

Evelyn Herrera
Directora de Negocios y
Experiencia de Cliente
[**eherrera@martech.cl**](mailto:eherrera@martech.cl)



E-VOLUCIONANDO LA CONTACTABILIDAD EN EL B2B



La contactabilidad en B2B es la capacidad de contactar a clientes o prospectos a través de varios canales, con el objetivo de construir relaciones comerciales a largo plazo



**LA CONTACTABILIDAD DEBE
RESPONDER LAS EXPECTATIVAS
DE LOS CLIENTES B2B.**

**¿CUÁLES SON ESAS
EXPECTATIVAS?**

**¿CUÁL ES EL ESCENARIO QUE
DEBEMOS CONSIDERAR?**

SITUACIÓN ENTORNO B2B

80% DE LAS INTERACCIONES

DE VENTA OCURRIRÁN EN ENTORNOS DIGITALES PARA EL 2025.

44% DE LOS MILLENIALS

PREFIERE NO INTERACTUAR CON LOS REPRESENTANTES DE VENTAS.

REGLA DE LOS 3 TERCIOS

1/3 DE PRESENCIALIDAD, 1/3 REMOTO Y 1/3 DE AUTOATENCIÓN.

ACCIÓN GLOBAL (MERCADOS DESARROLLADOS)

**80% DE LAS
COMPAÑÍAS**

**TIENEN IMPLEMENTADA
ALGUNA PLATAFORMA DE
AUTOMATIZACIÓN DE MKT B2B.**

**50% DE LAS
COMPAÑÍAS**

**EN MERCADOS
DESARROLLADOS SE DEDICAN
A LA BÚSQUEDA DE CLIENTES
POTENCIALES**

¿CUÁL ES NUESTRA REALIDAD B2B?

NOS HEMOS ENCONTRADO CON DISTINTAS SITUACIONES.

- **Existe un plan de desarrollo e-commerce B2B, pero no de marketing B2B.**
- **Conseguir clientes potenciales, por ahora no es un objetivo, solo digitalizar a los clientes existentes.**
- **Existen las tecnologías de automatización/ personalización, pero seguimos enviados solo mailing masivos.**
- **Mandamos mailing masivo, pero no tenemos nada personalizado ni automatizado.**
- **Búsqueda de tecnologías de marketing automatizado, por sobre un plan o estrategia de contactabilidad.**
- **Es necesario implementar una solución chat, chatbot o WhatsApp.**

PODRÍAMOS CONSTRUIR UNA HOJA DE RUTA O NIVELES DE MADUREZ DE LA CONTACTABILIDAD B2B.

1

INICIAL

El Negocio posee una base de datos de sus clientes B2B, sabe que es importante utilizarla, pero no existe una estructura y/o plan para capitalizarla.

2

DESARROLLO

El Negocio genera comunicaciones hacia sus clientes B2B, utilizando 1 o más canales de marketing directo, pero sin un plan o estrategia.

3

DEFINIDO

El Negocio genera comunicaciones de acuerdo a un plan, contacta con objetivos y comunicación clara, utilizando 1 o más canales de mkt directo.

4



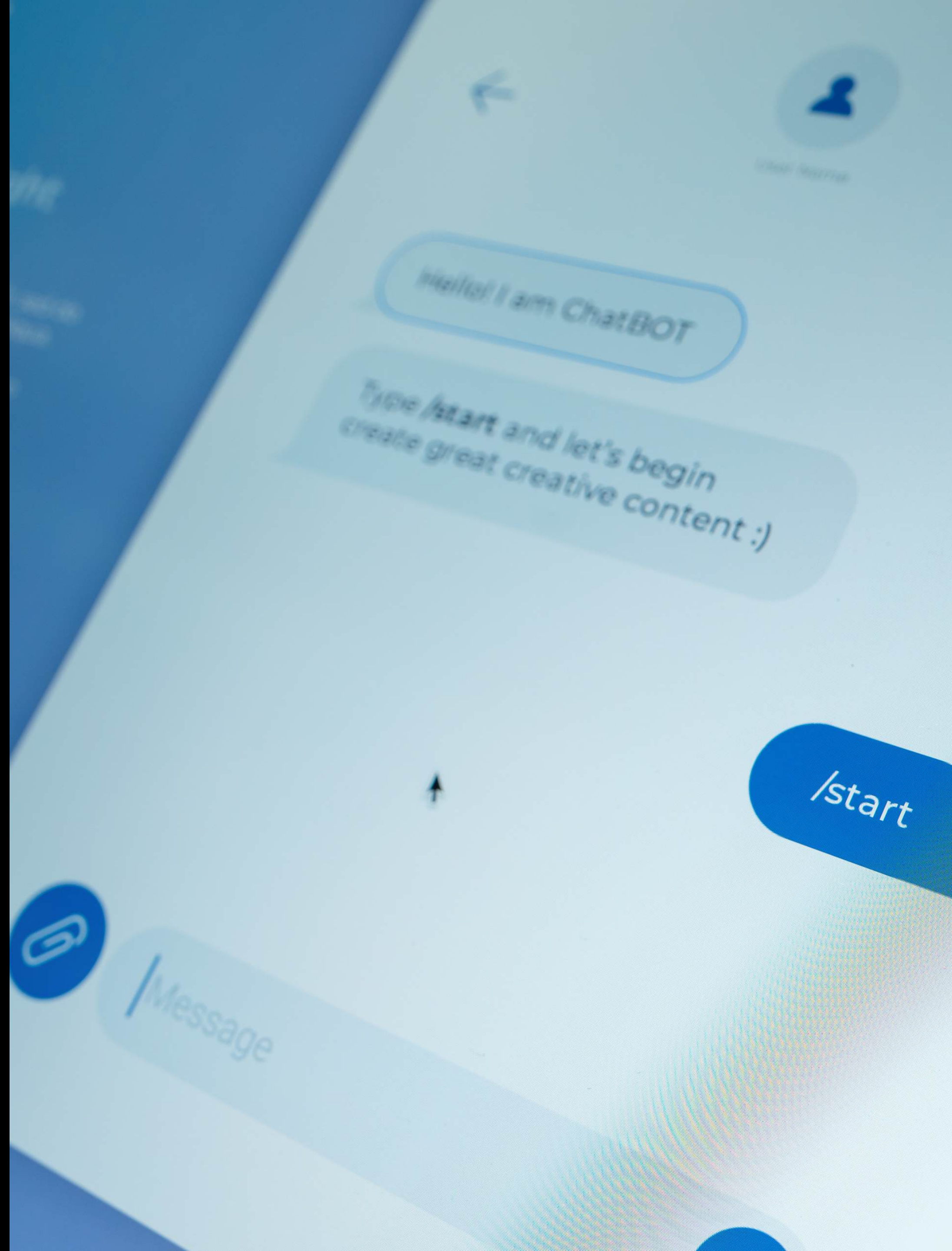
OPTIMIZADO

Lo anterior +: el Negocio genera comunicaciones automatizadas, de acuerdo a comportamientos definidos y en un ecosistema omnicanal, permitiendo una comunicación bidireccional y considerando además a clientes potenciales.



