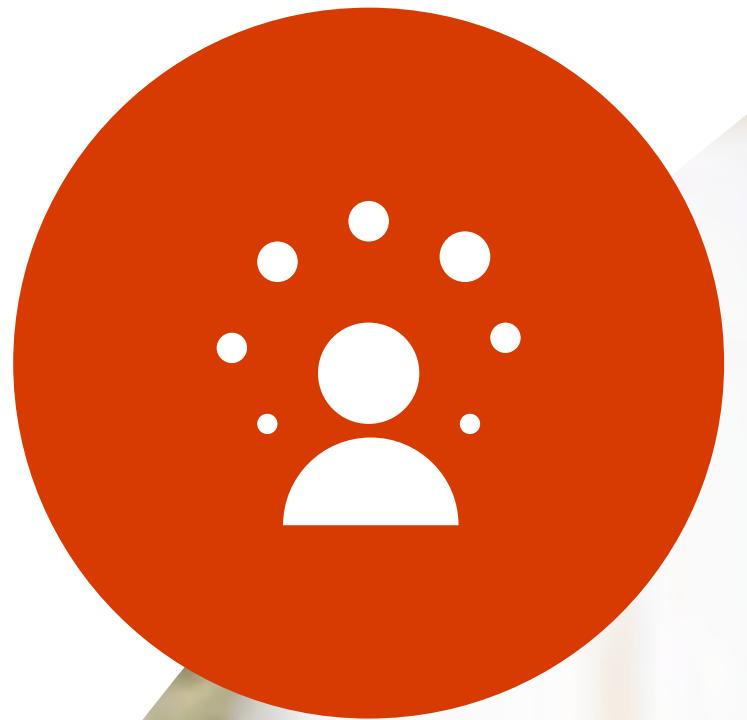




Mejora las experiencias de los clientes

Organiza recorridos del cliente personalizados en todos los puntos de contacto para fortalecer las relaciones y fidelizar a los clientes





Las empresas pueden facilitar la digitalización con un cambio fundamental de la definición tradicional de personalización a una que implique un diálogo más interactivo.¹

—Accenture

El mundo ha cambiado. Eso significa que necesitas una nueva estrategia.

Los cambios sísmicos en el panorama empresarial global están obligando a cuestionar los supuestos más arraigados y a crear nuevas vías de oportunidad.

Los directivos de marketing y experiencia del cliente reconocen que ya no basta con intentar contactar con los clientes a través de un proceso lineal basado en los mensajes transmitidos a bombo y platillo. El futuro del marketing se centra en recorridos hiperpersonalizados y orquestados que **mejoren las experiencias de los clientes**. Los recorridos más exitosos transmitirán mensajes en tiempo real en los eventos o momentos que decida el cliente.

Crea interacciones verdaderamente personalizadas

Según un informe de Accenture, permitir que los clientes diseñen sus propios recorridos hasta la decisión de compra es la clave para una personalización satisfactoria.¹ Las organizaciones se centran en obtener un conocimiento más profundo de sus clientes y en utilizar los conocimientos resultantes para desarrollar mensajes más adaptados e hiperpersonalizados. Además, hay un mayor énfasis en la consolidación y retención de clientes de alto valor a largo plazo.

Ambos cambios están respaldados por mayores inversiones en automatización para aumentar el uso eficaz de las fuentes de datos y los análisis. La campaña de marketing dirigida al público se está transformando en un bucle que abarca desde las comunicaciones hasta la acción en el que los mensajes de marketing, el tiempo y el canal de entrega, y la respuesta del cliente generan conocimientos que pueden mejorar la próxima interacción.

Esas interacciones están cambiando. Ahora se centran en las experiencias de los clientes y se convierten en recorridos basados en eventos en tiempo real. En un momento de disruptión, los recorridos de los clientes pueden determinar su rumbo: la hiperpersonalización basada en las interacciones y preferencias del cliente para fortalecer las relaciones comerciales en todos los puntos de contacto.





