

Eleve las experiencias de los clientes

Organice recorridos de clientes personalizados en todos los puntos de contacto para fortalecer las relaciones y ganar lealtad





Las empresas pueden facilitar [digital] con un cambio fundamental de una definición tradicional de personalización hacia una que implica un diálogo más interactivo.

—Accenture

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

Los cambios sísmicos en el panorama empresarial global están obligando a repensar suposiciones de larga data y creando nuevas vías de oportunidad.

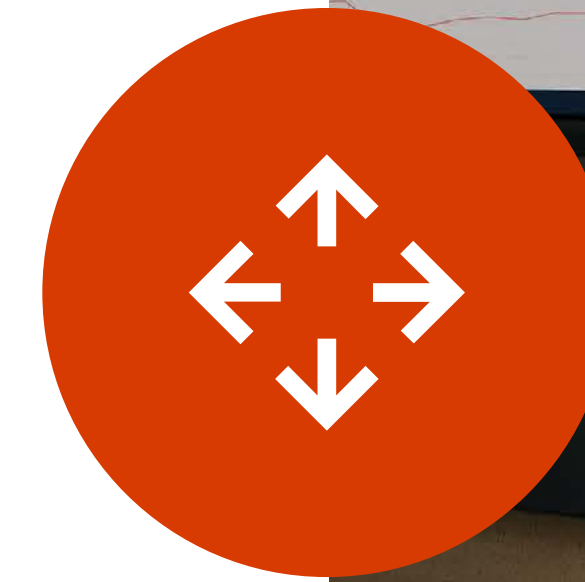
Los ejecutivos de marketing y centrados en la experiencia del cliente reconocen que ya no es suficiente tratar de conectar con los clientes con un proceso lineal basado en mensajes de megáfono. El futuro del marketing se centra en viajes hiperpersonalizados y orquestados que elevan las experiencias de los clientes. Los viajes más exitosos entregarán mensajes en tiempo real que se relacionan con eventos o momentos dirigidos por el cliente.

Cree interacciones verdaderamente personalizadas

Según un informe de Accenture, empoderar a los clientes para que forjen sus propios caminos a las decisiones de compra es la clave para una personalización exitosa.¹ Las organizaciones se enfocan en obtener un conocimiento más profundo de sus clientes y utilizar la comprensión resultante para desarrollar mensajes más personalizados e hiperpersonalizados. Además, hay un mayor énfasis en el fomento y la retención de clientes de alto valor a largo plazo.

Ambos cambios están respaldados por mayores inversiones en automatización para aumentar el uso efectivo de las fuentes y el análisis de datos. La campaña de marketing dirigida hacia el exterior se está transformando en un ciclo de comunicación a la acción donde los mensajes de marketing, su tiempo y canal de entrega y la respuesta del cliente generan aprendizajes que pueden mejorar el próximo compromiso.

Esos compromisos están cambiando. Se centran en las experiencias de los clientes y toman forma como viajes en tiempo real basados en eventos. En un momento de disrupción, los viajes de los clientes pueden estar seguros de su dirección: hiperpersonalización basada en las interacciones y preferencias de los clientes para fortalecer las relaciones comerciales en todos los puntos de contacto.





Impulse interacciones personalizadas con la organización del recorrido del cliente en tiempo real

Microsoft Dynamics 365 Marketing le permite captar clientes en tiempo real. Con sus abundantes capacidades, las empresas pueden orquestar viajes de clientes que aprovechan la comprensión y los conocimientos profundos de los clientes, el conocimiento de las preferencias y los comportamientos de los clientes, y la capacidad de monitorear y administrar el viaje a través de puntos de contacto físicos y digitales. Estos mejoran la capacidad de una organización para forjar relaciones comerciales sólidas con cada cliente o cuenta, y ofrecen comunicaciones relevantes en los canales preferidos, muchos de los cuales cuentan con la ayuda de IA.