ESTO NOS PONE UN DESAFÍO

**SER CAPACES DE IDENTIFICAR LA COMBINACIÓN
ADECUADA DE ASISTENCIA DIGITAL Y HUMANA
PARA LOGRAR UNA ÓPTIMA EXPERIENCIA DEL
CLIENTE B2B ACTUAL.**



LAS MARCAS LLEVAN AÑOS GENERANDO RELACIONES CON SUS CLIENTES B2B, PERO CON LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EL ECOSISTEMA SE VUELVE OMNISCANAL Y LA COMUNICACIÓN BIDIRECCIONAL.

CUANDO LA NECESIDAD SE GENERA DESDE EL CLIENTE, PUEDE SUCEDER DURANTE LAS 24 HORAS DEL DÍA LOS 7 DÍAS DE LA SEMANA.

¿CÓMO LLEVAR ESA RELACIÓN AL SIGUIENTE NIVEL?

OPTIMIZANDO LA ESTRATEGIA DE CONTACTABILIDAD

1 DEFINIR UN
ECOSISTEMA DE
MARCA

2 ESTABLECER UN
MODELO DE
CONTACTABILIDAD

3 IMPLEMENTAR
EL MODELO

4 MONITOREAR Y
OPTIMIZAR

ECOSISTEMA DE MARCA

¿CÓMO DEFINIRLO?

AYER

El Negocio se relaciona con el cliente a través de una fuerza de venta

COMUNICACIÓN:
A través del teléfono, la visita presencial y el catálogo de productos.

INTENCIÓN:
Venta desde el vendedor
Compra desde el cliente

ECOSISTEMA DE MARCA

¿CÓMO DEFINIRLO?

HOY

EL CLIENTE puede entrar en contacto con el Negocio o distintos Negocios, a través de varios canales, de acuerdo a lo que necesite.

EL NEGOCIO también multiplica sus canales al entrar en contacto con sus clientes.

NECESIDAD DE INFORMACIÓN

BÚSQUEDAS

MEDIOS DIGITALES
RESULTADOS
ORGÁNICOS

POSICIONAR MARCA Y
PRODUCTOS, SER
CONSIDERADO

INTENCIÓN DE COMPRA O
COTIZACIÓN

E-COMMERCE
CHAT/WHATSAPP
TELÉFONO

RRSS
E-MAIL MKT
SMS
WHATSAPP
E-COMMERCE

INFORMACIÓN DE INTERÉS Y
PROMOCIONES

RESOLVER PROBLEMAS O
CONSULTAS

E-COMMERCE
CHAT/WHATSAPP
TELÉFONO

ECOSISTEMA DE MARCA

¿CÓMO DEFINIRLO?

HOY

EL CLIENTE puede entrar en contacto con el Negocio o distintos Negocios, a través de varios canales, de acuerdo a lo que necesite.

EL NEGOCIO también multiplica sus canales al entrar en contacto con sus clientes.

NECESIDAD DE INFORMACIÓN

BÚSQUEDAS

MEDIOS DIGITALES
RESULTADOS
ORGÁNICOS

POSICIONAR MARCA Y
PRODUCTOS, SER
CONSIDERADO

INTENCIÓN DE COMPRA O
COTIZACIÓN

E-COMMERCE
CHAT/WHATSAPP
TELÉFONO

RRSS
E-MAIL MKT
SMS
WHATSAPP
E-COMMERCE

INFORMACIÓN DE INTERÉS Y
PROMOCIONES

RESOLVER PROBLEMAS O
CONSULTAS

E-COMMERCE
CHAT/WHATSAPP
TELÉFONO

ECOSISTEMA DE MARCA

UN ECOSISTEMA ES EL CONJUNTO DE CANALES QUE LE PERMITE A UNA MARCA PONERSE EN CONTACTO CON SUS CLIENTES Y CLIENTES POTENCIALES.



MODELO DE CONTACTABILIDAD

CICLO DE COMPRA DEL CLIENTE B2B EN UN E-COMMERCE B2B CON MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN USO DEL NUEVO CANAL E-COMMERCE

EL NEGOCIO NECESITA QUE CADA VEZ MÁS CLIENTES UTILICEN EL E-COMMERCE. SE DISEÑÓ Y DESARROLLÓ ESPECIALMENTE PARA ELLOS. Y ESTO NO SUCEDERÁ DE LA NOCHE A LA MAÑANA.

PRIMERA COMPRA

EL NEGOCIO DEBE LOGRAR QIE EL CLIENTE B2B REALICE UN PRIMER PEDIDO, QUE EXPERIMENTE EL FLUJO DE LA COMPRA DEL CANAL

RE-COMPRA

EL NEGOCIO DEBE IMPULSAR LA FRECUENCIA, DESPUÉS DE LA 1RA COMPRA, QUE EXISTÁ UNA SEGUNDA Y LAS SIGUIENTES.

CLIENTE FRECUENTE

LOGRAR UNA RELACIÓN A LARGO PLAZO.

MODELO DE CONTACTABILIDAD

CICLO DE COMPRA DEL CLIENTE B2B EN UN E-COMMERCE B2B CON MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN USO DEL NUEVO CANAL E-COMMERCE

EL NEGOCIO NECESITA QUE CADA VEZ MÁS CLIENTES UTILICEN EL E-COMMERCE. SE DISEÑÓ Y DESARROLLÓ ESPECIALMENTE PARA ELLOS. Y ESTO NO SUCEDERÁ DE LA NOCHE A LA MAÑANA.

CLIENTES SIN COMPRA

PRIMERA COMPRA

EL NEGOCIO DEBE LOGRAR QUE EL CLIENTE B2B REALICE UN PRIMER PEDIDO, QUE EXPERIMENTE EL FLUJO DE LA COMPRA DEL CANAL

RE-COMPRA

EL NEGOCIO DEBE IMPULSAR LA FRECUENCIA, DESPUÉS DE LA 1RA COMPRA, QUE EXISTÁ UNA SEGUNDA Y LAS SIGUIENTES.

PELIGRO DE FUGA

CLIENTE FRECUENTE

LOGRAR UNA RELACIÓN A LARGO PLAZO.

CLIENTE FUGADO

LOGRAR RECUPERARLO Y VOLVERLO FRECUENTE.

MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



**SEGMENTO:
CLIENTES RECIÉN
ENROLADOS**

MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



**SEGMENTO:
CLIENTES RECIÉN
ENROLADOS**

**BIENVENIDA
E-MAIL Y MSJ
PERSONALIZADO**



**ENVÍO:
AL ENROLARSE**

DESTACAR LOS
BENEFICIOS DE
COMPRAR POR EL
NUEVO CANAL

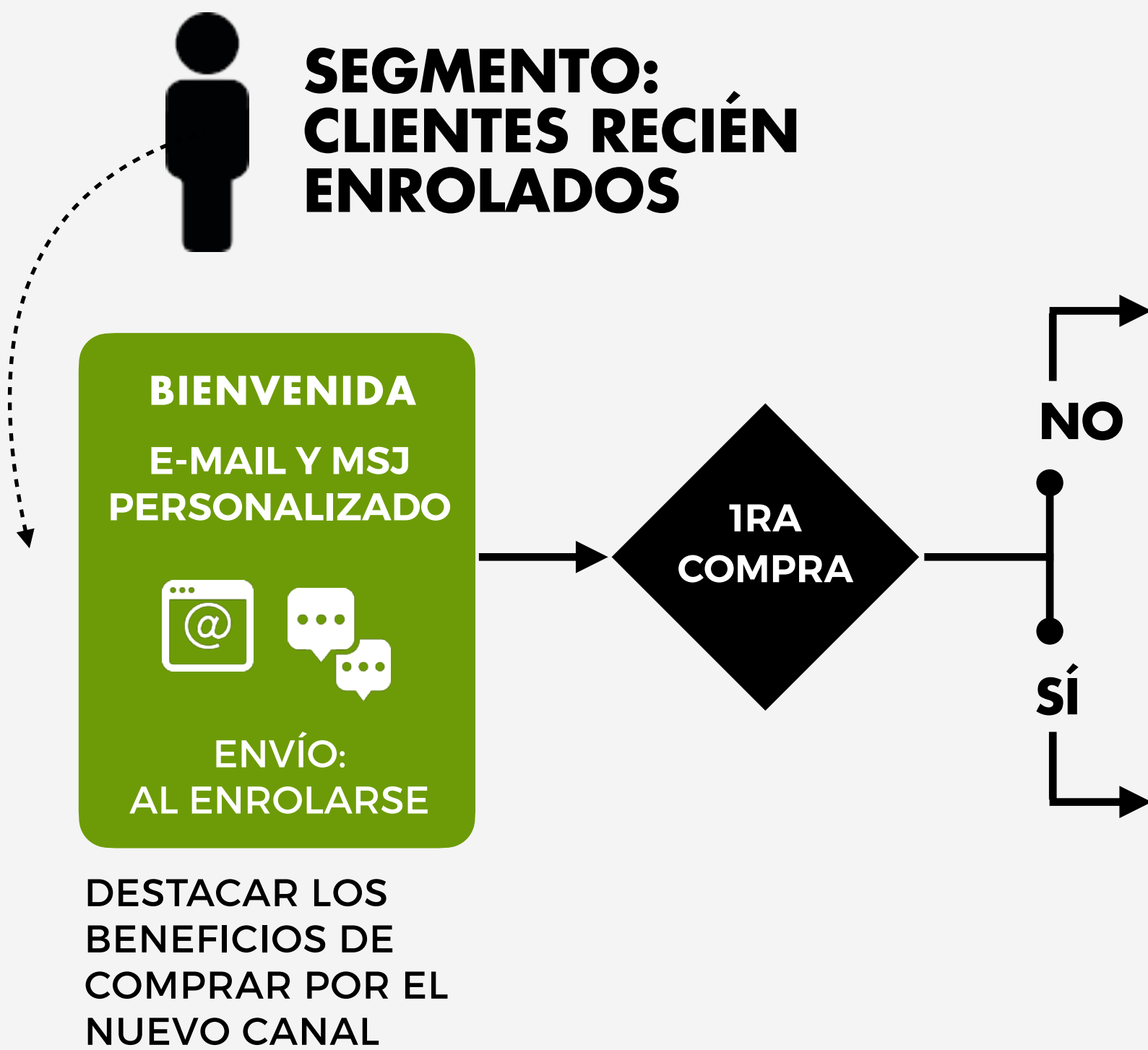
MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



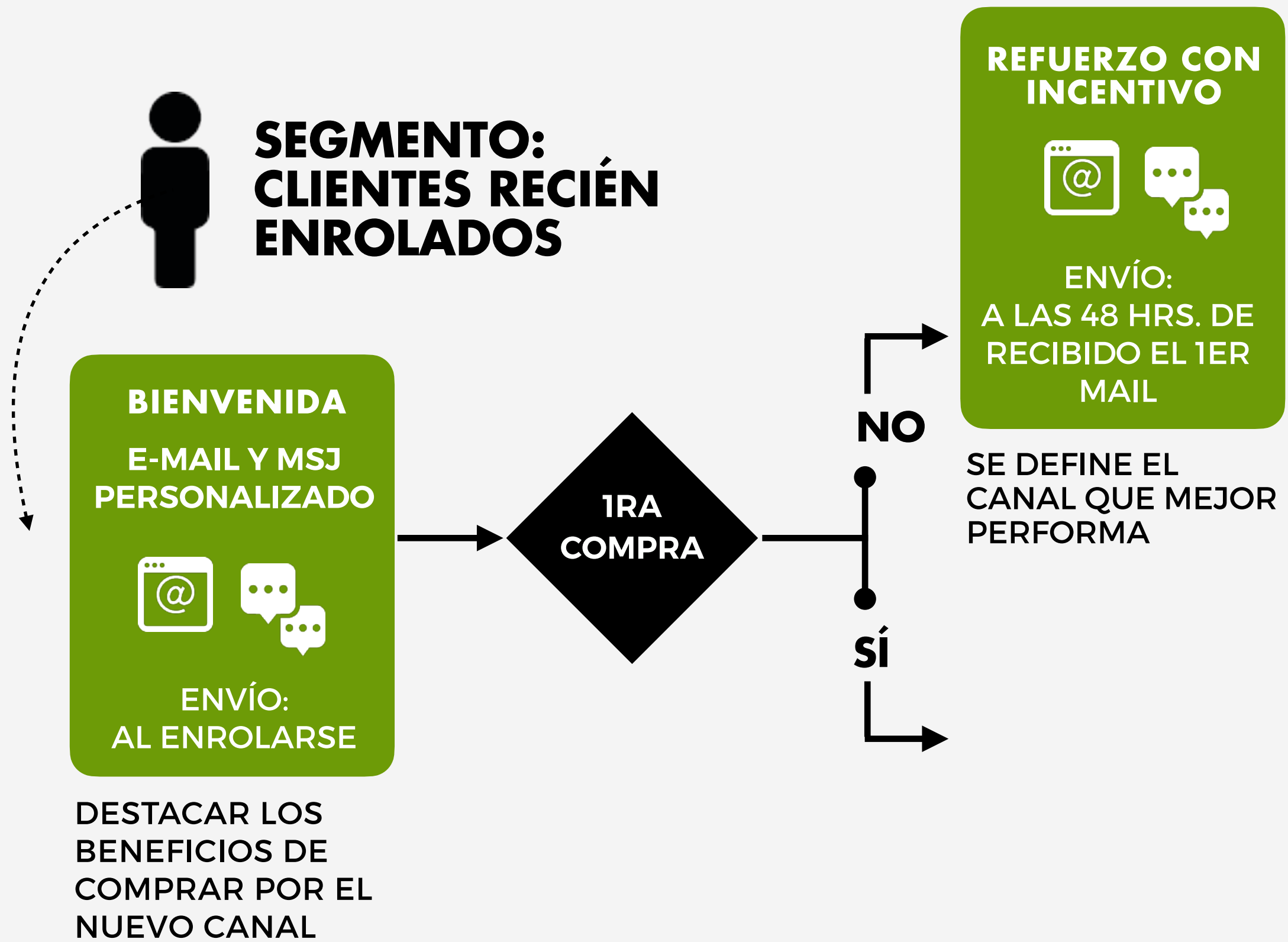
MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