Impulsa las interacciones personalizadas organizando el recorrido del cliente en tiempo real

Microsoft Dynamics 365 Marketing te permite interactuar con los clientes en tiempo real. Con sus completas funciones, las empresas pueden organizar recorridos del cliente en los que se utilice el profundo conocimiento que se tiene de ellos, de sus preferencias y de sus comportamientos, y la capacidad de supervisar y administrar el recorrido a través de puntos de contacto físicos y digitales. Estas funciones mejoran la capacidad de una organización de forjar relaciones comerciales sólidas con cada cliente o cuenta y de ofrecer comunicaciones relevantes en los canales preferidos, muchos de los cuales están respaldados por la inteligencia artificial.

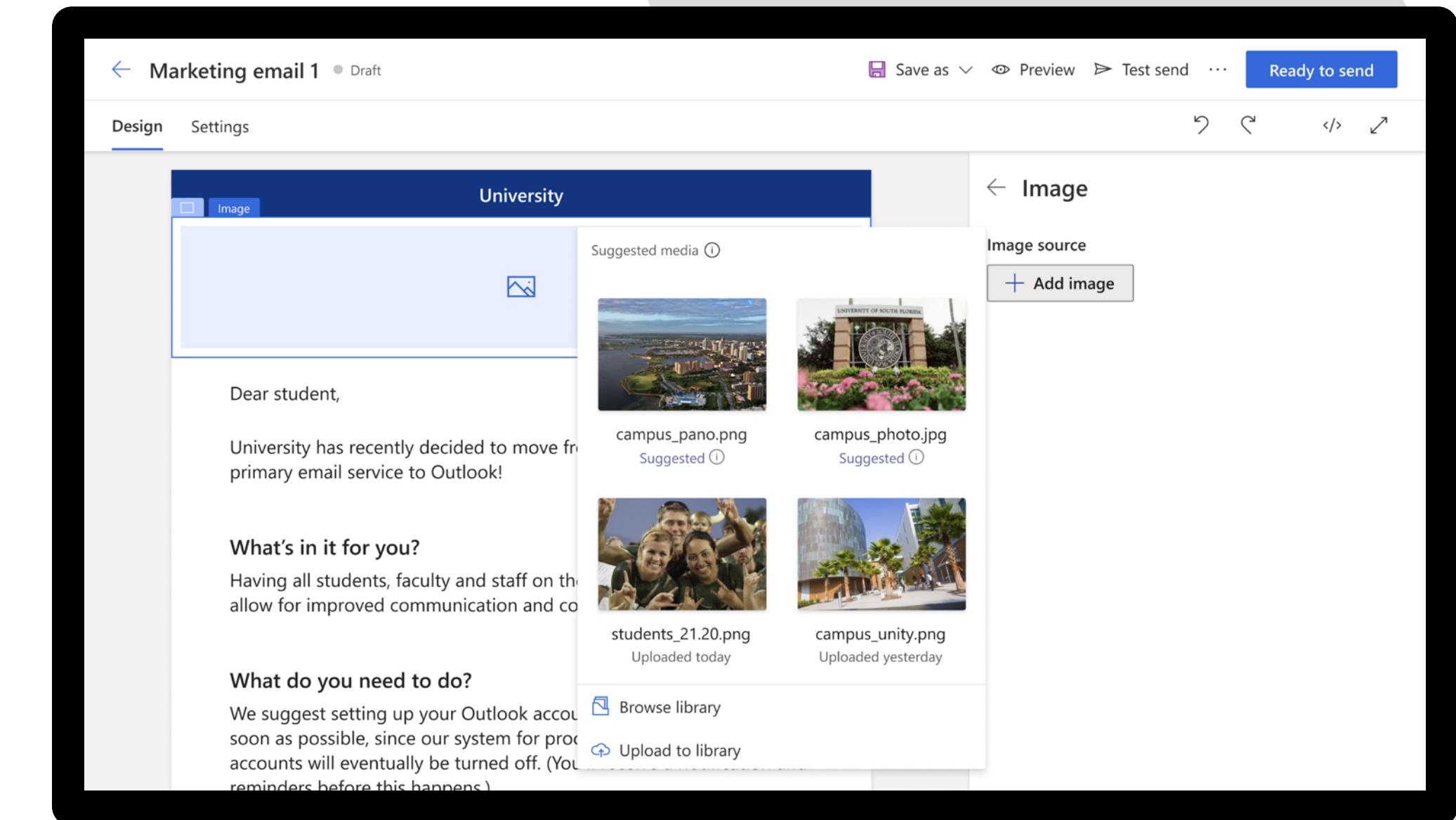
Personaliza las experiencias, los mensajes y los canales de los clientes con inteligencia artificial

