

# BN PYMES

CHARLA

**“Descubriendo al cliente ideal: técnicas de  
prospección y fidelización”**



# Estrategias de prospección que multiplican tus ventas

Richard Ordoñez

## Convierte tus prospectos en clientes fieles

Adquirir un nuevo cliente puede costar hasta 5 veces más que retener uno existente.

Un aumento del 5% en la retención de clientes puede aumentar las ganancias entre un 25% y un 95%.

### El valor de los clientes

Conocer profundamente al cliente permite:

Personalizar ofertas, promociones y comunicaciones.

Anticipar necesidades y resolver problemas de manera proactiva

Optimizar productos y servicios para satisfacer las demandas específicas del cliente.



## Usos prácticos de IA para fidelización

Sugerencia de nuevos productos con base en el historial de compras y preferencias del cliente.

Sistemas de recomendación impulsados por IA:

Sugieren productos o servicios basados en el historial de compras y preferencias del cliente.

Análisis predictivo:

Identifica clientes en riesgo de abandono y permite tomar medidas preventivas.

Prompt de IA:

A partir de este conjunto de datos de historial de compras, identifica los patrones de compra más frecuentes y sugiere productos complementarios para cada cliente

Analiza estas conversaciones de chat con clientes y resume los principales problemas y preguntas frecuentes

Utiliza estos datos de comportamiento del cliente para predecir qué clientes tienen mayor probabilidad de abandonar en los próximos 30 días.

## Construyendo el Perfil Detallado de tu Cliente Ideal

### ■ Recopilación de Datos:


### ■ Análisis de Clientes Existentes:

- Examina los datos de tus clientes actuales: demografía, historial de compras, comportamiento en línea, etc.
- Realiza encuestas y entrevistas para obtener información cualitativa sobre sus necesidades, deseos y puntos de dolor.

### ■ Investigación de Mercado:

- Analiza las tendencias del mercado y la competencia.
- Redes sociales, foros, blogs, etc.
- Utiliza herramientas de análisis de datos para identificar patrones y tendencias.



- 
- **Identificación de Patrones y Segmentación:**
  - **Agrupación de Datos:**
    - Organiza los datos recopilados en grupos o segmentos con características similares.
    - Identifica patrones y tendencias en el comportamiento del cliente.
  - **Definición de Segmentos Clave:**
    - Selecciona los segmentos de clientes más relevantes para tu negocio.
    - Prioriza los segmentos con mayor potencial de crecimiento.

## Creación del Buyer Persona

- **Asignación de un Nombre y Foto:**
  - Dale un nombre y una foto a tu buyer persona para hacerlo más realista.
- **Definición de Datos Demográficos:**
  - Edad, género, ubicación, nivel de ingresos, educación, etc.
- **Descripción de Datos Psicográficos:**
  - Valores, intereses, estilo de vida, personalidad, etc.
- **Identificación de Necesidades y Desafíos:**
  - ¿Qué problemas intenta resolver tu buyer persona?
  - ¿Cuáles son sus objetivos y aspiraciones?
- **Análisis del Proceso de Compra:**
  - ¿Cómo busca información tu buyer persona?
  - ¿Qué factores influyen en su decisión de compra?
  - ¿Cuáles son sus canales de comunicación preferidos?



## Convirtiendo la Retroalimentación del Cliente en una Ventaja Competitiva con la IA


- Encuestas de satisfacción del cliente
- La IA puede identificar patrones, tendencias y temas recurrentes en grandes volúmenes de retroalimentación.
- Esto permite identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas de manera oportuna.
- IA: Herramientas de análisis de texto y sentimiento:
- Identifican las emociones y opiniones de los clientes en sus comentarios.
- Sistemas de alerta temprana: Notifican a la empresa sobre problemas o tendencias negativas en la retroalimentación del cliente.
- Prompt de IA:
- Analiza estos comentarios de clientes y genera un informe que resuma los principales temas y el sentimiento general.
- Identifica los comentarios de clientes que mencionan problemas específicos con nuestro producto o servicio y genera una lista de acciones recomendadas.