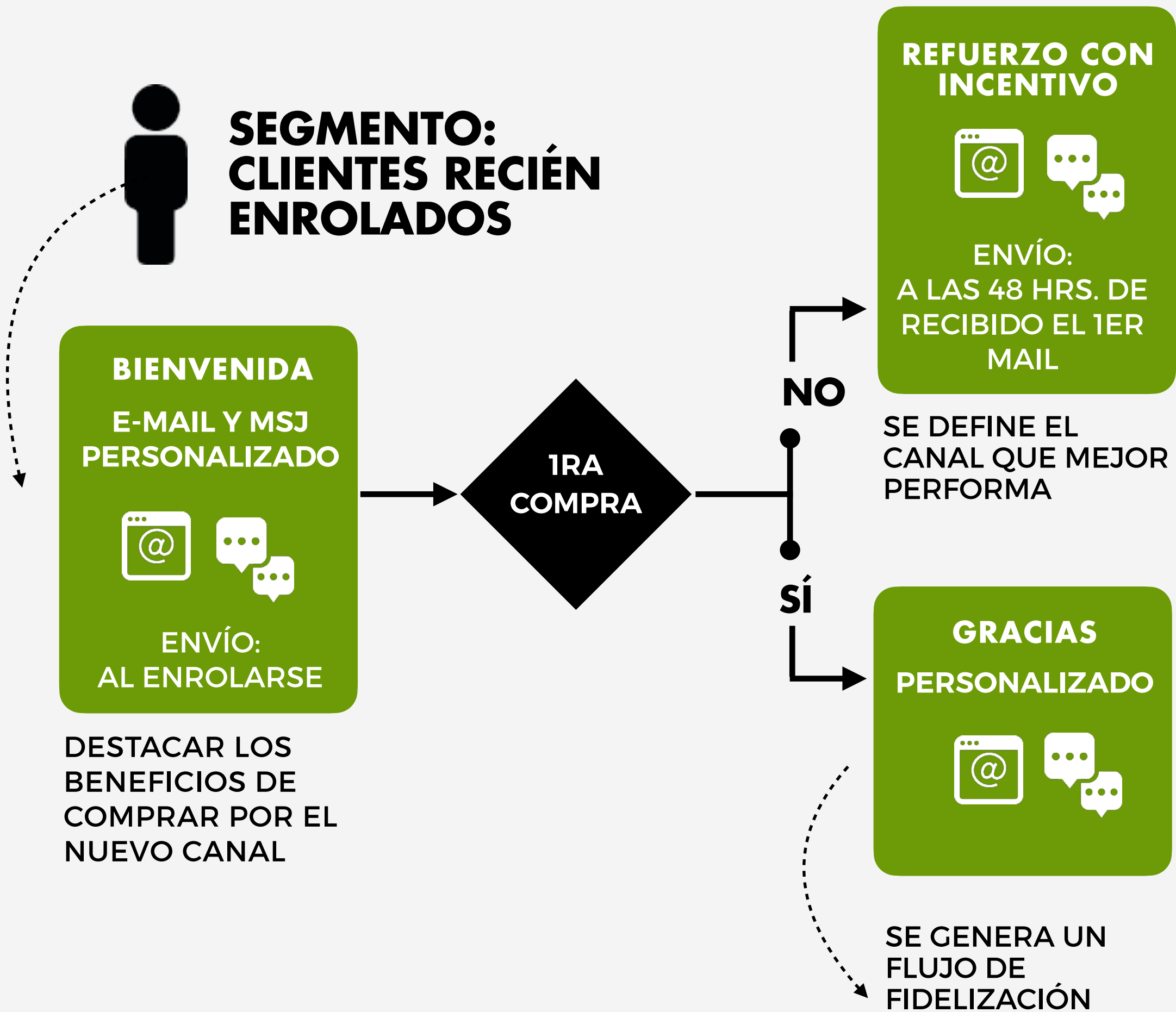
MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



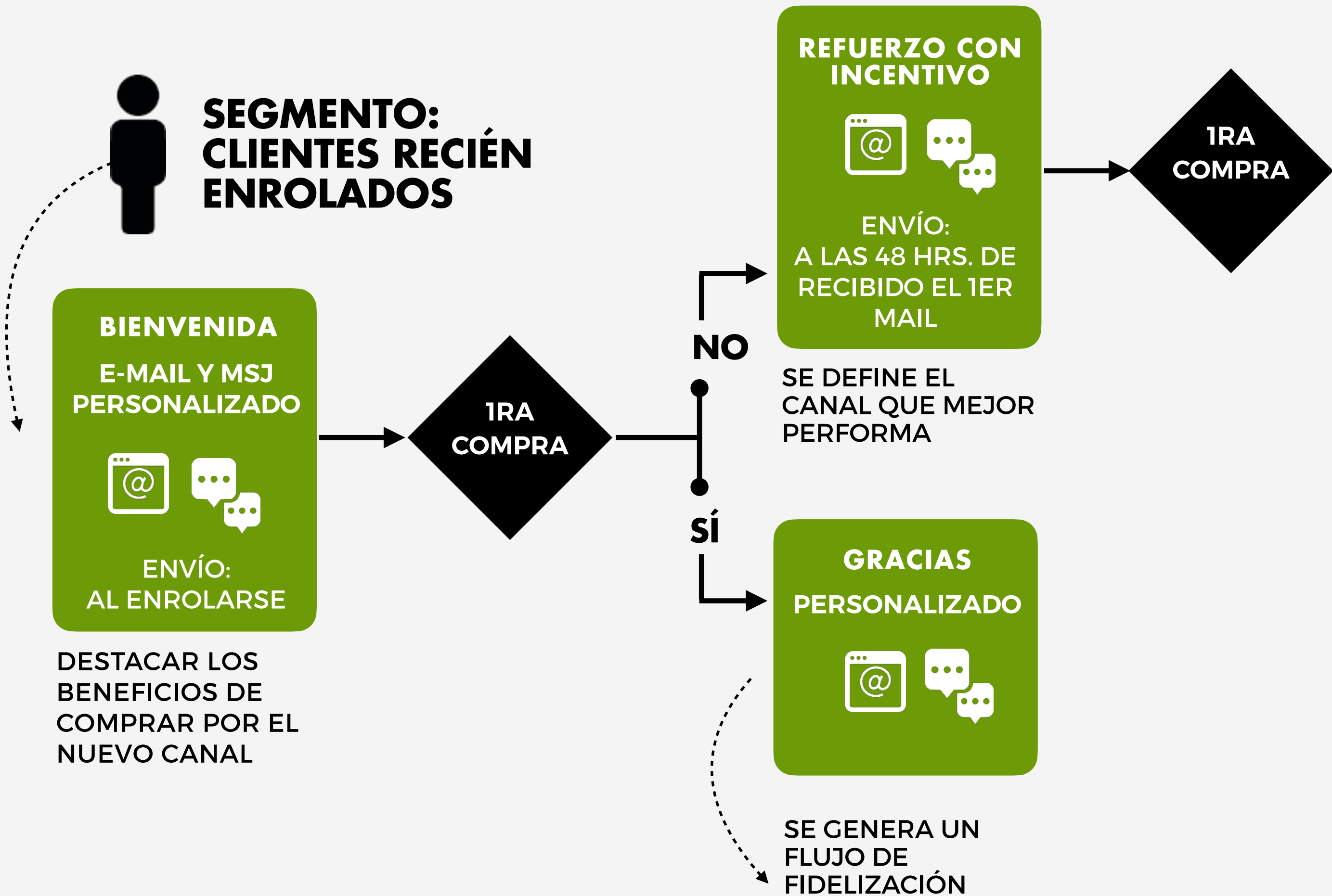
MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