La comunicación personalizada con los clientes debe tener en cuenta el conjunto de experiencias que los clientes tienen con una empresa. Dynamics 365 Marketing utiliza la IA para ayudar a determinar en qué canal (correo electrónico, mensaje de texto o notificación push) será más receptivo un cliente. Los usuarios de empresa de esta aplicación también pueden utilizar una nueva biblioteca de contenido basada en IA para ayudar a seleccionar los elementos de contenido que tendrán mayor repercusión en el cliente.

Céntrate en tus mejores oportunidades. Dynamics 365 Marketing permite:

- La orquestación del recorrido del cliente en tiempo real.
- Desencadenadores de recorrido basados en eventos dirigidos por el cliente.
- Recomendaciones basadas en IA para canales y contenido.
- Una integración más sólida con Microsoft Teams para consolidar a los asistentes de seminarios web y reuniones.
- Funciona bien con la plataforma de datos de cliente de Microsoft, Dynamics 365 Customer Insights.
- La recopilación de comentarios detallados mediante encuestas de Dynamics 365 Customer Voice.
- El desarrollo de la confianza del cliente con una plataforma segura, unificada y adaptable.

Todo ello te ayuda a captar clientes y a fidelizarlos.



Una biblioteca de contenido utiliza inteligencia artificial para recomendar imágenes y texto atractivos. La IA también ayuda a dirigir los mensajes al mejor canal.

Experiencias que los clientes aprecian

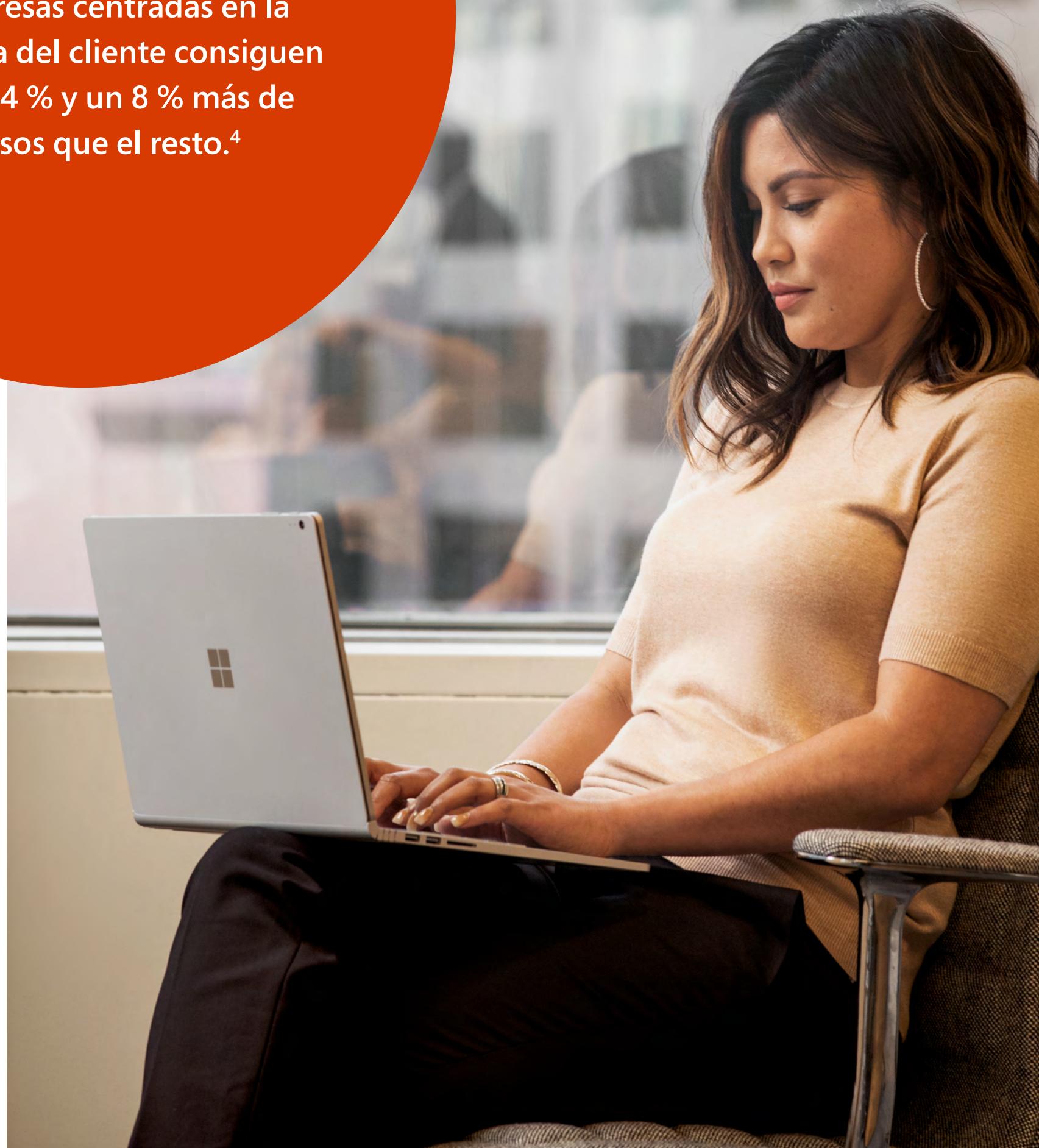
Quizás de forma más significativa a largo plazo, la hiperpersonalización y la creación de relaciones que orquesten eficazmente los recorridos de los clientes conseguirán una excelente acogida por parte de los clientes.

