¿QUÉ ESTÁS DEJANDO DE HACER POR TU CLIENTE?

Aralí Valderrama

Conocer para distinguir e impactar

Para tu empresa, ¿qué tan importantes son los clientes? Aunque en las estrategias de las compañías, el cliente es el centro de todos sus esfuerzos, no todas reconocen el cada vez más prioritario uso de **TODOS los datos que los clientes generan** para identificar gustos, hábitos y preferencias con el fin de crear ofertas personalizadas y diferenciadas. Esto también les permitiría crear campañas de marketing con impactos contundentes para incrementar ventas y acelerar la retención de sus clientes.

Con esta prioridad nos enfrentamos a **contener, explorar, analizar y usar TODOS los datos** que generan nuestros clientes en la era de Big Data; en medio del boom de la omicanalidad, encontrar en un mismo cliente diferentes preferencias es una labor titánica, sobre todo cuando se trata de comprender cómo influyen sus diferentes ámbitos: personal, profesional y familiar.

Aquí es donde debemos echar mano de herramientas de **analítica avanzada y webscrapping** para navegar, con **redes digitales inteligentes,** en el gran océano de huellas digitales que las personas dejamos en internet y redes sociales; para capturar, analizar y reconocer preferencias y hábitos, que nos permite recomendarle, de manera empática y afín, productos y generar promociones **imposibles de resistir** a nuestro cliente actual

> *"Esta tarea requiere de usar datos e imágenes que se obtienen de manera enfocada y oportuna de las diferentes fuentes de información, que suman para entender cada vez más a nuestros clientes."*
>
> **- Aralí Valderrama**

Copyright Derechos Reservados Sistemas Interactivos de Consultoría, S.A. de C.V.

Así pues, con el uso paralelo de estas herramientas podemos reconocer momentos de consumo, preferencias e interconectividad dentro de nuestros clientes actuales en **busca de clientes potenciales,** hemos visto aplicaciones de estas herramientas, por ejemplo, una empresa cervecera en Alemania utiliza las redes sociales de sus clientes y analiza las fotos que suben de ocasiones de consumo.

¿Cómo aprovecha esta información? Con los datos obtenidos, la empresa puede planear promociones especiales en días de la semana cuando sabe que ese grupo de personas suele reunirse a tomar una cerveza. Así la compañía no se queda esperando a que sus clientes visiten su página, sino que se hace presente en las redes que suelen visitar día a día, con el fin de ofrecer productos o promociones de su interés.

Pero existe más de una forma de estar cada vez más cerca de los clientes. Al utilizar **Internet of Things (IoT)** podemos tener información de nuestros clientes sin esperar a que lleguen a una tienda o una página de internet. El IoT es una mezcla entre un hardware y un software que nos permite adquirir información georreferenciada y detonar acciones. Hoy en día, casi todos contamos con un teléfono móvil que tiene capacidades de geolocalización. Usando estos datos podemos distinguir cuál es la ruta de preferida de nuestro cliente y la hora predilecta. Así es posible reconocer el flujo de personas que van desde un punto a otro en cierta hora del día, como los miles de trabajadores que van de Santa Fe a Polanco en un momento específico del día y saber dónde ubicar un anuncio, punto de venta o, incluso, un evento en su camino, con el fin de asegurarse de captar la atención de los clientes y sorprenderlos con algo que les gusta.

MÁS QUE CONOCERLOS, CAUTIVARLOS

Conocer mejor a nuestros clientes para cautivarlos es posible el día de hoy gracias a los avances tecnológicos y las capacidades analíticas con que contamos y que cada vez van a tener un mayor desarrollo, es una tendencia que llegó para quedarse. Cualquier empresa es consciente de que su cliente recibe diversas ofertas, sus competidores seguramente también están tratando de conocerlos mejor. Para mantenerse competitivos y conseguir la preferencia de nuestros clientes, debemos estar constantemente buscando la manera de conocerlos mejor.

Copyright Derechos Reservados Sistemas Interactivos de Consultoría, S.A. de C.V.

Estas herramientas están al alcance y con un socio con experiencia y las herramientas correctas, pueden ser invaluables en el esfuerzo por cautivar y mantener a los clientes. ¿Qué no harían las compañías por construir una relación a largo plazo los clientes? Con las posibilidades que tenemos ahora, es difícil imaginar no hacerlo.

Sintec puede ser tu aliado en el esfuerzo por atraer a tus clientes y construir relaciones a largo plazo. Contamos con la experiencia práctica y las herramientas más avanzadas para implementar programas de analítica avanzada, webscrapping e IoT para que tu empresa pueda conocer mejor a sus clientes. Sintec tiene también la ventaja de ser una consultoría para México y Latinoamérica, y que por su experiencia en la región puede hacer recomendaciones mejor adaptadas a sus necesidades. ¿Qué esperas para aprovechar estas oportunidades de cautivar a tus clientes?

Acerca de la autora

Aralí Valderrama,
Directora, Sintec Digital
arali.valderrama@sintec.com

Con más de 25 años de experiencia profesional, ha desarrollado habilidades clave para la innovación y la excelencia en minería de datos, planeación estratégica, logística y calidad. Como Directora de Sintec Digital, está orientada a la aplicación lógica, resolución de problemas de forma analítica y con un enfoque disruptivo.

Copyright Derechos Reservados Sistemas Interactivos de Consultoría, S.A. de C.V.