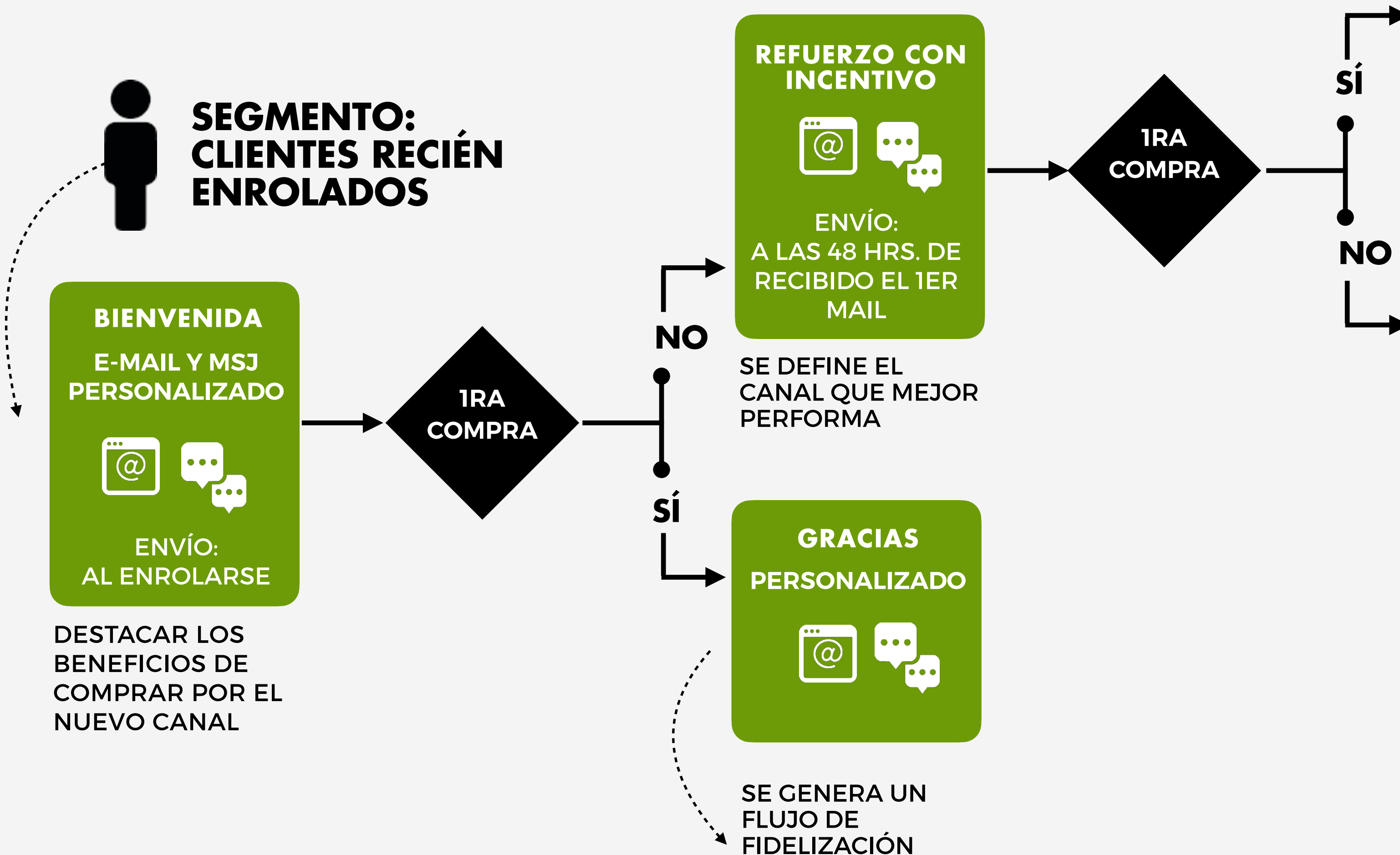
MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