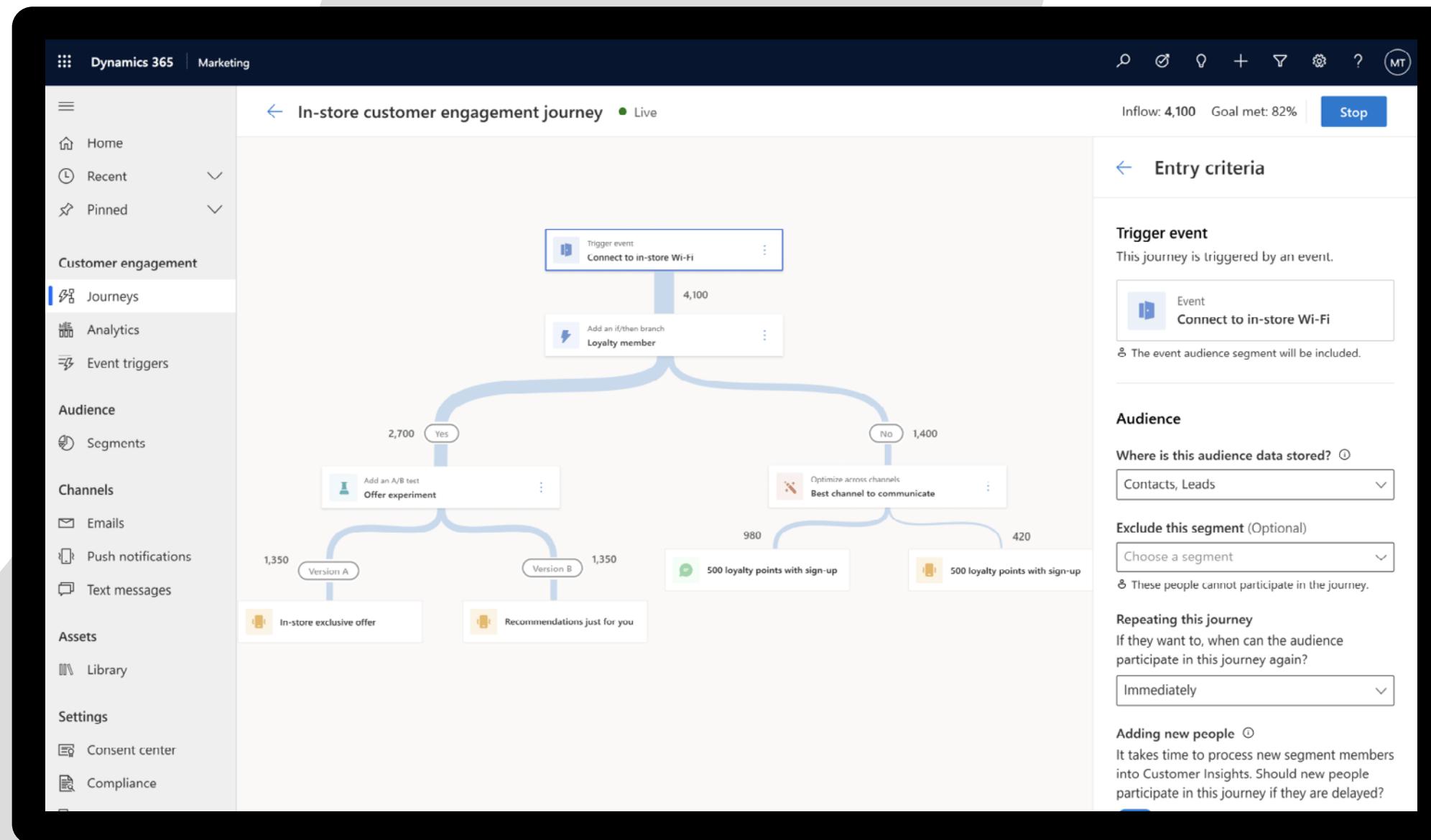
Un estudio de Epsilon determinó que el 80 por ciento de los clientes tienen más probabilidades de hacer negocios con una empresa si esta les ofrece experiencias personalizadas.²