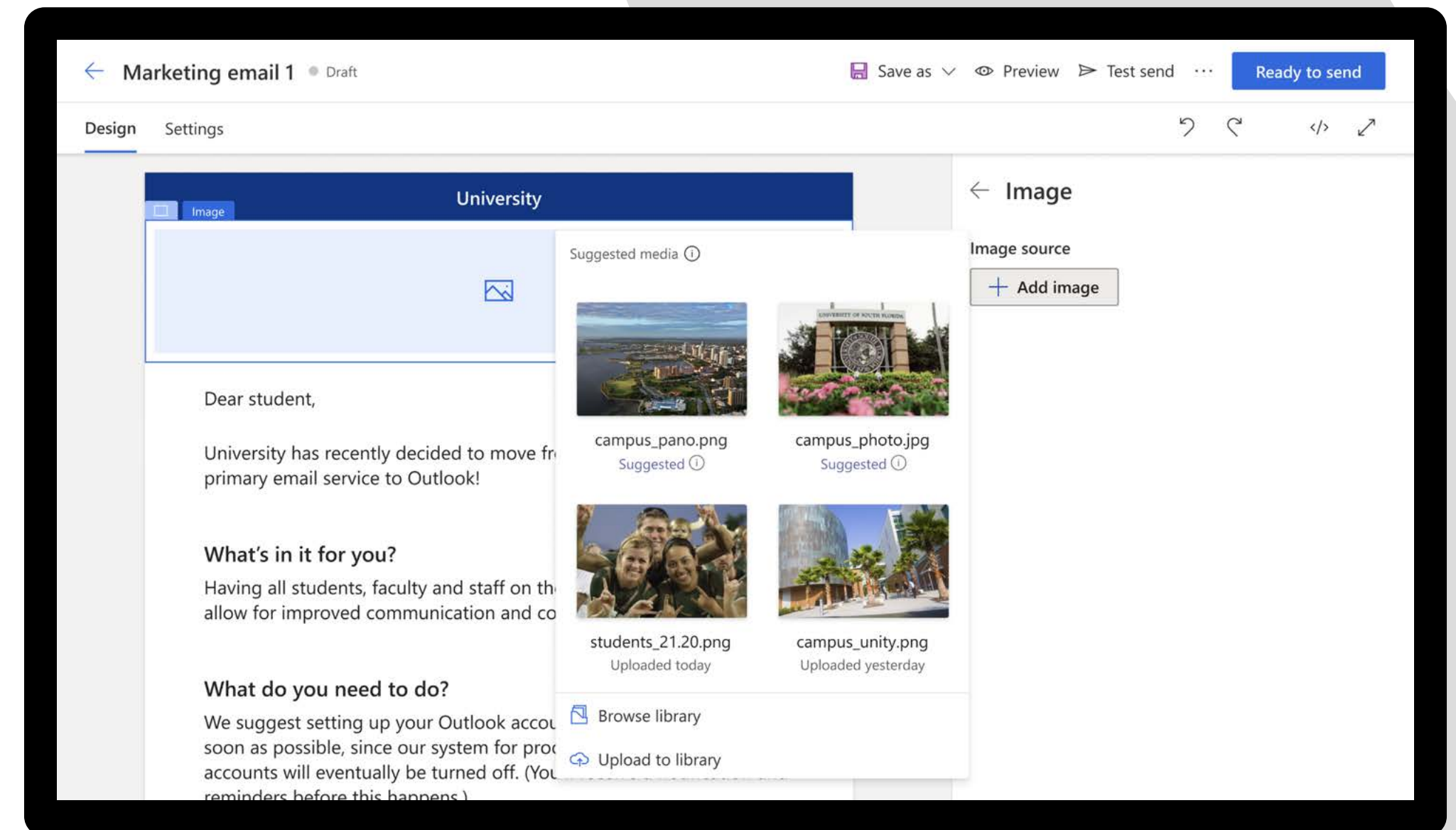
Personalice las experiencias, los mensajes y los canales de los clientes con IA

La comunicación personalizada con los clientes debe tener en cuenta la gama de experiencias que los clientes tienen con una empresa. Dynamics 365 Marketing utiliza IA para ayudar a determinar a qué canal (correo electrónico, mensaje de texto, notificación automática) será más receptivo un cliente. Los usuarios comerciales de esta aplicación también pueden aprovechar una nueva biblioteca de contenido impulsada por IA para ayudar a seleccionar los elementos de contenido que resonarán mejor con el cliente.

Concéntrese en sus mejores oportunidades. Dynamics 365 Marketing admite:

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

Todo lo cual te ayuda a ganar clientes y fidelizarlos.



Una biblioteca de contenido utiliza IA para recomendar imágenes y texto atractivos. Al también ayuda a guiar los mensajes al mejor canal.