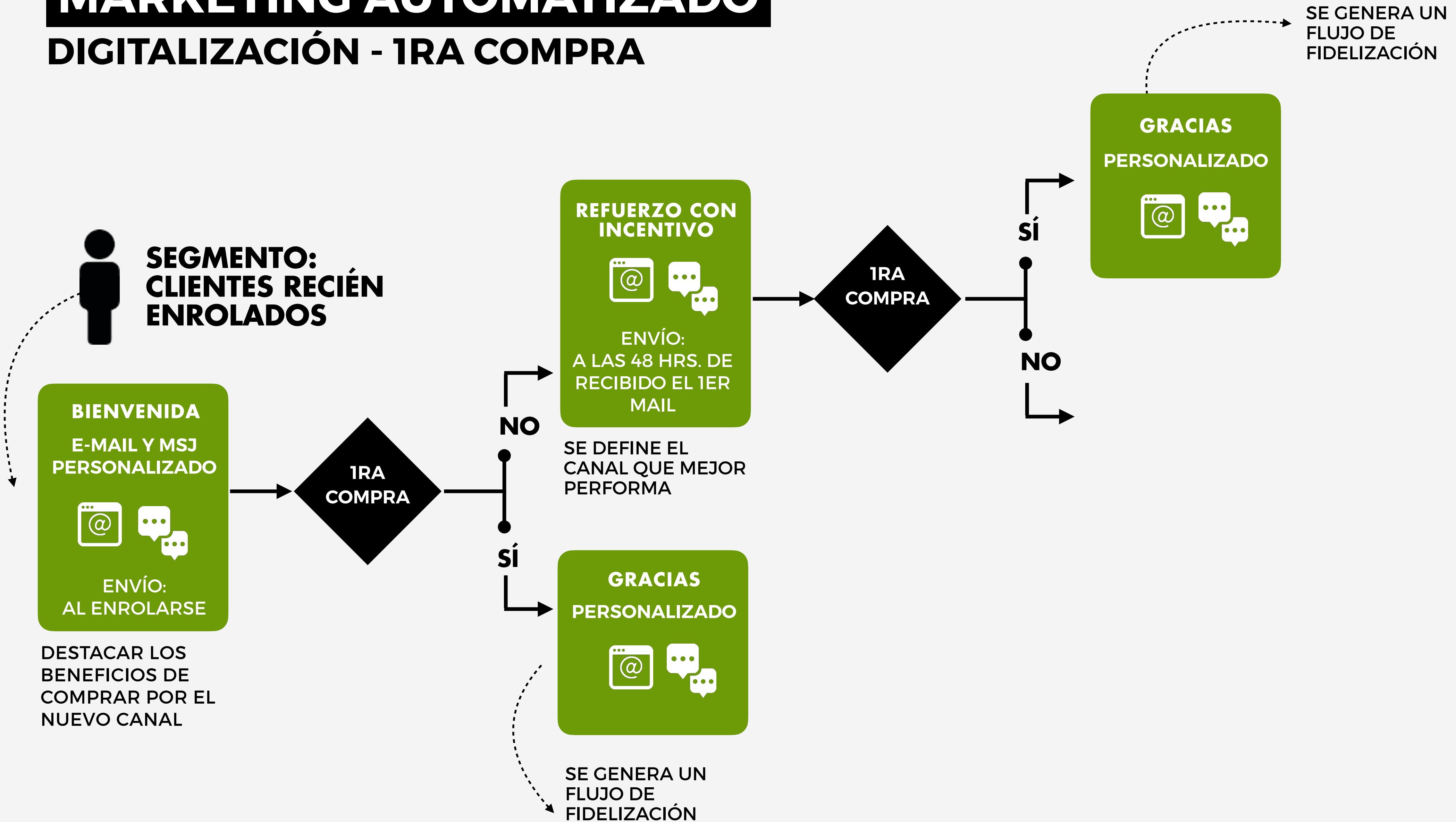
MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



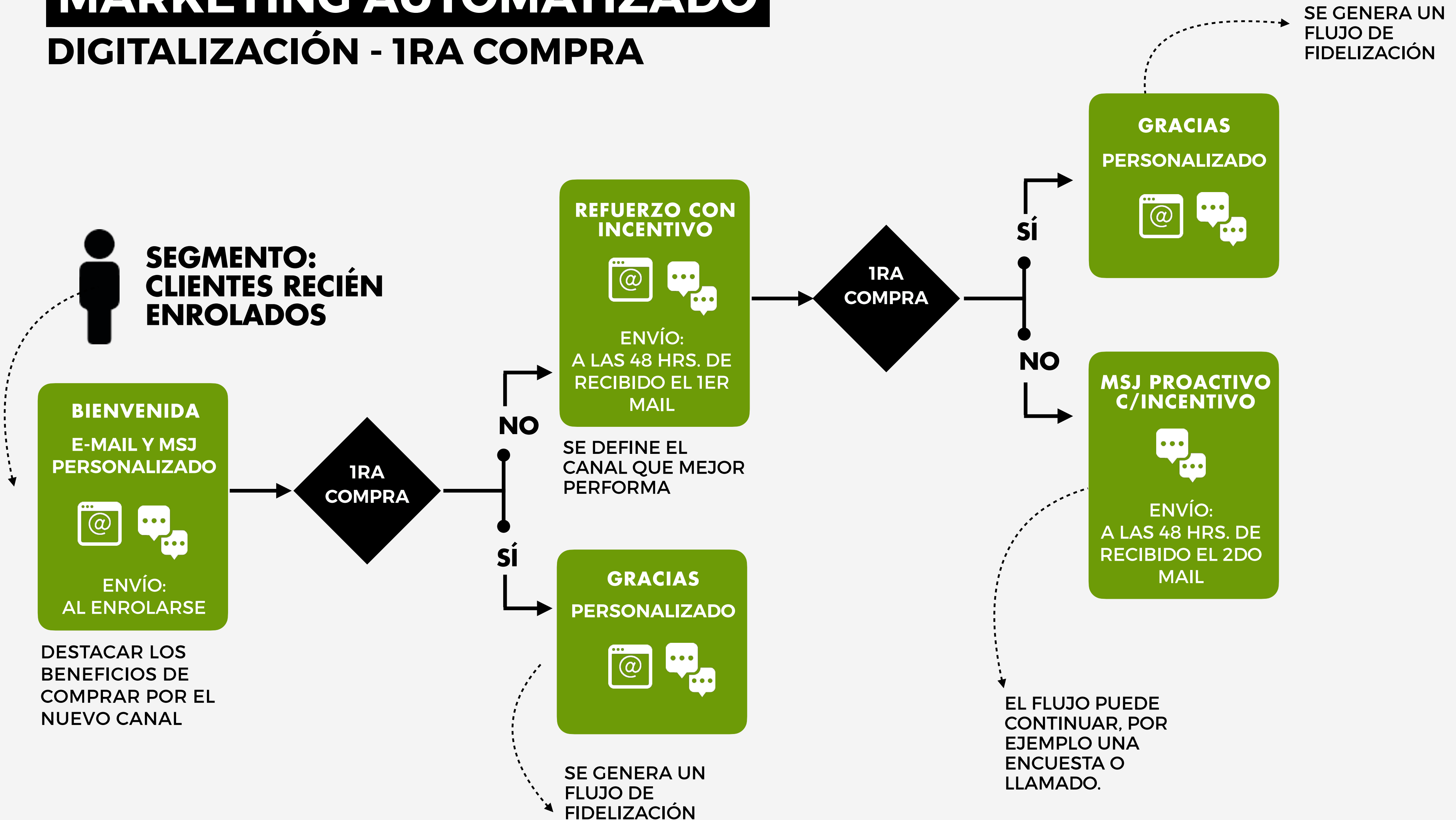
MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