Como señala un informe de Boston Consulting Group, «los programas de recorridos de los clientes presentan muchas dificultades», pero cuando se diseñan bien, tienen un impacto impresionante.³ Los programas de recorridos de los clientes pueden mejorar las puntuaciones de fidelidad a la marca de los clientes entre 20 y 40 puntos, reducir los costes entre un 15 y un 25 % y aumentar los ingresos entre un 10 y un 20 %, según el informe.³

4 %–8 %

Las empresas centradas en la experiencia del cliente consiguen entre un 4 % y un 8 % más de ingresos que el resto.⁴





La orquestación del recorrido del cliente es esencial para llegar a los clientes, consolidarlos y fidelizarlos.

Optimiza los recorridos de los clientes

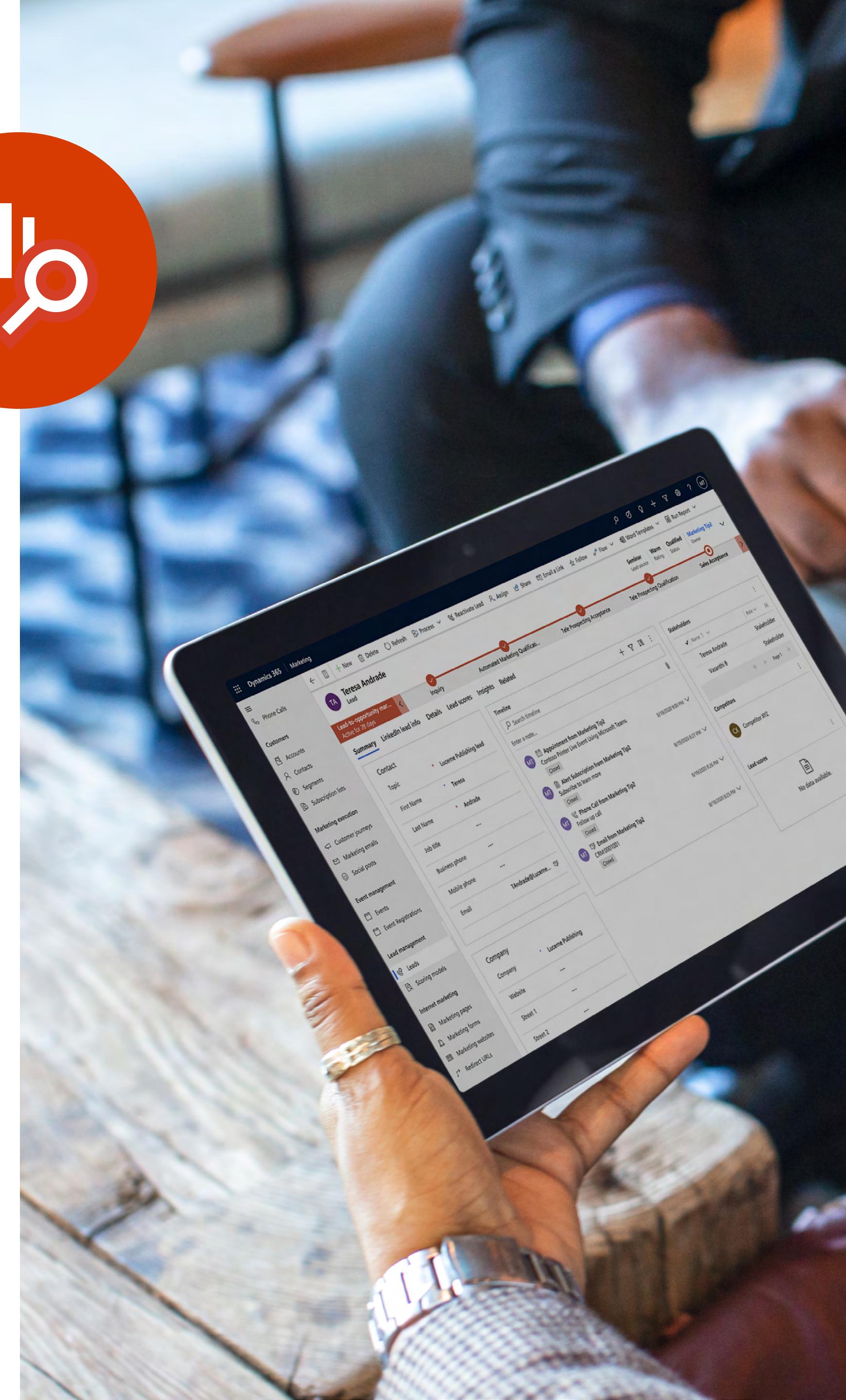
Dynamics 365 Marketing proporciona funciones de orquestación del recorrido del cliente en tiempo real para ayudar a las organizaciones a comprender, organizar e interactuar mejor con sus clientes en marketing, ventas, comercio y servicio.

Dynamics 365 Marketing tiene una conexión única y directa con los datos y los conocimientos que ofrece **Dynamics 365 Customer Insights** y puede usarlos para actualizar continuamente los segmentos de distintas fuentes de forma dinámica.

Mejora las interacciones

La tecnología de marketing requiere cantidades sustanciales de datos para comprender, organizar e interactuar con los clientes a escala y en tiempo real. Cuanto más datos haya disponibles, mayor será la probabilidad de realizar una interacción en el momento adecuado y de la manera correcta que nos indique cuál es la siguiente mejor acción.

El número de puntos de contacto por cliente en cada recorrido está aumentando. Según un estudio de RAIN Group, en una transacción se producen de media ocho contactos.⁵ Un artículo reciente de Think with Google analizó cuatro recorridos de cliente diferentes y el número de puntos de contacto pasó de un mínimo superior a 20 a un máximo superior a 500.⁶ Es fundamental capturar los datos a través de esos puntos de contacto y asegurarse de que se introducen en la siguiente interacción con el cliente mediante funciones avanzadas de inteligencia artificial.





Diseña recorridos completos

Los recorridos de los clientes orquestados por Dynamics 365 Marketing se basan en interacciones en tiempo real a través del correo electrónico, el móvil, las redes sociales, los canales personalizados y los puntos de contacto en persona. Llegan a los clientes de forma personal, permitiendo un mayor conocimiento entre las empresas y los clientes para ganarse la confianza y la lealtad del cliente.

