

# Estrategias de captación y metodologías de conversión digital

Ponente: Fran Vázquez



Financiado por:



# Hoja de ruta...

- ¿Qué es el customer journey y el customer experience?
- Estrategias de desarrollo de contenido multicanal.
- Plataformas y herramientas de análisis indispensables.

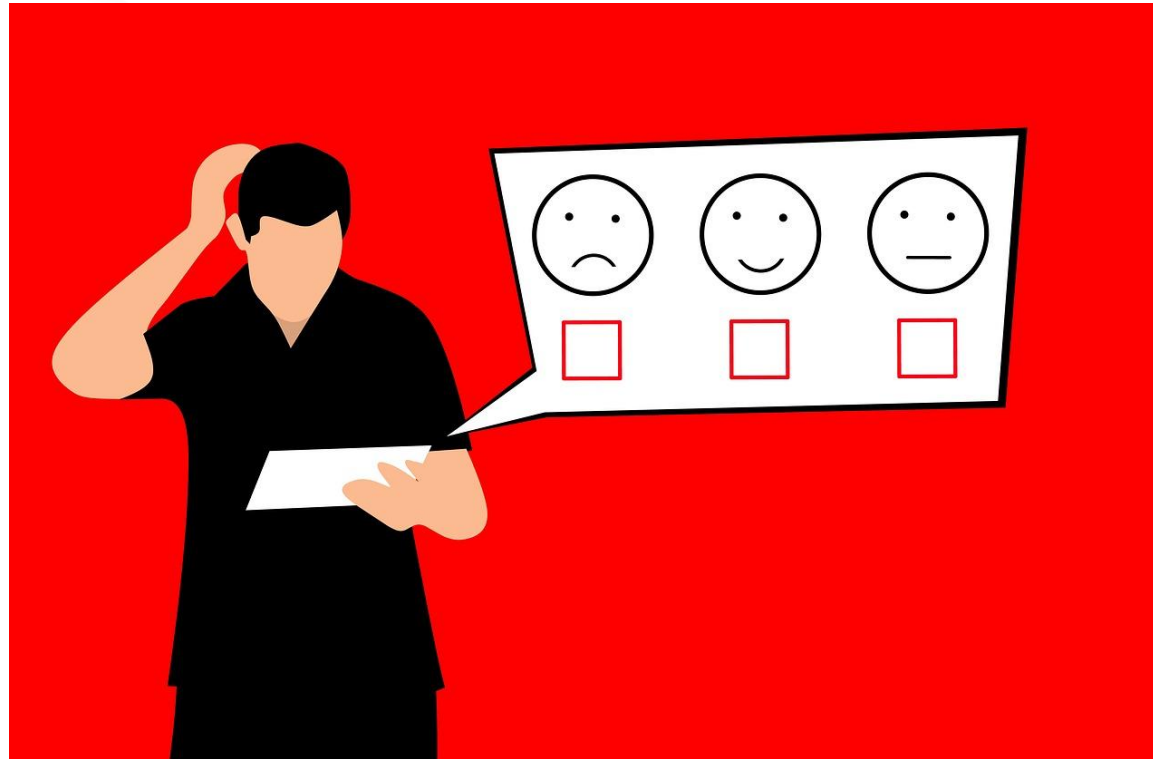
# 1. ¿Qué es el customer journey y el customer experience?

# Definición de customer experience



El *customer experience* es el conjunto de todas las **sensaciones, emociones, sentimientos, percepciones** y **opiniones** que surgen en el interior de un cliente cuando interactúa con una empresa.

# Definición de user experience



Se trata de la **experiencia** que vive el cliente como usuario de **canales digitales**.