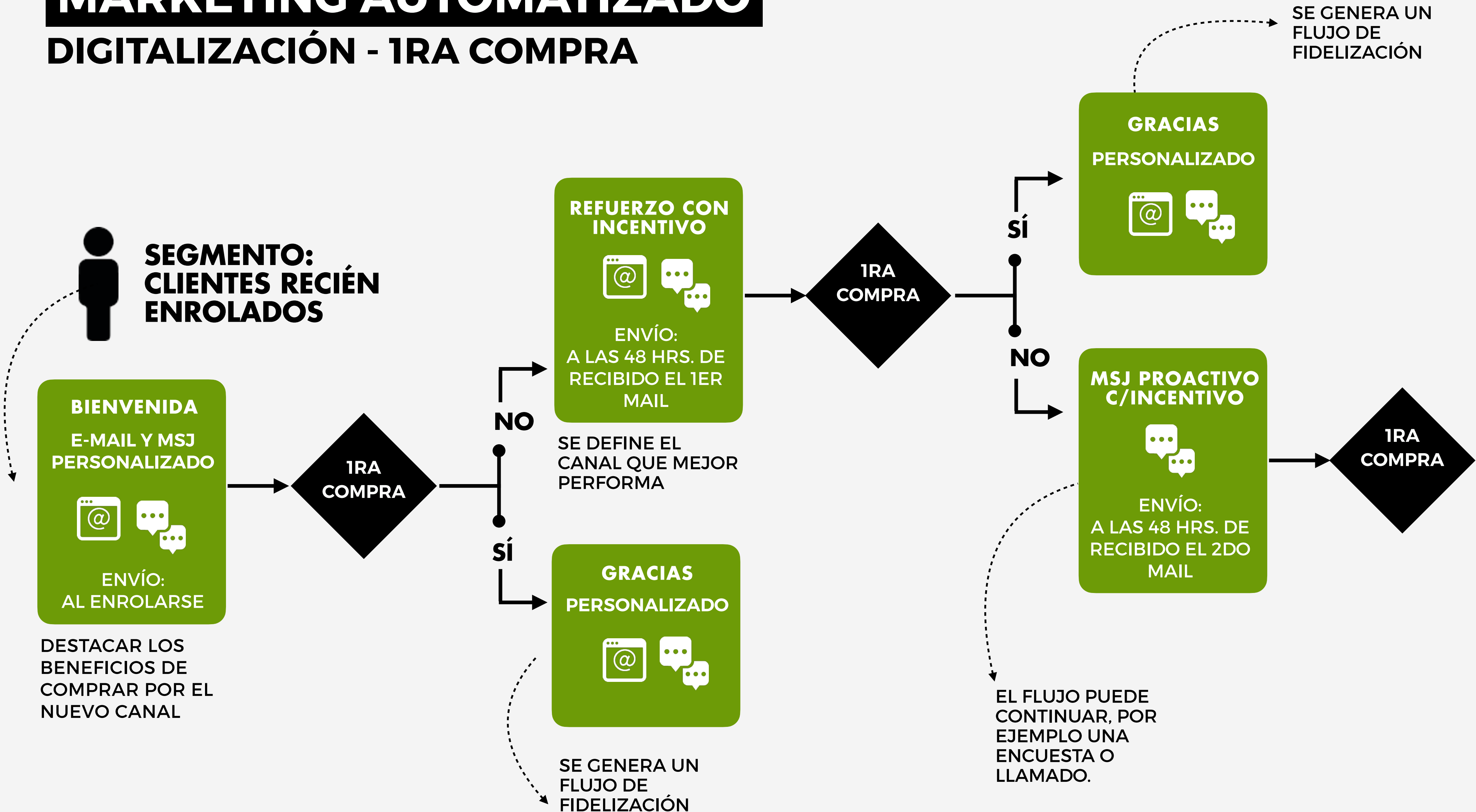
MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



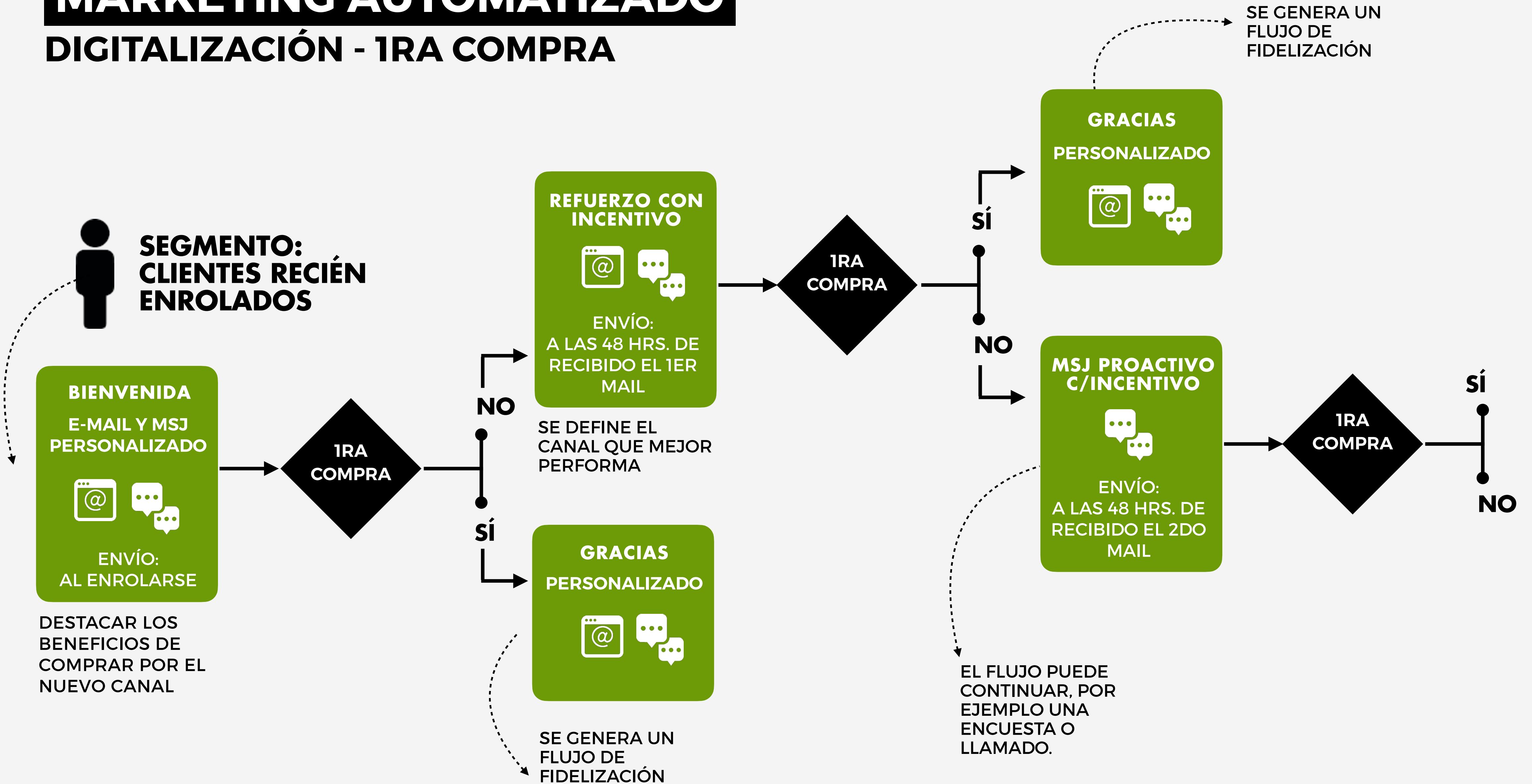
MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