Interactúa en tiempo real

El siguiente paso para aumentar la eficacia del recorrido del cliente es la introducción de respuestas en tiempo real en los eventos desencadenados por el cliente. La IA ayuda a diseñar un recorrido para perfeccionar continuamente el mensaje, la oferta y la entrega, y contribuye a llevar a cabo una experimentación dinámica para determinar el contenido de mayor repercusión, todo ello a una velocidad sin precedentes. Cuando una empresa puede adaptarse rápidamente a la activación de eventos que indican un cambio en el enfoque del cliente o una nueva actividad, los clientes saben que son valorados.

15 %–20 %

Las empresas que utilizan herramientas como los mapas de recorridos del cliente reducen su coste del servicio entre un 15 y un 20 %.⁷





85 %

Las empresas que proporcionan una conexión emocional con los clientes superan en un 85 % el crecimiento de ventas de sus competidores.⁸

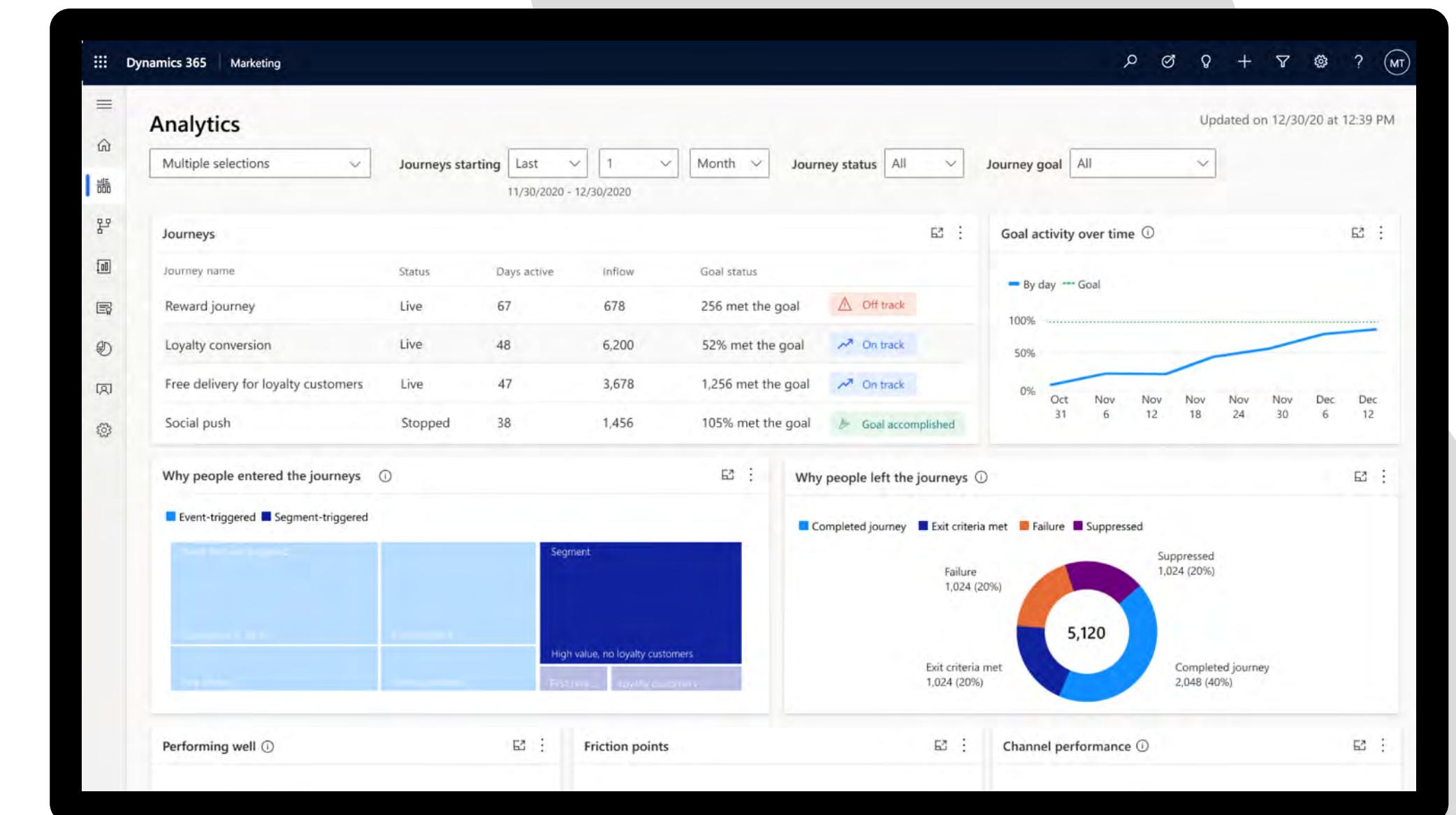
Coordina las experiencias digitales y físicas

