



6 claves para ejecutar una estrategia digital exitosa

El marketing digital es dinámico, conlleva procesos de corto plazo e involucra tomar decisiones permanentemente, lo que puede abrumar y conducir al error, especialmente al segmentar las audiencias.

Para apoyar a las empresas en esta tarea, Equifax, empresa de soluciones tecnológicas basadas en big data y analytics, cuenta con Audiencias Digitales, innovadora herramienta que combina el mundo digital y físico de las personas para ayudar a las empresas a segmentar mejor a sus

prospectos y a los consumidores a recibir ofertas que realmente están buscando.

Javier Gómez, Product Manager Digital de Equifax, entrega 6 recomendaciones para construir una estrategia digital exitosa:

1. Analiza tu situación actual:

Haz un análisis digital de tu empresa. Estudia a tu competencia, las redes sociales, los canales de venta con los que cuentas hoy y los que quieres tener. En esta etapa establece los objetivos por los cuales medirás el éxito de tu campaña.

2. Selecciona tus canales de marketing:

Dependiendo del producto o servicio que ofrezcas, analiza si tu cliente lo adquiere de manera proactiva o reactiva. Así, podrás definir con mejor foco las plataformas que usarás.

3. Define el presupuesto para cada canal:

Considera la experiencia previa para incorporar

aprendizajes. “Tomar acciones en base a los resultados que están obteniendo las campañas en cada canal es clave para decidir si variar la inversión en éstos, según cuál esté dando mejores resultados”, comenta Gómez.

4. Establece la segmentación adecuada:

En una estrategia digital en base a segmentación, lo importante es que, en base a los resultados obtenidos, se pueda modificar la segmentación para encontrar el desempeño óptimo y así alcanzar las metas.

5. Háblale a cada segmento de la manera que quieren escucharte:

Dirige los mensajes a cada potencial cliente de la forma más personalizada posible, tanto en las gráficas como en la comunicación. Esto permitirá que para un mismo producto y en un mismo canal, puedas tener distintas maneras de llegar a tus distintos públicos o crear nuevas formas de comunicación con cada uno de ellos.

6. Analiza los resultados y potenciales:

Estudia el rendimiento de la campaña y si quieres

impulsarla aún más, optimiza tu segmentación hablándole a aquel público que mejor performance tuvo durante el periodo de estudio, haz clones de ese público y busca nuevas segmentaciones. Esto es la clave del éxito de una Estrategia Digital en base a segmentación.