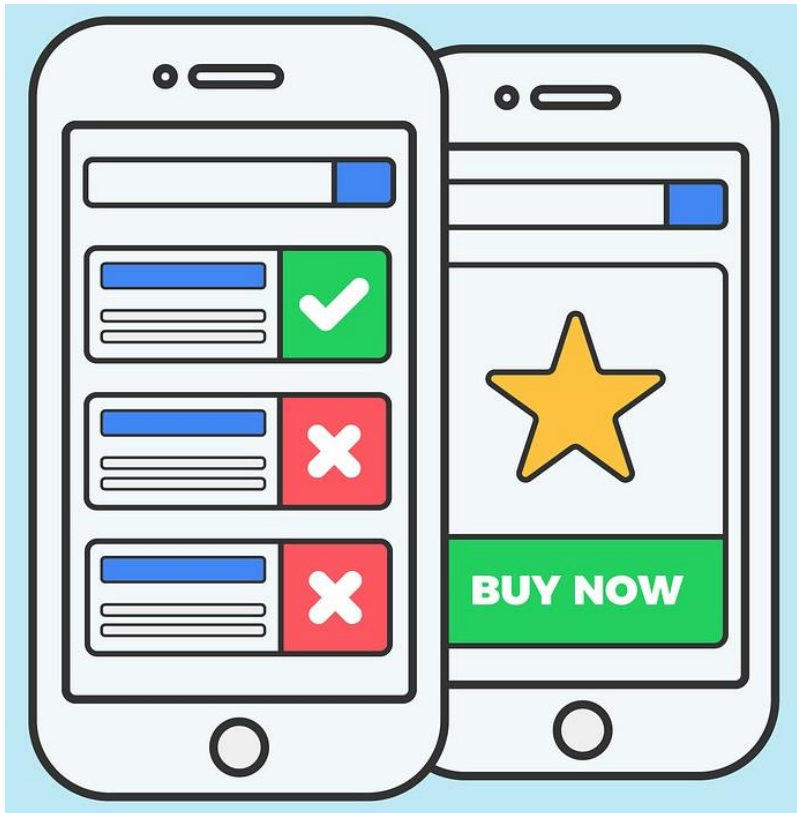
Se ocupa de que cada persona que interactúe con la empresa **a través de Internet** (mediante web, aplicaciones, etc.) se sienta cómoda y considere dicha interacción sencilla y agradable.

# Criterios fundamentales del UX



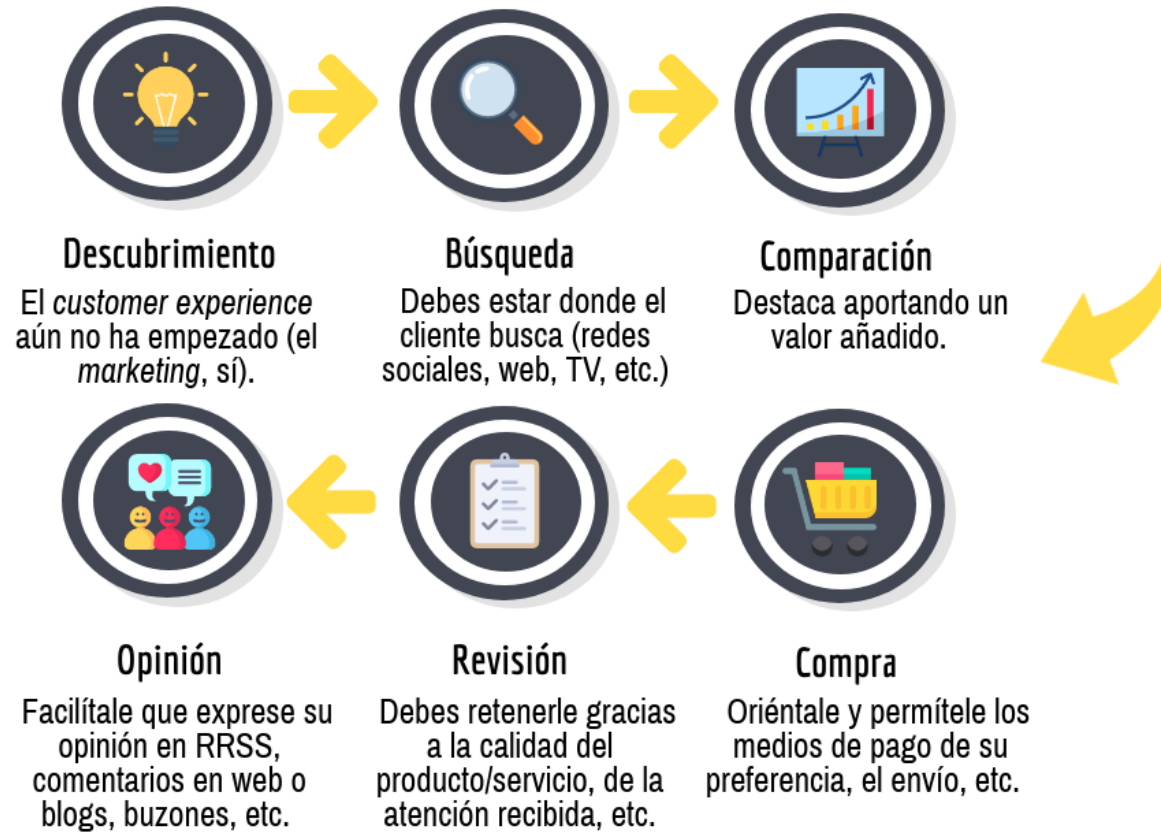
- Que **nos encuentren fácilmente** en los buscadores.
- Que nuestra **web/app sea sencilla, directa y clara**.
- Que contenga la información necesaria para **resolver todas las dudas del usuario** de manera **rápida e intuitiva**.
- Que transmita **seguridad a la hora de comprar** en nuestra tienda **online** y le resulte **fácil** hacerlo.

