

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para convertirse en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



Gestión moderna de mercadeo

El alcance de las estrategias de mercadeo debe estar alineado con la evolución de la realidad del mercado al que se atiende. El mundo ha cambiado radicalmente a partir de la introducción de diferentes elementos tecnológicos y de comunicaciones, por lo que resulta necesario refrescar el enfoque con que tu empresa realiza mercadeo.

La elaboración de un plan de mercadeo sigue un proceso claro y establecido, consecuente con el desarrollo, previo e igualmente estructurado, de una propuesta de valor. Así, se debe planificar cuidadosamente la estrategia de mercadeo en función del posicionamiento que deseas para tu empresa. De igual forma, debe integrar hallazgos encontrados en investigaciones primarias sobre los clientes, para informar a los equipos de mercadeo y comunicaciones respecto de las necesidades, puntos críticos y aspiraciones expresadas. Con ello, el equipo diseña la estrategia de mercadeo con base en estos hallazgos. Luego, se debe realizar una prueba piloto de las iniciativas de mercadeo planteadas en un grupo selecto de clientes y colaboradores, a través de grupos focales, en las que se pueden probar las diferentes instrucciones del diseño preseleccionadas y piezas de publicidad y observar las reacciones; esto permitirá seleccionar la dirección correcta y hacer los ajustes necesarios antes del lanzamiento definitivo.

El enfoque de mercadeo enfrente varios desafíos en la actualidad. Por un lado, muchos clientes potenciales no terminan de confiar en las empresas que buscan venderles productos porque estas lo hacen sin considerar seriamente sus necesidades y preocupaciones; es decir, la mayor parte del mercadeo tradicional minorista transmite mensajes con los que las personas no se identifican. También pasa que las campañas muestran a diferentes tipos de clientes objetivo en roles estereotipados y con mensajes desactualizados. De igual manera, las campañas tienden a exagerar ciertos rasgos de los clientes meta y dejan de enfocarse en comunicar una propuesta de valor reflexiva, tratando a sus clientes como personas infantiles y sin valor.

El mix de mercadeo ofrece puntos de referencia importantes para anclar la estrategia. A continuación, te compartimos algunas ideas que pueden ayudarte a orientar bien tu enfoque de mercadeo:

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu Ejecutivo de Negocio o escríbenos a info_bacpropemi@sv.credomatic.com y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para convertirse en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



- Ajusta tus materiales de mercadeo (piezas, anuncios, cuñas, etc.) para que sean amigables para tus mercados meta: estos deben ser sencillos, honestos, informativos, que resalten los beneficios (no solamente sus características). Asimismo, los precios deben estar ajustados a la realidad de los segmentos meta, no debe tener costos ocultos, ni sorpresas desagradables, ni letra pequeña, deben generar confianza. Recuerda que tu cliente objetivo puede ser sensible al precio, pero no necesariamente ser el precio el factor que determina si te compra o no; de igual forma, vale la pena echarle un vistazo a la fijación de los precios, para ver si un ajuste lograría que el producto o servicio fuera más accesible (que una reducción dada de precio logre un incremento más que proporcional del volumen vendido).
- Haz que tus procesos sean rápidos y simples: minimiza los procesos largos, rastrea cada etapa de este (desde el primer contacto hasta la concreción final de la venta e, incluso, la posventa), evita agregar documentos innecesarios. Muchas personas desisten de probar la experiencia de la marca por culpa de largos y complicados procesos. Se debe optimizar y simplificar la experiencia de los clientes, radicalmente, recordando que, más allá del contacto con tu empresa, esa persona tiene una vida que disfrutar; arregla los cuellos de botella que encuentres, para evitar retrasos y demoras.
- Haz que tu empresa sea accesible: debes procurar que tu empresa esté donde están tus clientes (centros comerciales, lugares de trabajo, iglesias, etc.), ya sea a través de medios automatizados y digitales, o por medio de visitas presenciales o apertura de sucursales remotas. Asimismo, debe evaluarse la cantidad de espacios de estacionamiento, que el acceso sea fácil. Finalmente, debe buscarse una reducción del tiempo promedio de las visitas que el cliente realiza a sucursal; recuerda que el mundo de hoy está lleno de roles y responsabilidades para las personas, por lo que tu empresa debe anticiparlo y procurar que las visitas que un cliente les haga sean más fluidas, preparando con anticipación archivos o documentación que se requerirá en una visita que ya está prevista. Vale la pena considerar diferentes modelos de atención, como el sistema de colas o de citas reservadas con anticipación, dependiendo por supuesto del rubro que se trate. Por último, considera implementar una solución omnicanal, que sustituya transacciones en persona por transacciones digitales prácticas, siempre que tu mercado lo permita y de acuerdo a la disposición de recursos con que cuentes.
- Construye una fuerza laboral con la capacidad de entregar un servicio moderno: es importante capacitar a tu personal, incrementar el conocimiento que tienen sobre los productos o servicios de tu empresa, desarrollar herramientas de venta que mejoren su productividad y proporcionar incentivos correctos que aceleren la adopción del programa de mercadeo. Tu fuerza laboral es tu principal punto de contacto con el cliente, por lo que resulta vital capacitarlos para que logren resolver sus necesidades.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu Ejecutivo de Negocio o escríbenos a info_bacpropemi@sv.credomatic.com y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para convertirse en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



