

SigmaMóvil
COMUNICACIÓN DIGITAL

aio
All In One

Guía: Segmenta tus bases de datos de forma efectiva



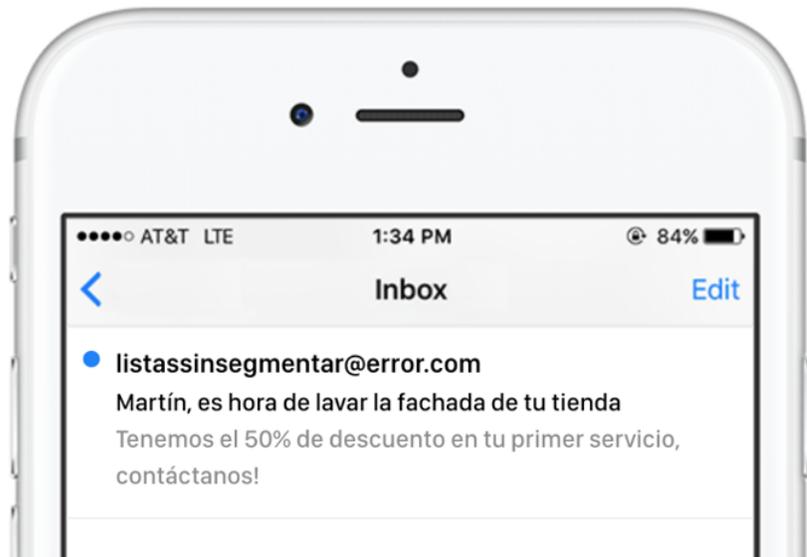
¿Quieres mejorar tus tasas de apertura, las tasas de clics y reducir la tasa de desuscripción de tus listas de contactos?

En esta guía conocerás el truco para mejorar drásticamente la efectividad de tus campañas de comunicación.

El mejor mensaje es personal, no personalizado

Veámoslo con un ejemplo.

Martín es el Gerente de TiranosaurioTex, una compañía de moda que no tiene tiendas físicas, ya que todas sus ventas se realizan a través de su página web. **Un día cualquiera, Martín recibe este email:**



¿Lavar la fachada de cuál tienda?

Las tiendas online no necesitan aseo con agua y jabón, ¿o sí?

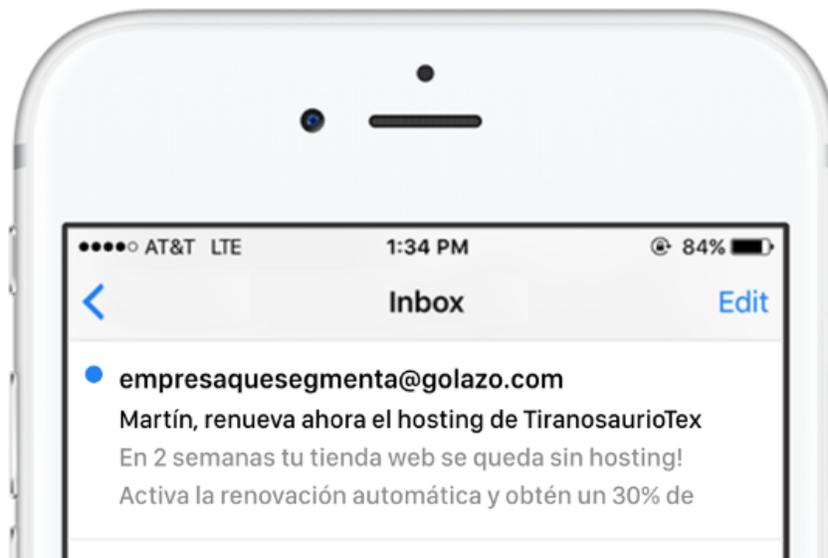
El correo dice “Martín”, y le ofrecen un servicio que aparentemente sería importante, pero al no tener tiendas físicas no es un servicio que llegue a interesarle. Convirtiéndolo en un mensaje personalizado, pero no personal.

¿Cuál es la diferencia entre personalizado y personal?

Personalizado: Incluye campos como nombre (el más común), apellido, compañía... entre otras.

