

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



02

No seas demasiado prescriptivo

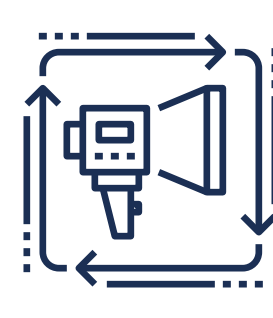
— Confía y empodera a los equipos de campo para que conozcan a sus clientes y tomen la iniciativa a la hora de ofrecer una experiencia personalizada



03

Utiliza la automatización del marketing como acelerador

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



04

Mejora la robustez a la hora de medir los niveles de adopción

— Ir más allá de la autoevaluación garantiza que los mensajes correctos lleguen a los clientes adecuados en el momento oportuno



05

Planifica por ciclos, no por acontecimientos

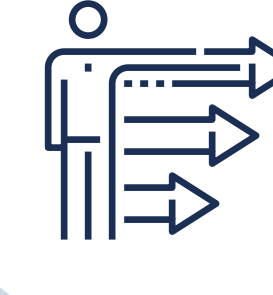
— Los ciclos son bien percibidos por el equipo de campo, mientras que los eventos pueden integrarse en la planificación



06

Permite la priorización de clientes en los journeys

— Alinéate con ventas en la segmentación de cada itinerario



07

Confirma que hay capacidad

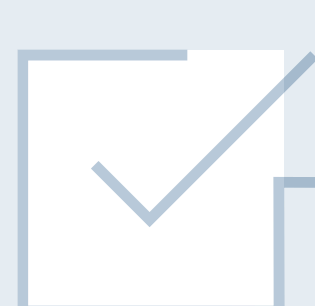
— Incluso el plan de interacción perfecto será ignorado por los equipos de campo si no es realista dentro de su ciclo de ventas actual



08

Mejora la experiencia del equipo de campo

— Ten en cuenta el diseño UX de la solución



09

Mide las experiencias de forma sistemática

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



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.