilares podremos asegurar una solución dinámica y flexible para lograr nuestros objetivos de mercadotecnia, ante ello consideramos que una de las herramientas que ha probado resolver estos temas es el CRM de Netsuite, la cual recomendamos sea considerada por cumplir con estos temas, pero sobre todo que se adapta a los presupuestos de las pequeñas y medianas empresas en crecimiento.