Experiencias que los clientes aprecian

Quizás lo más significativo a largo plazo, la hiperpersonalización y la construcción de relaciones que pueden lograr los viajes de clientes orquestados de manera efectiva, brindan una fuerte aprobación de los clientes. La investigación de Epsilon determinó que el 80 % de los clientes tienen más probabilidades de hacer negocios con una empresa si les ofrece experiencias personalizadas.²

Como titula un informe de Boston Consulting Group, "es difícil acertar con los programas de viaje del cliente", pero cuando se hacen bien, tienen un impacto impresionante.³ Los programas de viaje del cliente pueden mejorar las puntuaciones de defensa del cliente entre 20 y 40 puntos, reducir los costos en un 15 a 25 por ciento, y aumentar los ingresos en un 10 a 20 por ciento, según el informe.³

4%–8%

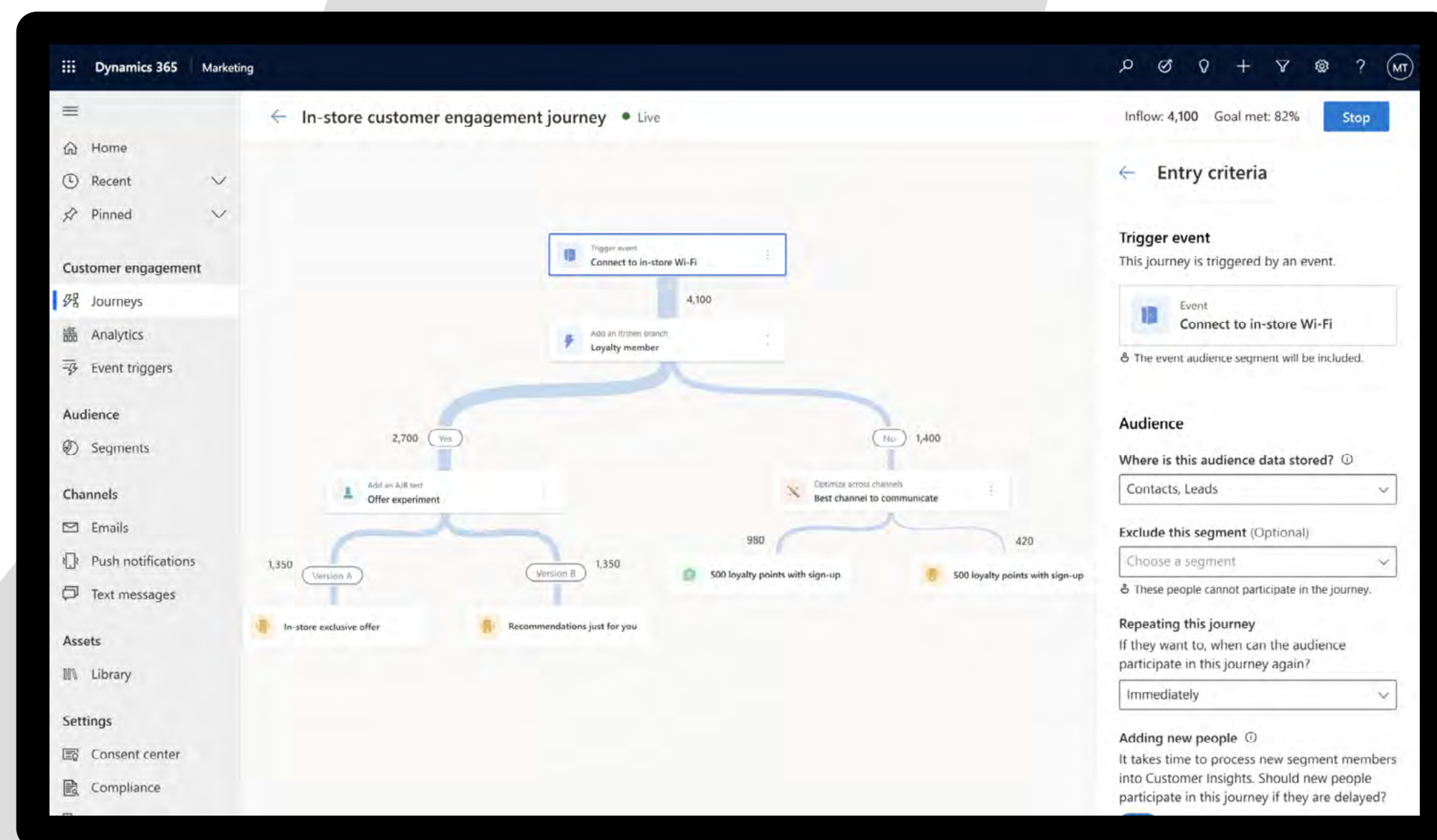
Las empresas con una mentalidad de experiencia del cliente generan ingresos entre un 4 % y un 8 % más que el resto de sus industrias.



