



# Mejores prácticas para tu estrategia de negocios en **2020**



Te presentamos 5 de las mejores prácticas que nos llevamos en 2020 para que nuestros negocios disfruten de éxito, igual que el tuyo.

**1**

Protección de  
tus activos  
profesionales

**2**

La retención  
aumenta los  
ingresos

**3**

Estrategia de  
contenido  
personalizado

**4**

La A.I. todavía  
no es la Matriz,  
pero se está  
acercando

**5**

Contacto  
dirigido por el  
consumidor



## Mejores prácticas para tu estrategia de negocios en 2020

Este año le damos la bienvenida a una nueva década, sin embargo, recuerda que tus estrategias de **negocios y marketing** necesitan tu atención constante para ajustarte a las tendencias y los cambios del mundo digital y **para una comunicación efectiva con tus clientes.**

### 1

#### Protección de tus activos profesionales

Con la transformación y exposición digital, nuestros negocios enfrentan otro tipo de sensibilidad, la seguridad sobre la huella digital. Los activos más importantes que deben guardar y proteger como ojos son los siguientes:

- \* Tu página Web y plataformas digitales (porque las redes sociales no te pertenecen), registro de dominio y sistemas de gestión de contenido, sistemas operativos etc.
- \* Contenido creativo original - videos, informaciones, imágenes, multimedia etc.-
- \* Listas de contactos directos e información de clientes - correos electrónicos, base de datos, formularios de registro etc-.



### 2

#### La retención aumenta los ingresos

La retención de los clientes no es nada nuevo, pero para 2020 la batalla de lealtad entre las marcas necesitará una atención completa. La adquisición de clientes suele ser la segunda actividad más efectiva para generar ingresos, sin embargo, es bastante costosa si no se logran retener. Raras veces los clientes abandonan una marca por la competencia, solo alrededor de 15% de los clientes se pierden debido a la insatisfacción de los productos y servicios, el 70% de las fallas de retención se deben a la falta de atención a los clientes. Por esto las herramientas de gestión de clientes (CRM - Customer Relationship Manager) son las primeras en abordar cuando hablamos de retención de clientes. Sin embargo, la narrativa, la secuencia de la automatización, las segmentaciones deben ser congruentes en su estrategia de retención de clientes y la huella que la marca deja en el espacio digital.

## Mejores prácticas para tu estrategia de negocios en 2020

### 3

#### Estrategia de contenido personalizado

La segmentación es clave y se vuelve cada día más poderosa. Recuerden siempre personalizar sus mensajes, dirigidos al público objetivo. Su contenido personalizado debe transmitir confianza, autoridad y explicaciones claras sobre su propuesta única de venta (PUV).

- \* El 72% de los consumidores solo prestan atención a contenido personalizado.
- \* El 66% de los clientes están dispuestos a dejar de consumir una marca por contenido de comunicación no personalizado.

Además, con el aumento de la tendencia de consumo de contenido de video, este segmento estará creciendo aún más en 2020, recuerdan ajustar sus estrategias de comunicación :)

### 4

#### La A.I. todavía no es la Matriz, pero se está acercando

La forma en la que la A.I. puede remodelar nuestros esfuerzos es con la predicción y el análisis de comportamiento y optimizar la participación de las marcas a través de los canales de comunicación directa, estrategias de contenido, personalización, recomendación de productos y publicidad en los buscadores. La automatización es otro de los elementos de la A.I., el mapeo de los viajes de conversión son parte de la innovación que las empresas ya están considerando a gran escala. La tendencia a futuro está orientada a la participación en nuevos canales de búsqueda, como "Smart Speakers" y la comunicación vía mensajes de voz.

## Mejores prácticas para tu estrategia de negocios en 2020

# 5

**Contacto dirigido por el consumidor**

Ser el "top-of-mind" en el juego del marketing y la conversión, gana el juego del negocio a largo plazo.

- \* El 84% de los consumidores confían en las reseñas en línea y comentarios de clientes y las leen independientemente de su opinión.
- \* El 41% de los clientes admiten que las redes sociales influyen en su elección.

Creando micro-momentos para los clientes y estar disponible para cuando ellos tienen un punto de dolor, con un enfoque ecosistémico en el mundo digital con todas las opciones de canales de comunicación puede parecer difícil, sin embargo, con una estrategia implementada y creación de contenido personalizado, con llamadas a la acción de la manera más fluida posible, harán el cliente sentirse como si todo fue diseñado especialmente para él.