# Análisis del customer journey



- Cuando un usuario compra un producto o contrata un servicio realiza un viaje que parte de una **necesidad o deseo** y tiene como destino la **adquisición** del producto o servicio que satisfaga esa necesidad o deseo.
- Es lo que se conoce como **customer journey** (viaje del cliente). Este viaje cuenta con un recorrido predeterminado que se llama *customer journey map* (mapa del viaje del cliente).
- Debemos **conocer todas las paradas del viaje** para asegurarnos que la experiencia es satisfactoria en todo momento.

# Etapas del customer journey map





# Medición de la satisfacción del cliente



- Es importante comprender que para mejorar el *customer experience* hay que saber si los clientes **están o no satisfechos** y cuánto gracias a:
- Las **respuestas** de las personas que interactúen (compren o no), sin olvidar los formularios de la web.
- Las **encuestas de satisfacción**.
- **La base de datos** de clientes.
- La **retroalimentación del equipo de ventas**.

# La importancia de establecer KPI



## DATOS CUANTITATIVOS

Valor medio de compra  
Tasa de conversión  
Tasa de abandono

## DATOS CUALITATIVOS

¿Se siente **cómoda** la clientela?  
¿Se va satisfecha?  
¿**Confía** en las recomendaciones?

## 2. Estrategias de desarrollo de contenido multicanal

## Definición de multicanalidad



- La **multicanalidad** consiste en usar tantos **canales y herramientas** para **comunicarte** con tus **clientes** como ellos necesiten.
- El **número** de esos canales variará dependiendo del carácter de tu empresa, tus productos y servicios y las características de tu clientela.
- De este modo, existen canales como las redes sociales, chats, teléfonos de atención al cliente, tienda física o *e-commerce*, entre otros.

# Fase de descubrimiento y comparación: redes sociales



## Fase de descubrimiento y comparación: web



- Importancia que la web sea **responsive**.
- Importancia que la web **cargue rápido**.
- Importancia que la web **tenga buen SEO**.
- Importancia que la web **tenga volumen de tráfico continuada**.
- Atención a los **términos legales**.

## Fase de descubrimiento y comparación: blog



# Fase de descubrimiento y comparación: influencers





## Fase de descubrimiento y comparación: SEM



Google

## Fase de descubrimiento y comparación: Marketplace

 amazon

 ebay



Facebook Marketplace

# Fase de descubrimiento y comparación: afiliación

An infographic with a blue background and a white circle in the center containing a handshake icon. The text 'AFFILIATE MARKETING' is written in white capital letters below the circle. The background is filled with various white line-art icons representing business, technology, and marketing concepts.