Optimice los recorridos de los clientes

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

Dynamics 365 Marketing tiene una conexión única y directa con los datos y las perspectivas de Dynamics 365 Customer Insights y puede usar sus segmentos de origen de múltiples datos en constante actualización de forma dinámica..

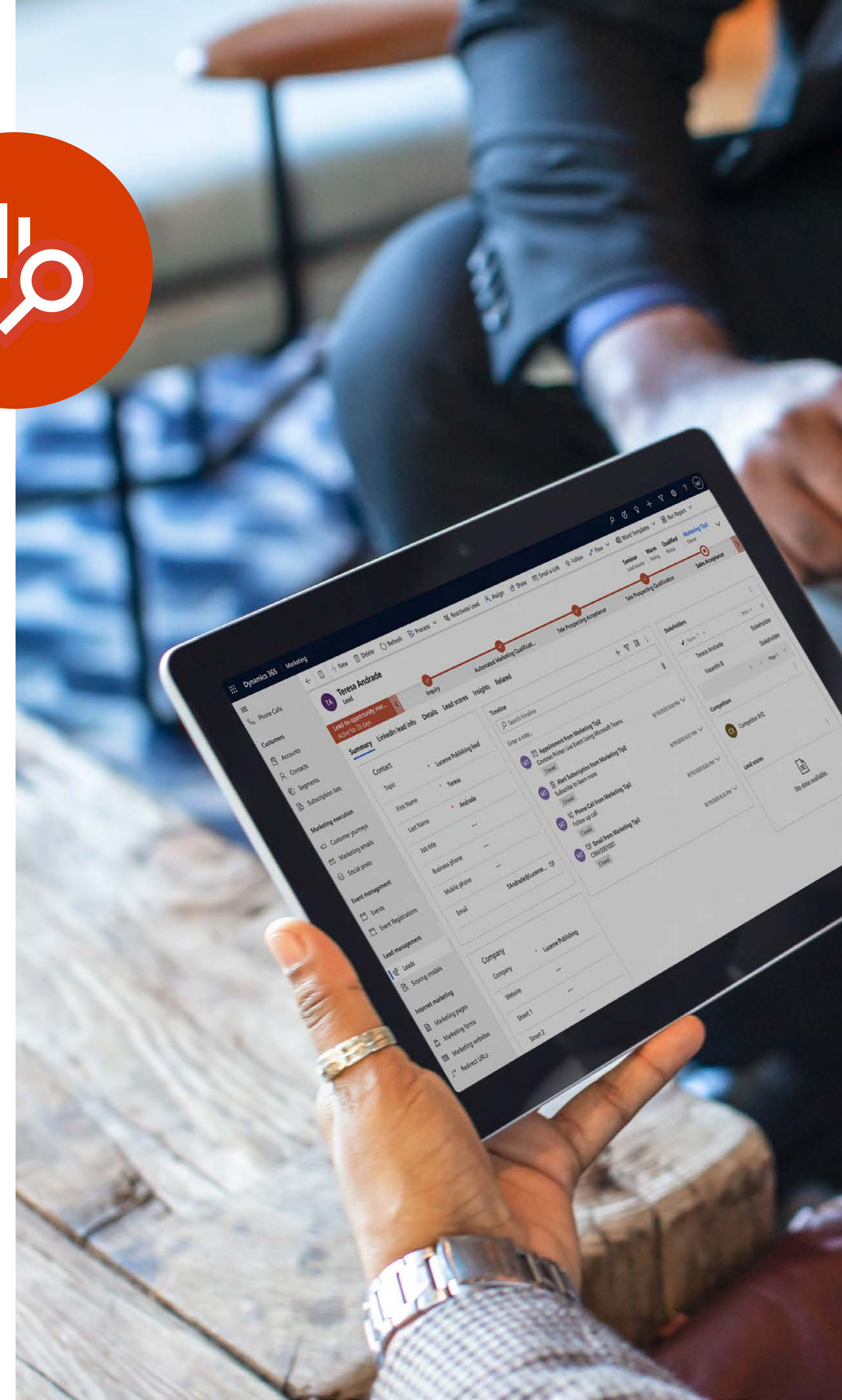


La orquestación del viaje del cliente es fundamental para llegar a los clientes, nutrirlos y generar lealtad.