Personal: Cumple con la personalización, pero además contiene información afín al interés, gusto o necesidad de su destinatario, llegando en el momento justo.

Ahora analiza este mensaje:



¿Está personalizado? Sí. Llama al destinatario por su nombre y menciona a su empresa.

¿Contiene información afín? Sí, ofrece un hosting, que es clave para cualquier sitio web.

¿Llega en el momento justo? Justo dos semanas antes de vencerse el hosting. ¡Sí rotundo!

Pero lograrlo no es tan fácil.

Segmentar es la clave

¿Qué es segmentar?

Parafraseando a Philip Kotler (El padre del mercadeo moderno) *segmentar es dividir o formar grupos más pequeños, analizando los perfiles de esos grupos de consumidores basados en las necesidades de diferentes productos o servicios a los cuales aplican diferentes estrategias de marketing.*

Es decir, si tenemos un universo de gerentes de tiendas, podremos segmentar un grupo que tiene tiendas de zapatos, otro de ropa de niños, de ropa de mujeres, de hombres.

Pero también puedes segmentar por la ubicación de sus tiendas, el tamaño, la cantidad de vendedores... **Podrás segmentar tanto como lo permita la información que tengas.**



¿Por qué es importante segmentar una base de datos?

Segmentar adecuadamente una base de datos **permitirá llegar a un mejor público, que tenga un interés real** en lo que la empresa está ofreciendo, optimizando costos y mejorando la comunicación con sus clientes y prospectos.

Pero hablemos de algunas ventajas de segmentar apropiadamente:

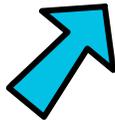
- **Se optimizan los resultados:**

Algunos estudios indican que **las métricas de las campañas segmentadas son hasta 50% mejores que las que no.**

Y es que los resultados mejoran ya que la empresa se comunica con sus usuarios todo el tiempo en función de sus intereses, gustos y necesidades.

En Email Marketing, un correo segmentado tiene mejores tasas de apertura y menores tasas de desuscripción. Combinado con llamadas a la acción que despierte su interés, implica mayores ventas, posicionamiento de marca y mejores resultados.

Da clic aquí si quieres aprender cómo escribir potentes llamados a la acción



- **Reduce el costo de retención de clientes y suscriptores:**

Canales directos como Email Marketing, Call Blasting, WhatsApp Business y SMS requieren una base de datos actualizada y que hayan dado autorización expresa para recibir información de tu parte.

Enviar mensajes segmentados y ejecutar campañas pensadas en el cliente reducirá el costo de retenerlos, ya que siempre ofrecerás contenido valioso para ellos y las tasas de desuscripción serán muy bajas

Mientras trates a tus clientes y suscriptores como personas y no como un dato más de una larga lista, tendrás la posibilidad de mantenerlos conectados a tus contenidos y no querrán perderse lo que tienes por contar.

- **Mejora el posicionamiento de marca:**

Si cada vez que un usuario recibe un mensaje de tu parte lo encuentra útil y cumple con sus expectativas tendrás una posición privilegiada en su mente.

Parte del “nurturing” o nutrición de contactos consiste en enviar mensajes acordes a la etapa de compra en la que se encuentren y prepararlos para que a la hora de estar listos para comprar, te encuentres entre sus primeras opciones.

¿Qué requieres para segmentar?

Lo más importante es tener tu base de datos en constante actualización, con la mayor información disponible para lograr una segmentación acorde a las posibles necesidades de tu cliente objetivo.

Esto requiere tiempo, dedicación, esfuerzo y una plataforma que optimice el trabajo de segmentar.



AIO de Sigma Móvil cuenta con **10 campos de personalización** para que segmentes tus campañas de email marketing & sms según tus estrategias



¿Cómo segmentar efectivamente?

Todo dependerá del **objetivo que quieras alcanzar** con tu mensaje: Posicionar, invitar, educar, notificar, vender **y al buyer persona** al que le dirijas el mensaje.

No le venderás un software para el área de recursos humanos a un Director de Recursos Humanos de la misma forma que lo harás para un Director de Tecnología, ya que sus lenguajes y sus necesidades de información son muy variados.

