

A pyme
comercio

Mejora tu estrategia con clientes a través de los datos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



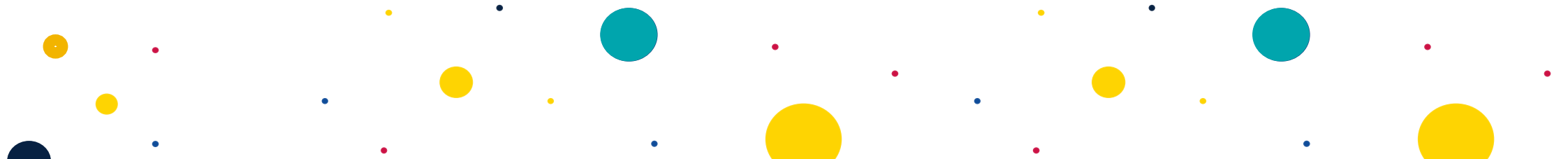
UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"

Índice

> Introducción	03.
> Conoce a tu cliente potencial y cáptalo mejor gracias a los datos	04.
> Mejora tu presencia web gracias a los datos	05.
> ¿Cómo consigo evitar perder clientes y fidelizarlos gracias a los datos?	06.
> ¿Cómo puedo optimizar mis inversiones en campañas de marketing gracias a los datos?	07.
> ¿Cómo puedo optimizar los precios y promociones de mi negocio gracias a los datos?	09.
> ¿Cuáles son los beneficios de tener una estrategia de clientes basada en datos?	10.
> Herramientas	11.
> Conclusiones	12.



Introducción

Hacer uso de los **distintos datos que están al alcance de cualquier pyme** trae consigo muchas ventajas, las más destacadas: fidelización de clientes, personalización de productos, mejor relación con el cliente, o mayor productividad e inmediatez de servicio.

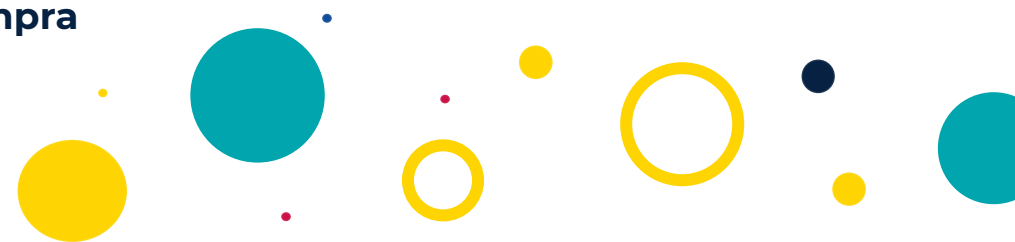
En el contexto socioeconómico actual, los **datos digitales** que se generan con cualquier tipo de **acción cotidiana** están cobrando cada vez más importancia, y se trata de distintos datos que todos generamos sin apenas darnos cuenta. Por tanto, es fundamental adaptarse a cuatro tendencias:

- **Customer centricity**
- **Aumento del uso y presencia en canales digitales**
- **Omnicanalidad**
- **Personalización**

Estas tendencias ayudan a las pymes a **adaptarse a las necesidades y preferencias de los clientes**, además de **mejorar la experiencia de compra** de los mismos, manteniéndose así **competitivas** en el mercado.

Para 2025 se prevé que se genere un volumen de datos en todo el mundo que ascienda a 180 zetabytes, vaticinando un crecimiento medio anual de casi el 40% más que el que se dio en 2020.

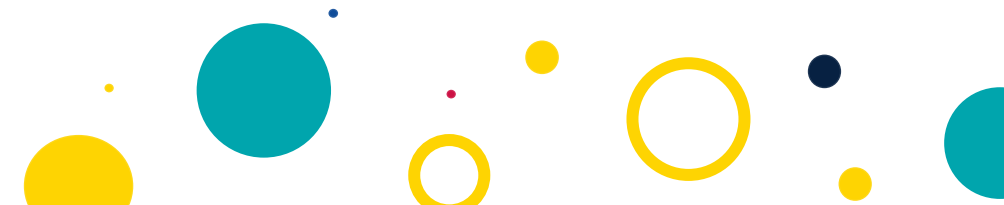
IDC, Seagate y Statista



Conoce a tu cliente potencial y cáptalo mejor gracias a los datos

Disponer de un perfil ajustado y concreto del cliente objetivo de una compañía permite **ajustarse**, en mayor medida, a **sus necesidades y garantizar el éxito**. Para esto hay que llevar a cabo una serie de pasos:

1. Conocimiento del ciclo de vida del cliente
2. Identificar los datos en todos los puntos de contacto del cliente
3. Identificar las variables que caracterizan al cliente objetivo
4. Diseñar modelos analíticos que permitan la toma de acciones



Mejora tu presencia web gracias a los datos

► Uno de los principales métodos para la atracción de nuevos clientes es **mejorar la presencia en web**. Una **página web** sirve como **herramienta para la extracción de distintos datos**. Existen dos grupos principales:

Datos para **caracterizar a los usuarios y conocer su comportamiento** a lo largo del proceso de navegación y compra

Datos para saber cómo es el **rendimiento de las acciones de marketing digital** y las campañas publicitarias

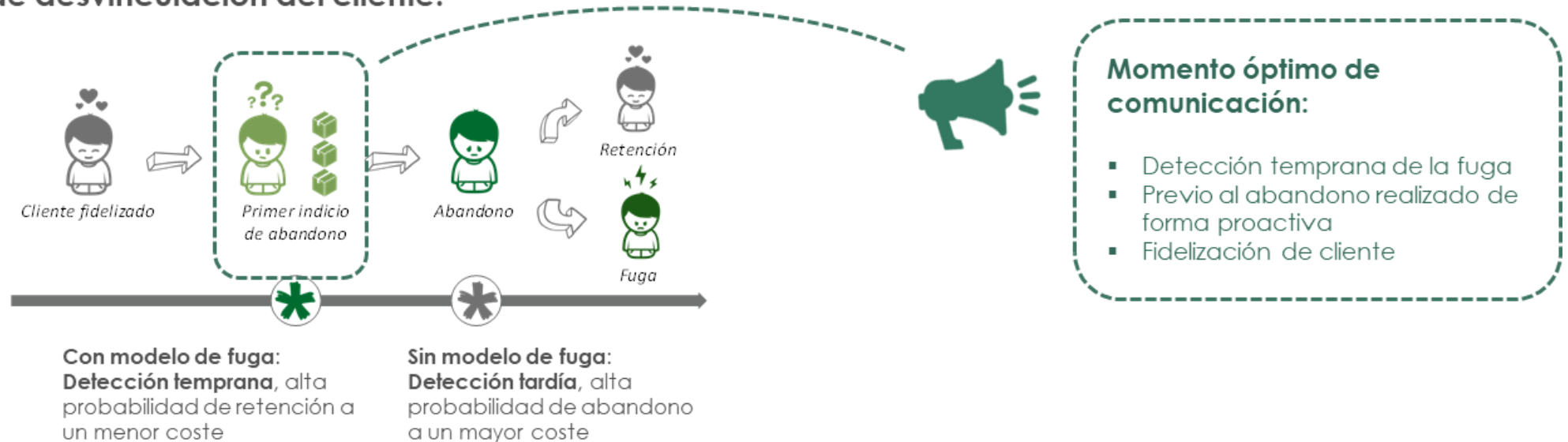
► En el caso de la analítica web, resulta necesario establecer unos KPIs (Key Performance Indicators) que **permitan medir el rendimiento y el alcance de los objetivos establecidos**.



¿Cómo consigo evitar perder clientes y fidelizarlos gracias a los datos?

Existe la posibilidad de **construir** una serie de **modelos analíticos** que permitan **detectar de forma temprana el abandono** de los clientes, posibilitando evitar la fuga antes de que se produzca de forma proactiva.

Proceso de desvinculación del cliente:



¿Cómo puedo optimizar mis inversiones en campañas de marketing gracias a los datos?

Los datos proporcionan información en todos los casos, aunque cobran especial sentido en el caso de las campañas de marketing, ya que existen distintas maneras en las que autónomos y pymes pueden explotar los datos a su alcance:



IDENTIFICAR LOS CANALES DE MARKETING MÁS EFICACES



SEGMENTAR SU PÚBLICO



OPTIMIZAR SUS MENSAJES DE MARKETING



UTILIZAR LOS DATOS PARA ASIGNAR EL PRESUPUESTO

¿Cómo puedo optimizar los precios y promociones de mi negocio gracias a los datos?

► Existen formas adicionales para que autónomos y pymes puedan optimizar precios y promociones como:



Análisis de los datos de los clientes



Prueba de distintas estrategias de precios y promociones



Control de los precios y promociones de la competencia



Utilización de los datos para optimizar el calendario de promociones

¿Cuáles son los beneficios de tener una estrategia de clientes basada en datos?