Mejore los compromisos

La tecnología de marketing requiere cantidades sustanciales de datos para comprender, orquestar e involucrar a los clientes a escala y en tiempo real. Cuantos más datos estén disponibles, mayor será la probabilidad de realizar una intervención en el momento adecuado, de la manera correcta y de impulsar la siguiente mejor acción.

El número de puntos de contacto por cliente por viaje está aumentando. Según una investigación de RAIN Group, una transacción promedia ocho toques.⁵ Un artículo reciente de Think with Google analizó cuatro recorridos de consumidores diferentes, y la cantidad de puntos de contacto pasó de un mínimo de más de 20 a un máximo de más de 500.⁶ Captura de datos en esos puntos de contacto y asegurarse de que se incluyan en la próxima interacción con el cliente utilizando IA avanzada es vital.





Diseñe viajes de extremo a extremo

Los recorridos de los clientes orquestados por Dynamics 365 Marketing se basan en interacciones en tiempo real a través de correo electrónico, dispositivos móviles, redes sociales, canales personalizados y puntos de contacto en persona. Llegan a los clientes de forma personal, fomentando un mayor entendimiento entre empresas y clientes para ganar su confianza y fidelización.

Participa en tiempo real

El próximo salto en la efectividad del recorrido del cliente es la introducción de respuestas en tiempo real a los eventos desencadenados por el cliente. Al ayuda a guiar un viaje para refinar continuamente el mensaje, la oferta y la entrega, y ayuda a realizar experimentación dinámica para determinar el contenido que resuena mejor, todo con una velocidad sin precedentes. Cuando una empresa puede adaptarse rápidamente a los eventos desencadenantes que indican un cambio en el enfoque del cliente o señalan una nueva actividad, los clientes saben que son valorados.

15%–20%

Las empresas que utilizan herramientas como los mapas de viaje del cliente reducen el costo del servicio entre un 15 % y un 20 %.