- Comunica tu estrategia de mercadeo a tus clientes, para que vean y experimenten tu propuesta de valor de manera práctica: todos los elementos de promoción, que incluye la publicidad, son muy importantes ya que son el medio para comunicar a los clientes. Elige sabiamente los canales de comunicación para llegar a los clientes en el lugar donde están y que te permitan conectar con ellos. La publicidad no siempre es la mejor manera de hacerlo, por lo que te sugerimos considerar otras formas como: eventos, reuniones, ferias comerciales, mercadeo directo, correos electrónicos personalizados, sitio web, optimizador en buscadores, redes sociales, etc. Recuerda que la gente es, en sí misma, un canal de comunicación poderoso: cuando está feliz, recomiendan y comparten sus experiencias positivas a sus conocidos

El balance del plan de mercadeo es fundamental para sacar el mejor provecho del esfuerzo. Por un lado, se puede tener iniciativas de mercadeo “inbound” (entrante), que se enfocan en crear conciencia, compartir información y, en general, ofrecer experiencias para atraer nuevos clientes; en esta categoría, la empresa atrae a los clientes a través de espacios mucho más orgánicos y menos forzados, tratando de otorgar valor al cliente en su mismo modo de vida, sin presionar con intensidad el cierre de los negocios. Algunos ejemplos de mercadeo inbound son: capacitaciones, redes de contactos, espacios testimoniales, entre otros. En cambio, las iniciativas de mercadeo “outbound” (saliente) se concentran en impulsar el producto a través de varios canales, tales como: ventas agresivas, ofertas especiales, descuentos, etc. Es decir, el “outbound” es un enfoque más convencional que se encarga de trasladar de forma contundente las características endógenas del producto o servicio con el objetivo de cerrar tratos.

Jeff Bezos, el CEO de Amazon, dijo que “su marca es lo que la gente dice de ustedes cuando no están presentes”. Una frase poderosísima que revela lo que importa en términos de percepción de marca es lo que los segmentos meta opinan sobre nosotros en nuestra ausencia, eso determina en última instancia el éxito o no de tu plan de mercadeo. Desde la creación del nombre de la marca, pasando por la creación de su imagen y de la historia implícita que cuenta, es un proceso que vuelve tangible la propuesta de valor para el cliente. La construcción y posicionamiento de una marca debe ser conservadora y focalizada, sin prisas, pero constante y sin momentos de silencio. Vale responder las siguientes preguntas clave:

- ¿Cuáles son sus valores fundamentales?
- ¿Qué hace tu producto o servicio que sea único realmente?
- ¿Cuál es la propuesta de venta exclusiva?
- ¿Quiénes son sus clientes objetivo?

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu Ejecutivo de Negocio o escríbenos a info_bacpropemi@sv.credomatic.com y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para convertirse en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



Un enfoque moderno de mercadeo puede brindarle muchos beneficios a tu negocio. En primer lugar, tu empresa podrá aprovechar mejor todo el potencial de la nueva realidad del mercado. Asimismo, un buen mercadeo puede aumentar la confianza de las personas para relacionarse con tu empresa, cosa importante cuando tratas de llegar a nuevos clientes. En definitiva, un mercadeo hecho a consciencia permitirá que tu empresa se posicione como un referente importante en los segmentos meta.

Propemi BAC Credomatic sabe que tu empresa tiene mucho valor por entregar en el mercado. Encuentra con nosotros el mejor aliado para alcanzar tus objetivos de negocio y, así, la trascendencia. Platica hoy mismo con tu Ejecutivo de Negocio para revisar las alternativas que tenemos para ti.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu Ejecutivo de Negocio o escríbenos a info_bacpropemi@sv.credomatic.com y descubre la mejor opción para tu negocio.**