› Este tipo de **estrategias permiten generar un mayor impacto en menos tiempo**, adoptando una mayor flexibilidad y reduciendo el riesgo existente respecto a otras situaciones en las que no se dispone de información. Permite tomar decisiones de negocio que se sustentan en datos y resultados existentes. Los principales **beneficios** que aporta son los siguientes:

- 1.** Toma de decisiones en tiempo real
- 2.** Aumento del conocimiento de nuestra cartera de clientes
- 3.** Incremento de la eficiencia mediante automatización
- 4.** Personalización y trato diferencial al cliente
- 5.** Mejora de la satisfacción y fidelidad



Herramientas

► Definir la estrategia de datos puede ser sencillo si te haces con la herramienta adecuada para tus necesidades. Se detallarán a continuación, herramientas para la **analítica web**; herramientas para la **analítica avanzada** y también herramientas para la **visualización de datos**.

ANALÍTICA WEB



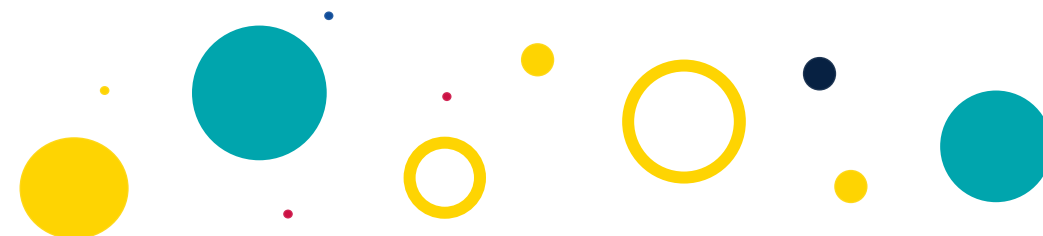
ANALÍTICA AVANZADA



VISUALIZACIÓN DE DATOS

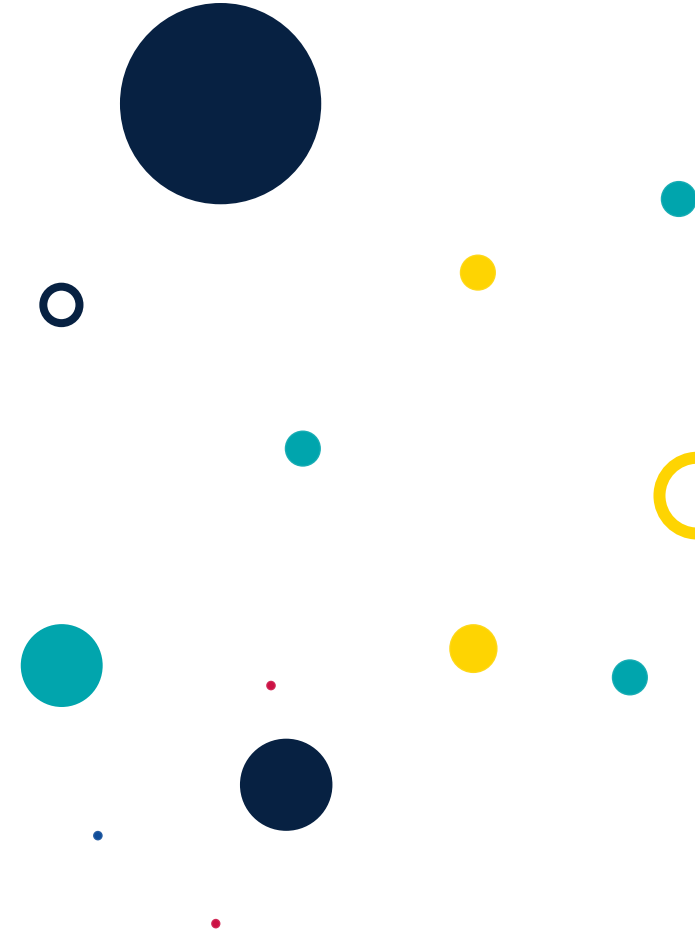


Power BI



Conclusiones

- Todos los autónomos y pymes, independientemente de su tamaño, tienen a su **alcance un gran volumen** de datos del que, generalmente, no son siquiera conscientes. Todos esos datos pueden explotarse y analizarse, para poder implementar una efectiva estrategia con clientes a través de los datos.
- En general, una estrategia de clientes basada en datos se configura como una base sólida que facilita a cualquier organización la toma de decisiones sólidas. Esta estrategia conlleva: un **aumento de la eficiencia, una mejora de la satisfacción y fidelidad del cliente y un incremento de la rentabilidad de un negocio.**





GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"