85%

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

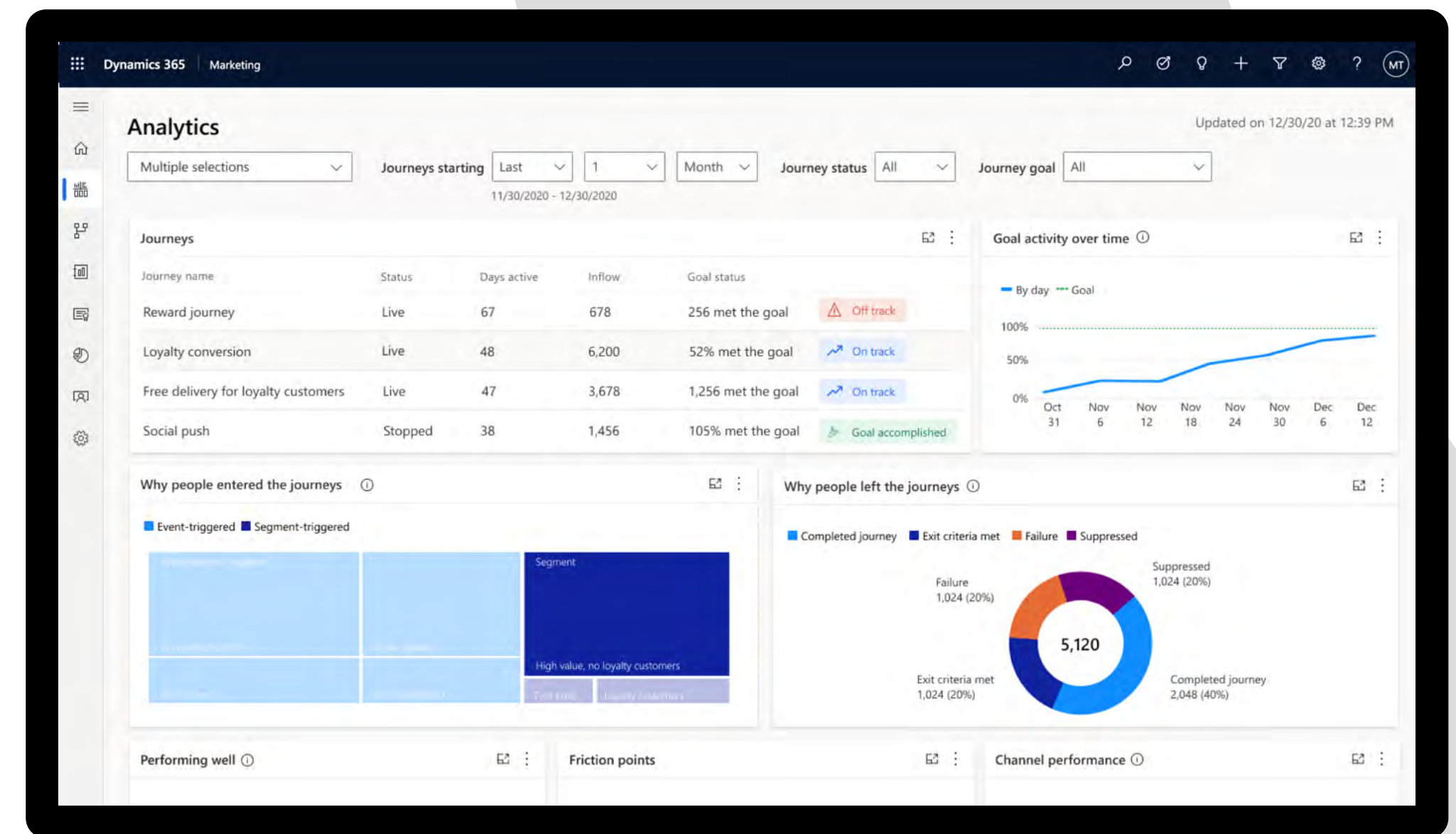
Alinear experiencias digitales y físicas

A pesar de que el mundo experimenta un cambio dramático en la forma en que las empresas se comunican y comercializan con los clientes, es importante tener en cuenta que las interacciones físicas siguen siendo esenciales. Las organizaciones de marketing necesitan crear experiencias de cliente similares tanto para interacciones digitales como en persona. Esto requiere compartir los datos de los clientes dentro de la organización para brindar experiencias fluidas y generar una participación relevante del cliente.

Use análisis para monitorear y medir el éxito

La activación de la venta y el marketing digital facilita la recopilación de datos para análisis sofisticados. Como parte de su proceso de análisis, asegúrese de que su software de orquestación del viaje del cliente ofrezca un conjunto de paneles de análisis integrados e información cruzada para mejorar la eficacia del viaje y lograr sus objetivos comerciales.

En tiempo real, controle los recorridos de sus clientes y los KPI del canal y brinde orientación para evaluar las métricas de rendimiento de los mensajes y los canales. ¿Es un canal social más efectivo para una interacción específica? Las capacidades de análisis cuidadosamente diseñadas pueden proporcionar la respuesta.