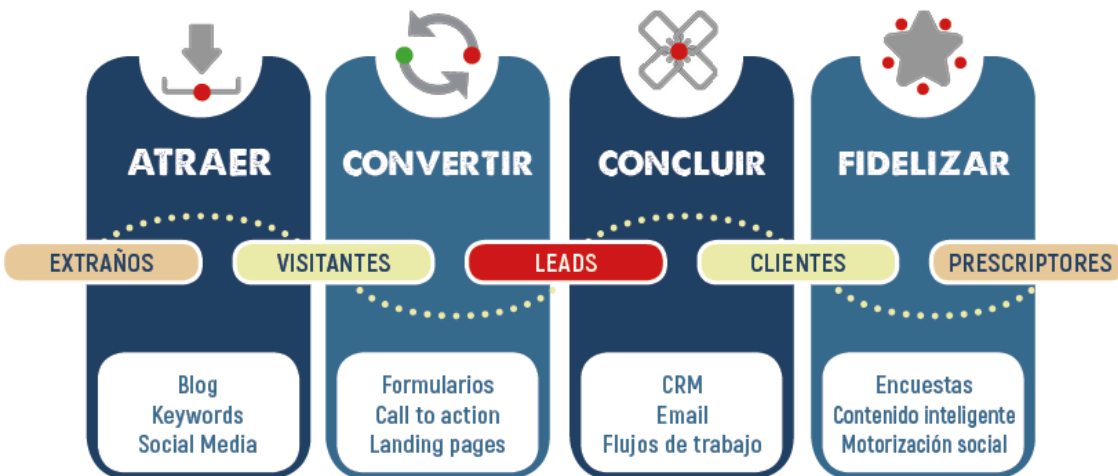
## AFFILIATE MARKETING

Es una estrategia de publicidad online en que se paga en función de los resultados obtenidos.

Básicamente, **consiste en llegar a acuerdos con** sitios webs (afiliados) que se encargan de anunciar los productos o servicios de nuestra empresa.

En España existen diversas plataformas para iniciar este tipo de campañas: [Awin](#), [Trade Tracker](#) y [Time One-Performance](#).

# ¿Por qué las empresas necesitan una estrategia de desarrollo de contenidos multicanal?



- **Generar leads** de forma sostenida.
- Es una estrategia **menos costosa**.
- **Aumenta el reconocimiento** de marca.
- Es la entrada para una estrategia de **Inbound Marketing**.

### 3. Plataformas y herramientas de análisis indispensables

## ¿Cómo las elegimos?

### Possibilities

Possibility

Possibility

Possibility

Possibility

Possibility

- Coste
- Porcentaje de necesidades que cubre
- Facilidad de uso y curva de aprendizaje
- Seguridad
- Trayectoria de la herramienta

## Herramientas de analítica

**metricool**

Analyze, manage and measure your social media activity



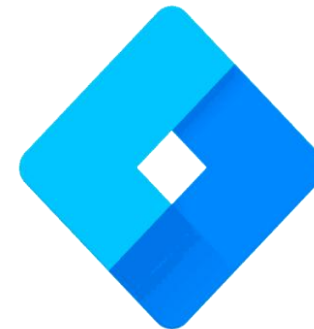
Google Analytics

 **SimilarWeb**

## Herramientas de analítica



Brandwatch



**Keyword Tool**



Información y Consultas en  
[masempresas.cea.es](http://masempresas.cea.es)



/CEA.es



@CEA.es\_



/CEA.es



[linkedin.com/in/fjvazquez](https://www.linkedin.com/in/fjvazquez)

*@fjvazquez86*

Financiado por:



**CEA**  
Confederación de  
Empresarios de Andalucía



**Junta de Andalucía**  
Consejería de Transformación Económica,  
Industria, Conocimiento y Universidades

Información y Consultas en  
[masempresas.cea.es](http://masempresas.cea.es)



/CEA.es



@CEA.es\_



/CEA.es



Financiado por:



Coraboran:

