

## Resumen ejecutivo de la IA de lanzamiento al mercado de SAMI

### Perfil del comprador

- B2B: Identificar roles laborales, comités de compra, bloqueadores.
- Consumidor: Psicografía, desencadenantes, preferencias de canales.
- Salida: Perfiles ideales, puntos débiles, ganchos de mensajería.

### Uso y retención de productos

- Realice un seguimiento de la adopción de funciones, el comportamiento de la sesión y las métricas de lealtad.
- Detectar el riesgo de abandono por cohorte y analizar el tiempo hasta el primer valor.

Preguntas: ¿Qué impulsa la retención? ¿Quiénes son los usuarios más activos?

### Efectividad de lanzamiento y campaña

- Evaluar ABM, webinars, influencers lift, ROAS, eventos de campo.
- Detectar fugas de embudo y desajustes en los mensajes.

### Optimización de marketing y mix

- Analizar contenido, promociones, rendimiento del lineal, ROI del evento.
- Aplicar modelos de combinación de mercado, pruebas de retención y secuenciación omnicanal.

### Análisis predictivo de GTM

- B2B: Puntuación de clientes potenciales, desencadenantes de ventas adicionales, modelos de abandono.
- Consumidor: predicción LTV, sensibilidad al precio, clústeres de afinidad.

### Paneles e informes de GTM

- Visualice el deslizamiento del embudo, el rendimiento de la persona y el CAC por región.
- Seguimiento de la participación y los ingresos por canal.

### Manuales de optimización

- Recomendar correcciones de embudo, seguimientos de activación de 30/60/90 días.
- Duplicar la inversión en canales con alto ROI.

## Funciones adicionales

- Puntos de referencia competitivos: velocidad de soporte, sentimiento de marca.
- Recomendar herramientas y estrategias de datos: Pendo, Gong, NielsenIQ.