## Optimizando el Viaje del Cliente con IA para Impulsar las Conversiones

- Proceso de compra:
- Conciencia, consideración, decisión, compra y fidelización.
- Cómo la IA puede personalizar la comunicación:
- La IA puede analizar el comportamiento del cliente en cada fase y adaptar los mensajes y ofertas en consecuencia.
- Esto aumenta la relevancia y efectividad de las comunicaciones de marketing.
- Contenido informativo y educativo para la fase de conciencia, contenido comparativo y de prueba social para la fase de consideración, y contenido persuasivo y de cierre para la fase de decisión.
- Adaptan el contenido del sitio web y los correos electrónicos a las preferencias de cada cliente.
- Prompt de IA:
- Crea una serie de correos electrónicos personalizados para un cliente que ha mostrado interés en un producto específico y se encuentra en la fase de consideración.
- Genera contenido para un artículo de blog que atraiga a clientes potenciales en la fase de conciencia sobre la necesidad de adquirir nuestro productos o servicios.





## Construyendo Relaciones Auténticas y Duraderas: La Nueva Era de la Venta Personalizada

- La escucha activa implica prestar atención a las palabras, el tono y el lenguaje corporal del cliente para comprender sus necesidades y emociones.
- La IA puede analizar las interacciones pasadas del cliente, sus preferencias y su comportamiento para adaptar los mensajes y ofertas.
- Esto crea una experiencia de venta única y relevante.
- Las relaciones a largo plazo generan clientes recurrentes y embajadores de marca.

## Implementando Estrategias de Prospección

- Marketing de contenidos dirigido por datos:
  - Esta estrategia se centra en la creación de contenido valioso y relevante para tu público objetivo, basándose en datos y análisis para comprender sus necesidades e intereses.
  - Utiliza herramientas de análisis de datos para identificar las tendencias y los temas que más resuenan con tu audiencia, y crea contenido que responda a sus preguntas y solucione sus problemas.
- Experiencias de usuario personalizadas:
  - En lugar de enviar mensajes genéricos a todos tus clientes potenciales, personaliza tus comunicaciones en función de sus intereses, comportamientos y necesidades individuales.
  - Utiliza herramientas de automatización de marketing para segmentar tu audiencia y enviar mensajes personalizados a través de diferentes canales, como el correo electrónico, las redes sociales y los anuncios en línea.



- Integración de tecnologías emergentes:
  - Mantente a la vanguardia de las últimas tecnologías de marketing, como la inteligencia artificial (IA), la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV), para crear experiencias de cliente innovadoras y atractivas.
  - Por ejemplo, puedes utilizar la IA para personalizar las recomendaciones de productos, la RA para permitir a los clientes probar productos virtualmente y la RV para crear experiencias de marca inmersivas.
- Marketing omnicanal:
  - Ofrece una experiencia de cliente coherente y fluida a través de todos los canales de marketing, tanto en línea como fuera de línea.
  - Asegúrate de que tus mensajes y tu marca sean coherentes en tu sitio web, tus redes sociales, tus anuncios en línea, tus tiendas físicas y cualquier otro punto de contacto con el cliente.
- Sostenibilidad y marketing con propósito:
  - Hoy en día los consumidores, sobre todo los más jóvenes, dan mucha importancia a que las marcas tengan un propósito más allá de la pura venta de productos o servicios.
  - Muestra tu compromiso con la sostenibilidad y las causas sociales, y atrae a clientes que comparten tus valores.



## Bibliografía

1. Gitomer, J. (2019). *La Biblia de las ventas*. Editorial Empresa Activa.
2. Un clásico actualizado con principios clave sobre la prospección, seguimiento y cierre de ventas.
3. Holmes, C. (2021). *The Ultimate Sales Machine: Turbocharge Your Business with Relentless Focus on 12 Key Strategies*. Penguin Publishing Group.
4. Presenta tácticas efectivas de prospección, seguimiento y conversión de clientes.
5. Cardone, G. (2022). *Vendes o vendes: Cómo salir adelante en los tiempos difíciles*. Editorial Planeta.
6. Ideal para reforzar la actitud y disciplina en la prospección diaria.
7. HubSpot. (2023). *Guía definitiva de prospección de ventas*. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/sales/prospeccion-de-ventas>
8. Un recurso gratuito, claro y aplicable con estrategias digitales de prospección modernas.
9. Salesforce. (2022). *State of Sales Report*. Recuperado de: <https://www.salesforce.com/resources/research/state-of-sales/>
10. Proporciona datos y tendencias actuales sobre la prospección y la fidelización de clientes.