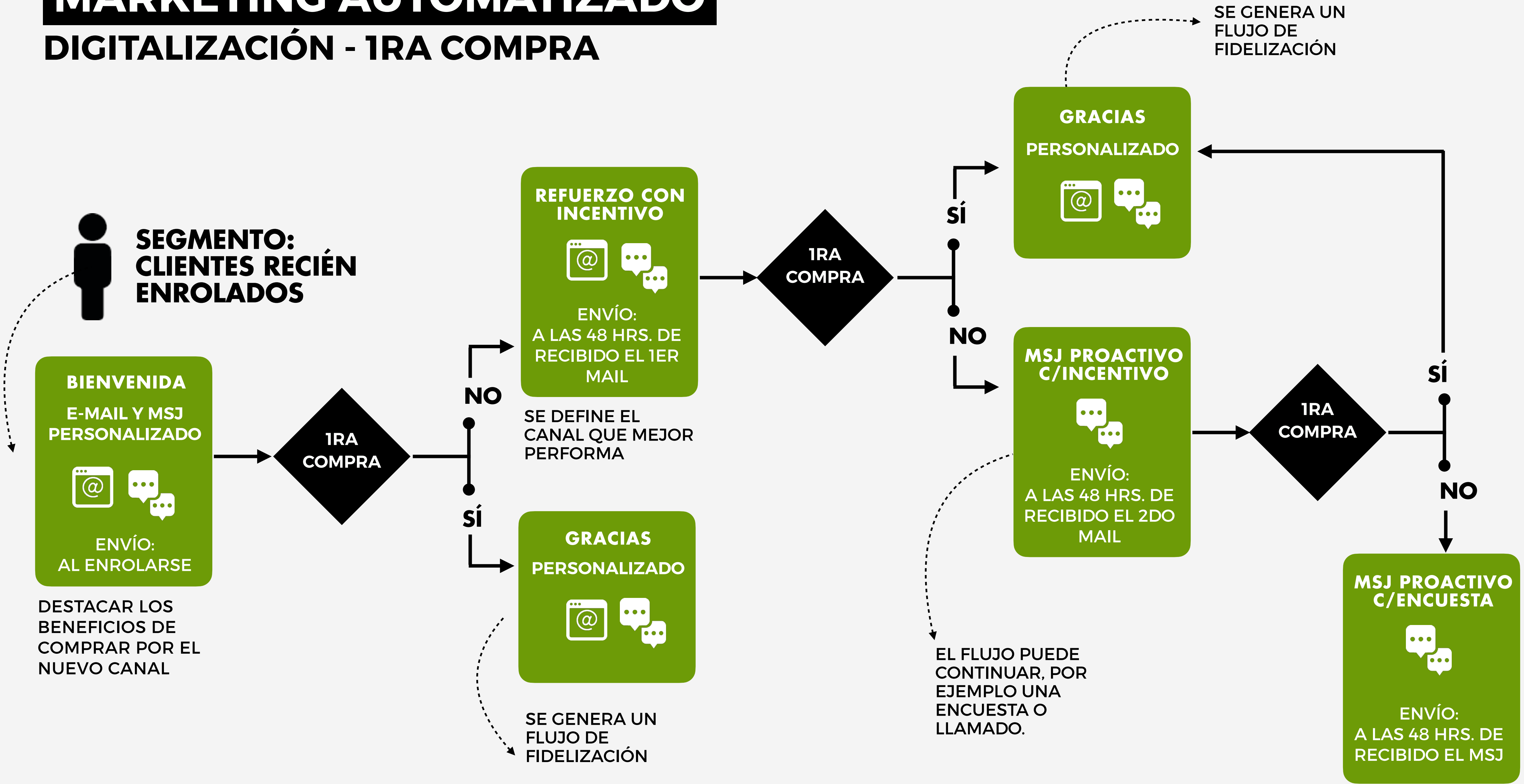
MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA



MARKETING AUTOMATIZADO

DIGITALIZACIÓN - 1RA COMPRA











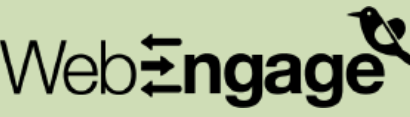




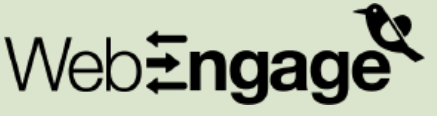









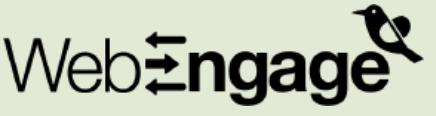





¿QUÉ LOGRAMOS DE UNA CONTACTABILIDAD OPTIMIZADA?

- **MASIVIDAD V/S SEGMENTACIÓN**
- **INVERSIÓN DE TIEMPO EQUIPO (HH PARA ACCIONES REPETITIVAS V/S HH SPOT FLUJOS)**
- **+ANÁLISIS -REPORTERÍA
= +ACCIÓN +Y MEJOR CX
+FIDELIZACIÓN +VENTAS**

EN EL B2B, LA PROFUNDIDAD DE INFORMACIÓN PERMITE ENTENDER INTEGRALMENTE AL CLIENTE DENTRO DE SU ECOSISTEMA. AL APROVECHAR Y FORTALECER LAS RELACIONES PREVIAS A TRAVÉS DE ESTOS CANALES, LOGRAMOS UNA EXPERIENCIA PERSONALIZADA Y EFECTIVA QUE GARANTIZA UNA CONTACTABILIDAD QUE GENERA VALOR EN CADA PUNTO DE CONTACTO.

BONUS - HERRAMIENTAS DE CONTACTABILIDAD

NECESIDAD	HERRAMIENTAS	PLAYERS
CONTACTABILIDAD DIRECTA	E-MAIL MARKETING SMS	    
CONTACTABILIDAD RÁPIDA Y/O BIDIRECCIONAL	COMMERCE CONVERSACIONAL MARKETING AUTOMATIZADO (MAP)	    
CONOCIMIENTO DEL CLIENTE	CDP , CRM, MAP SMS, E-MAIL MKT, COMMERCE CONVERS. GA, E-COMMERCE	            
PERSONALIZACIÓN	MAP, PERSONALIZATION SYSTEM	   



GRACIAS

**E-VOLUCIONANDO
LA CONTACTABILIDAD
EN EL B2B**