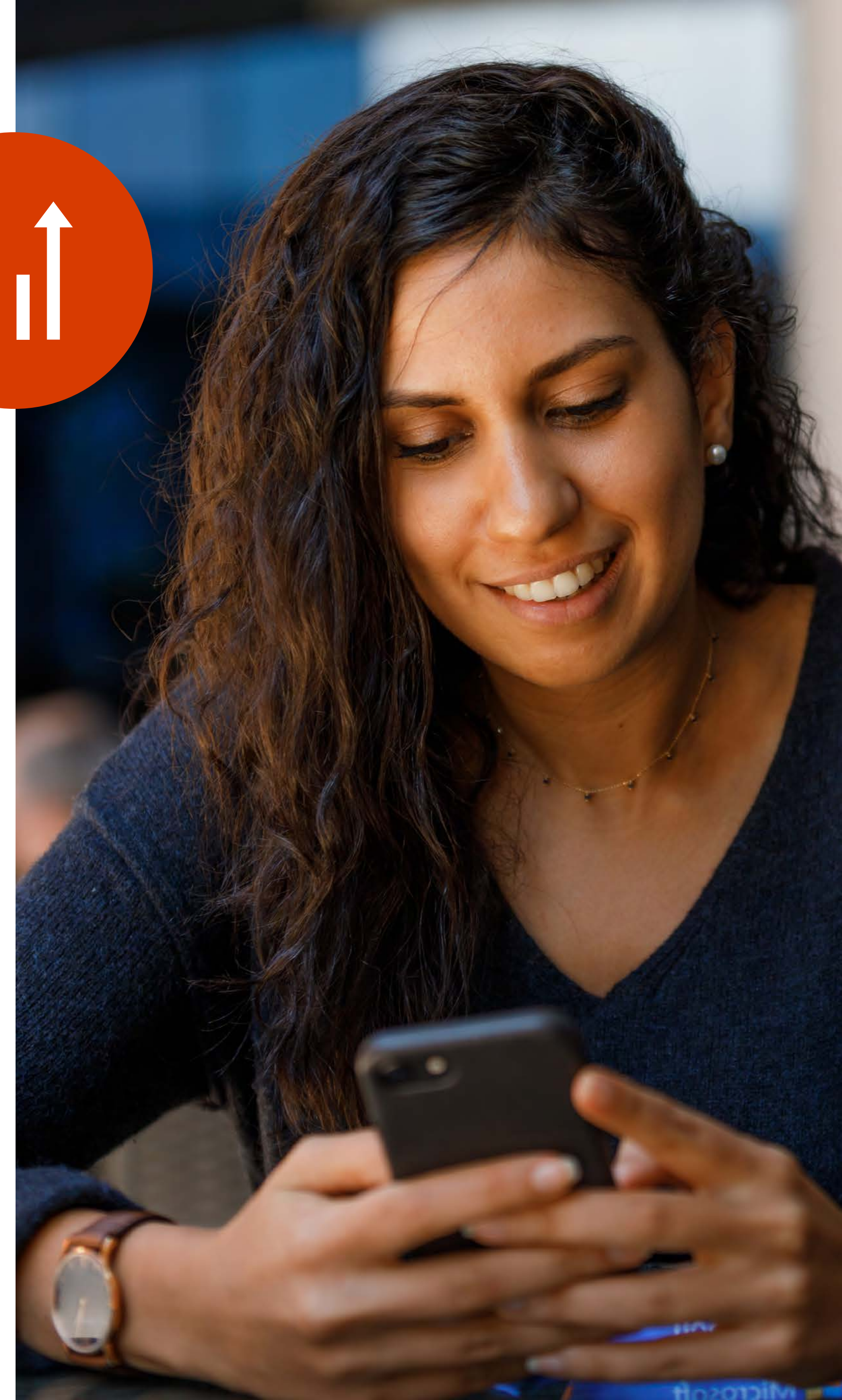


Supervise los viajes de sus clientes y los KPI en tiempo real.

Viajes de clientes orquestados: esenciales para el éxito

Las empresas deben entregar mensajes personalizados con los que los clientes puedan identificarse explícita o implícitamente (el mensaje correcto, en el momento correcto, usando el canal que el cliente prefiera) para demostrar que entienden y se preocupan por sus clientes. Un crecimiento sólido y sostenido es un requisito constante para todas las empresas. Pero en el mundo actual de incertidumbres, las empresas no solo deben llegar a nuevos clientes; deben fortalecer las relaciones existentes.

Demostrar un compromiso con los clientes es ahora el centro del escenario en las organizaciones con visión de futuro. Los recorridos del cliente orquestados en tiempo real y dirigidos por el cliente son la forma de ayudar a los clientes existentes a progresar desde compromisos únicos hasta clientes habituales y fanáticos de la empresa.





Únete a la revolución

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



**Visite Dynamics 365
Marketing para obtener más
información y comenzar**



© 2021 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos. Este documento se proporciona "tal cual". La información y las opiniones expresadas en este documento, incluida la URL y otras referencias a sitios web de Internet, pueden cambiar sin previo aviso. Usted asume el riesgo de utilizarlo. Este documento no le otorga ningún derecho legal a ninguna propiedad intelectual en ningún producto de Microsoft. Puede copiar y utilizar este documento para su referencia interna.e purposes.