Incluso ahora que el mundo está experimentando un cambio drástico en la forma en que las empresas se comunican con los clientes y comercializan sus productos, es importante tener en cuenta que las interacciones físicas siguen siendo esenciales. Las organizaciones de marketing necesitan crear experiencias de cliente similares para las interacciones digitales y presenciales. Esto requiere compartir los datos de los clientes dentro de la organización para ofrecer experiencias fluidas y permitir una interacción relevante con el cliente.

Utiliza los análisis para supervisar y medir el éxito

La activación de la venta digital y el marketing facilita la recopilación de datos para análisis avanzados. Como parte del proceso de análisis, asegúrate de que el software de orquestación del recorrido del cliente ofrece un conjunto de paneles de análisis integrados y conocimientos de todo el recorrido para mejorar la eficacia del recorrido y lograr tus objetivos empresariales.

Supervisa en tiempo real los recorridos de los clientes y los KPI de los canales, y proporciona orientación para evaluar las métricas de rendimiento de los mensajes y canales. ¿Un canal social es más eficaz para una interacción específica? Unas funciones de análisis cuidadosamente diseñadas pueden proporcionar la respuesta.



Supervisa los recorridos de los clientes y los KPI en tiempo real.

Recorridos de cliente orquestados: esenciales para el éxito

Las empresas deben ofrecer mensajes personalizados que los clientes puedan identificar de manera explícita o implícita —el mensaje correcto, en el momento adecuado y utilizando el canal que el cliente prefiere— para mostrar que les entienden y se preocupan por ellos. Un crecimiento fuerte y continuado es un requisito constante para todas las empresas. Pero en el mundo actual donde imperan las incertidumbres, las empresas no solo deben llegar a nuevos clientes, sino también fortalecer las relaciones existentes.

Demostrar un compromiso con los clientes es ahora una etapa fundamental para las organizaciones con visión de futuro. Los recorridos de cliente orquestados en tiempo real y dirigidos por los clientes son la manera de ayudar a los clientes existentes a progresar desde las interacciones únicas hasta convertirse en clientes asiduos y, más adelante, en clientes de por vida.



A black man with a shaved head and glasses, wearing a dark grey sweater over a white collared shirt, is looking down at a computer screen. He is positioned on the left side of the image, which is partially obscured by a large white diagonal shape.

Únete a la revolución

Dynamics 365 Marketing está revolucionando la forma en que las organizaciones orientadas al cliente, desde el marketing hasta las ventas, el éxito del cliente, el comercio y el servicio, pueden crear experiencias atractivas e impactantes dirigidas por el cliente. Este viaje para mejorar las experiencias de los clientes ya está en marcha.



Visita Dynamics 365 Marketing para obtener más información y ponerte en marcha

© 2021 Microsoft Corporation. Todos los derechos reservados. Este documento se proporciona «tal cual». La información y las opiniones expresadas en él, incluidas las direcciones URL y otras referencias a sitios web de Internet, están sujetas a cambios sin previo aviso. Tú asumes el riesgo de utilizarlo. Este documento no proporciona ningún derecho legal sobre ninguna propiedad intelectual de ningún producto de Microsoft. Puedes copiar y usar este documento para uso interno y como material de consulta.

Fuentes

¹ [Accenture](#)

² [Epsilon](#)

³ [Boston Consulting Group](#)

⁴ [Bain & Company](#)

⁵ [RAIN Group](#)

⁶ [Think with Google](#)

⁷ [McKinsey & Company](#)

⁸ [Gallup](#)