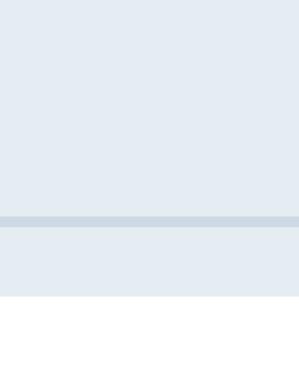


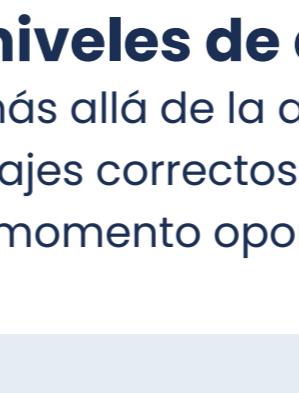
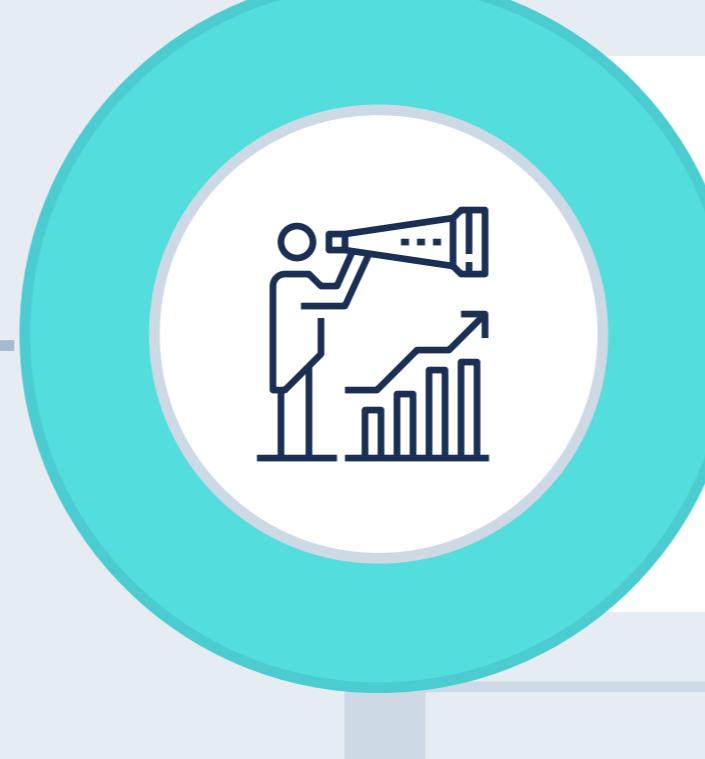
# 10 principios para coordinar customer journeys

**01****Pon el foco en los puntos de contacto, los mensajes y el contenido**

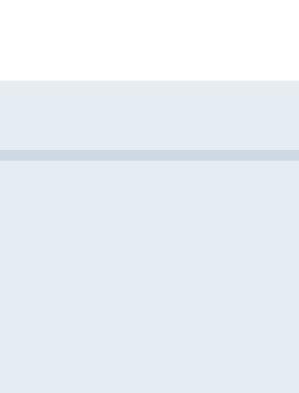
— Y no tanto en la actividad de los canales

**03****Utiliza la automatización del marketing como acelerador**

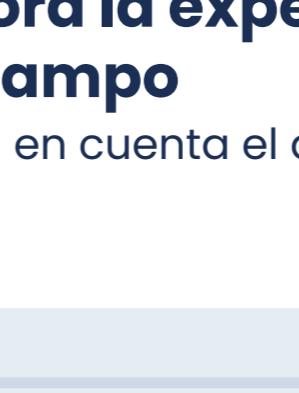
— Compensa la dedicación en estas áreas y úsalas para acelerar la evolución del customer journey con acciones relevantes

**05****Planifica por ciclos, no por acontecimientos**

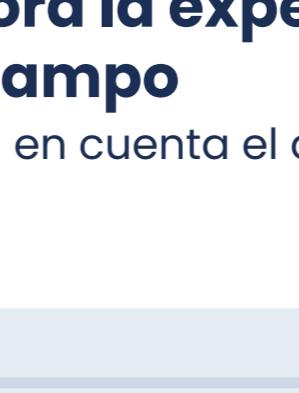
— Los ciclos son bien percibidos por el equipo de campo, mientras que los eventos pueden integrarse en la planificación

**07****Confirma que hay capacidad**

— Incluso el plan de interacción perfecto será ignorado por los equipos de campo si no es realista dentro de su ciclo de ventas actual

**09****Mide las experiencias de forma sistemática**

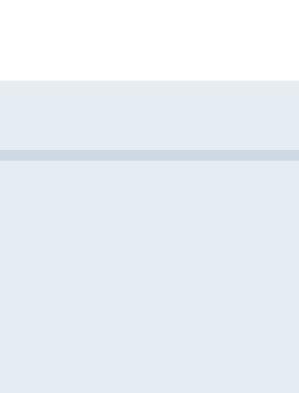
— Pasa de tener journeys en PowerPoint a diseñarlos en base a los datos de CRM

**02****No seas demasiado prescriptivo**

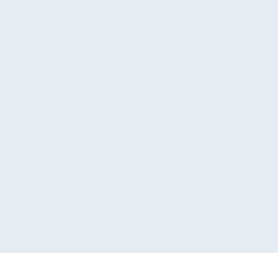
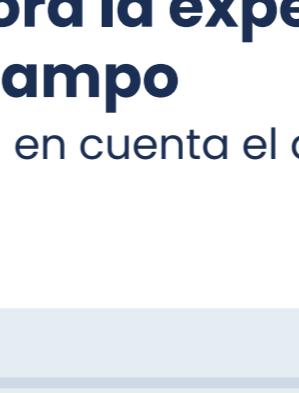
— Confía y empodera a los equipos de campo para que conozcan a sus clientes y tomen la iniciativa a la hora de ofrecer una experiencia personalizada

**06****Permite la priorización de clientes en los journeys**

— Alinéate con ventas en la segmentación de cada itinerario

**10****Haz que sea escalable y rentable**

— El enfoque más avanzado tendrá un impacto reducido si se limita a pocas marcas o mercados

**Descubre más sobre cómo coordinar customer journeys en [esta guía completa](#).**