

Marketing directo: ¿Por qué tener una base de datos?

Alfredo Sevilla, junio 2018.

Una base de datos es una lista que contiene la información específica de cada cliente, es decir: nombre y apellido, gustos, preferencias, perfiles en redes sociales, correo, número telefónico, ubicación y muchos otros datos que más adelante iremos desglosando.

Ahora bien, ¿para qué se usa? La base de datos sirve para:

- Monitorear los procesos de compra de clientes
 - Mantener el contacto con ese comprador potencial estableciendo una comunicación más personalizada, cálida y que le genere confianza al cliente.
 - Segmentar tu nicho de mercado y saber cómo actuar con cada uno de ellos.
 - Desarrollar estrategias de marketing con mayor impacto.
 - Elaborar campañas de Email marketing o mensajería masiva.
 - Dar a conocer las promociones u ofertas del negocio.
 - Establecer una lista VIP según características que tengan beneficios añadidos.
 - Ofrecer muestras gratis de tu nuevo producto o servicio.
 - Invitar a eventos, reuniones y/o talleres.
- Dar información que genere valor en tu audiencia

Luego de saber las acciones que puedes hacer con una lista de datos viene lo más importante.

¿Cómo consigo los datos?

Existen muchos métodos para captar la información que necesitas de tu consumidor, aquí te hablaremos de algunos. Estúdialos y aplícalos. Sin embargo, eres libre de crear tu propia forma de obtener datos.

Ya sea Offline u Online puedes obtener los datos mediante:

- Suscripciones de boletines informativos por la página web.
- Encuestas y formularios.
- Campañas de publicidad Online.
- Facturación de ventas.
- Cotizaciones y consultas de productos o servicios.
- Requerimientos adicionales del cliente.
- Ventas online.

“Una base de datos bien elaborada te ayudará a segmentar, optimizar y personalizar tus campañas de marketing y ventas”.

Usa la base de datos para segmentar tus mensajes, esto te dará oportunidad de comunicarte con muchas personas con características, preferencias y gustos similares, aumentando así tu posibilidad de conectar con él. Pero no lo olvides, el trato que debes darle tiene que ser lo más personal posible, deja a un lado los mensajes automáticos y preestablecidos.

Para vender más y lograr el posicionamiento que deseas para tu empresa debes aplicar esta herramienta, es tedioso y lleva una gran carga de trabajo su planificación y ejecución, pero en las ventas todo gira alrededor de tus clientes, en mantener la comunicación con los actuales y en generar confianza para los futuros compradores. Si no tienes determinado quienes son o lo que hacen, tu estrategia de ventas fracasará por el simple hecho de no saber a quién te estás dirigiendo. Y eso no queremos que suceda.

Por eso, te dejaremos aquí debajo una lista de ejemplo de la información que debe contener tu base de datos.

- Datos generales que puedas utilizar luego en tus campañas de ventas o captación de nuevos clientes.
- Nombre
- Apellidos
- Fecha de nacimiento
- Teléfono
- Celular
- Mail
- Twitter / Instagram / Otras Redes Sociales
- Dirección
- Datos para segmentar su nicho de mercado
- Ciudad

- Estado
- Empresa en la que trabaja
- Sector de la empresa (industrial, comercial o servicio)
- Puesto que ocupa
- Hobbies
- Preferencia Producto/Servicio (de los que tu vendes)
- Aficionado a (futbol, tenis, equipo, carreras, cine, etc.)
- Nivel socioeconómico (educación, cultura, poder adquisitivo)
- Personalidad general

Recuerda cada empresa o negocio es diferente, por lo que necesitan diferentes clientes. La lista anterior son datos que generalmente se encuentran en las bases de datos, sin embargo, no significa que sean los únicos que deben estar. De acuerdo con la información que manejes en tu empresa, puedes agregar o quitar elementos de esa lista, pero ten en cuenta que...

...Debe ser específico, no por tener más datos tendrás mayor alcance.

¿A qué nos referimos? Es fácil, mientras mayor sea la cantidad de datos que se maneje, más difícil y complicada será la segmentación de tu audiencia, por lo que hay que establecer de forma concreta qué información se necesita para llegar al público correcto. ¡Piénsalo bien! Antes de ponerte en marcha.

Ahora bien, ya tienes toda la base de datos o tu nicho de mercado ya está definido, solo queda hacer el mensaje para llegar a todos ellos y gozar de la retroalimentación de todo tu trabajo.

Contactar, captar y fidelizar

Esas tres cosas son lo que queremos lograr con cualquier campaña de ventas, es importante saber a quién nos vamos a dirigir, cómo y cuándo.

Consejo: Realiza periódicamente actualizaciones de la información de tus clientes, es recomendable hacerlo anualmente.

Fuente: <https://t4edesign.com/marketing-directo-una-base-datos/>