Así como tampoco hablas de la misma forma con un millennial que con un baby boomer.

Para segmentar efectivamente, sigue estos pasos:

- **Define un solo objetivo**

Es muy fácil tentarse a comunicar todo al mismo tiempo: invitar a tus clientes a tu próximo evento, conocer tu catálogo de productos y pedirles que te sigan en tus redes sociales, pero ¡calma! Un objetivo a la vez, jerarquiza la información para que no se sientan saturados.

Entre más pasos deban hacer, menos motivados se sentirán.

- **Estandariza y limpia tu base de datos**

Es hora de usar Excel o una hoja de cálculo. Expresa cada variable en el mismo formato, separa nombres de apellidos, **evita a toda costa los datos en mayúsculas**, verifica que los correos electrónicos estén bien escritos y limpia aquellos datos que se encuentren incompletos.

Cuando la base de datos esté limpia y estandarizada, es hora de subirla a AIO. Podrás importarla en archivo .CSV y personalizar los campos para poder enviar tus campañas segmentadas.

• Categoriza

La categorización irá acorde a la cantidad de información disponible. Entre más tiempo le dediques, mejor calidad de información recojas y optimices la segmentación, mejores resultados tendrás.

Podrás categorizar por:



Ubicación geográfica



Sexo



Rango de edad



Fecha de nacimiento



Productos o servicios en los que demostró interés



Seguidores de determinada red social



Facturación promedio



Interacciones previas con tu marca



Asistentes a algún evento

Como ves, las posibilidades son infinitas y estas son solo algunas ideas que pueden servir de punto de partida.

Segmentar es un trabajo que requiere dedicación, no inicies el proceso sin haber realizado primero los pasos anteriores.

- **Automatiza**

Puedes hacer campañas manuales acorde a tus necesidades invirtiendo cientos de horas al año, o puedes automatizar el proceso después de planificar y analizar cuál es el mensaje que quieres dar, usando esas mismas horas en otros procesos que requieran tu total atención.

Retomemos el ejemplo de TiranosaurioTex: su hosting estaba a dos semanas de vencerse. El mensaje llegó para recordárselo y ofrecerle un beneficio por activar la renovación automática.

Pero no todas las empresas tienen las mismas fechas de vencimiento.

¿Imaginas el trabajo que representa enviar manualmente cada día mensajes informando lo mismo a diferentes clientes?



AIO cuenta con un módulo de automatización tipo **“arrastrar y soltar”**, el cual te permite enviar *campañas segmentadas* y adicionalmente **programar el envío de nuevos mensajes** acorde a las interacciones previas que realicen con el contenido.

- **Analiza las métricas**

Conforme vayas enviando campañas segmentadas, **analiza los resultados y define nuevos objetivos.**

¿Qué métricas debes analizar?

En email marketing: Tasa de apertura, clics vs. aperturas, tasa de rebote, tasa de SPAM y desuscripciones

En SMS: porcentaje de mensajes entregados y tasa de clics.

AIO te permite ver estas métricas por cada campaña y a nivel general; de esta manera podrás comparar tus resultados y ver si la estrategia está obteniendo buenos resultados.

Conclusión

Si aún envías todas tus comunicaciones al total de tu base de datos, es hora de parar y reformular tu estrategia; tomará tiempo, pero verás que vale totalmente la pena.

No tengas miedo de probar, pero hazlo siempre basado en objetivos claros y en las métricas que vas a analizar para implementar mejoras.

Para segmentar solo requieres tres cosas: Un objetivo, una base de datos con la mayor cantidad de información disponible y un mensaje adaptado para cada grupo de personas.

Una opción que debes considerar es **contar con el servicio de una empresa como Sigma Móvil que te permitirá comunicarte efectivamente con tus clientes a través de diferentes canales:**



Email Marketing



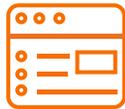
SMS



Whatsapp Business API



Encuestas Online



Formularios



Call Blasting

Agenda una cita

con uno de nuestros consultores en comunicación digital

y definamos juntos
la estrategia efectiva