

Crear una estrategia de marketing omnicanal:

# Cuatro pasos para lograr mejores relaciones, mayor retención de clientes y más ingresos

Hoy en día, los profesionales de marketing más exitosos concentran sus esfuerzos en maximizar el valor de los clientes existentes. El objetivo es construir relaciones duraderas con los clientes y mejorar la retención, teniendo en cuenta que, como resultado, aumentarán los ingresos.

Entonces, ¿cómo logran estos profesionales de marketing mejorar las relaciones, la retención de

clientes y, en última instancia, los ingresos? La respuesta radica en implementar una estrategia de marketing omnicanal personalizada.

Aquí mencionamos los **cuatro pasos esenciales para crear una estrategia de marketing omnicanal que fomente la retención y la fidelización de clientes de la empresa.**

## PASO 1

### Unificar los datos y los canales para interactuar a través de todos los medios

Mantener los datos y los canales conectados le permite tener una visión integral de sus clientes y la posibilidad de ofrecerles experiencias significativas y personalizadas en el lugar que elijan.



## PASO 2

### Fidelizar a los clientes a través de experiencias personalizadas multicanal

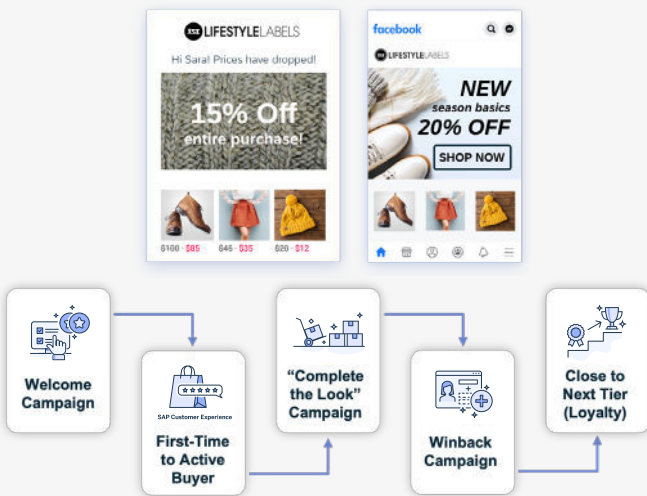
Personalizar todo el contenido con experiencias individualizadas en todos los canales significa tener más oportunidades para conectar con los clientes, crear relaciones significativas y fidelizarlos.



## PASO 3

### Automatizar los recorridos de los clientes para mantener un nivel de fidelización constante a cualquier escala

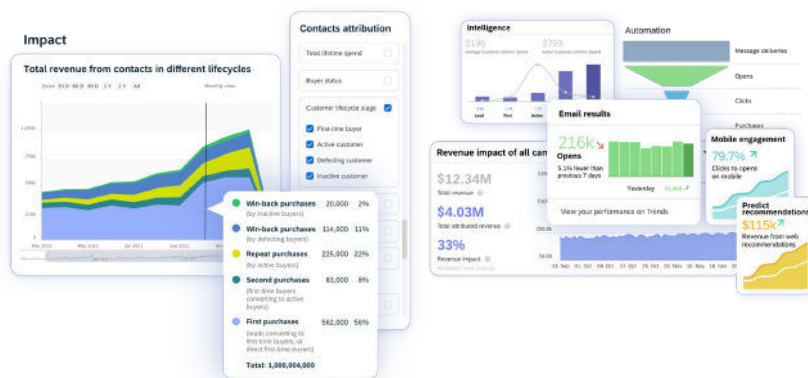
Aproveche cada oportunidad para conectar con su cliente. Deje que la tecnología haga el trabajo por usted. Adopte un enfoque de fidelización "siempre activo" mediante la automatización de sus campañas de fidelización personalizadas.



## PASO 4

### Medir los resultados para ver la repercusión de los esfuerzos de fidelización en los ingresos

El objetivo de los esfuerzos de fidelización es aumentar el valor de vida de los clientes y los ingresos de la empresa. La capacidad de medir los resultados en tiempo real le permite optimizar el rendimiento de las campañas, adaptarse con rapidez a los cambios del mercado y comprobar la repercusión del marketing en los ingresos.



¿Desea ver cómo marcas como PUMA, Pizza Hut y French Connection utilizan la estrategia de marketing omnicanal para impulsar las relaciones, la retención de clientes y los ingresos?

[Descargue la guía >](#)