

Para profesionales del marketing

# Manual de personalización

Casos de uso de interacción omnicanal potenciada por IA

**Segunda edición**

**SAP**





## Grandes ideas, resultados reales, sin rodeos

La personalización actualmente parece una carrera sin fin. Justo cuando cree que has descifrado el código para conectarse con sus clientes, sus expectativas cambian. Hoy en día, los agentes de IA impulsan el descubrimiento de productos y la toma de decisiones de compra, y las marcas que tienen dificultades para actuar en tiempo real corren el riesgo de perder terreno. Los profesionales del marketing en todo se enfrentan a un panorama en constante evolución, pero **el 78 % de las marcas no consigue poner en práctica la optimización con IA en tiempo real en sus campañas de diarias** ([Índice Global de Interacción, 2026](#)).

Líder en motores de personalización según el Gartner® Magic Quadrant™ 7 veces seguidas

Obtenga el informe

Son especialistas que necesitan resultados que vayan más allá de un visual atractivo en un informe y que realmente contribuyan a los ingresos de la empresa.

Así es donde entra en juego nuestro Manual personalizado para profesionales del marketing. Lo diseñamos para que sea tan práctico como inspirador, aprovechando casos reales de nuestros clientes más exitosos. Considérelo como su aliado para afrontar los retos diarios, con ideas novedosas y consejos claros e instrucciones paso a paso para ponerlas en práctica.

¿Necesita crear una campaña para reconectarse con clientes inactivos? La encontrará aquí. ¿Está tratando de crear una experiencia omnicanal optimizada por IA que resulte intuitiva para sus clientes? Nos encargamos de todo.

**Este Manual demuestra cómo tomar una idea, convertirla en una estrategia y materializarla.**



Michael Jonas, director de satisfacción del cliente, SAP

### Principiante

Un caso de uso ideal para profesionales del marketing que entienden los fundamentos y aprovechan canales de automatización de marketing de nivel básico como el correo electrónico.

### Avanzado

Un caso de uso ideal para profesionales del marketing con experiencia en la ejecución estratégica multicanal de automatizaciones de marketing utilizando información respaldada por datos.

### Experto

Un caso de uso ideal para los profesionales del marketing que han dominado las campañas conectadas y omnicanal, e innovan con nuevos canales y tácticas que marcan tendencia.

# Índice

## Encuentre su jugada según el desafío de negocio:

- 6 Ampliar su base de datos
- 20 Promover la interacción del cliente
- 38 Aumentar la retención de clientes

## Encuentre su jugada según el caso de uso:

- 8 Incentivar a los usuarios que se han dado de baja a volver a suscribirse
- 12 Crear una experiencia omnicanal de suscripción voluntaria con perfilado progresivo
- 16 Convertir rápidamente a los visitantes desconocidos en clientes potenciales
- 22 Lanzar una nueva línea de productos
- 26 Enviar mensajes urgentes cuando un producto vuelve a estar disponible
- 30 Activar campañas basadas en el clima
- 34 Mejorar la experiencia de compra con Mobile Wallet
- 40 Recuperar a los compradores de carritos abandonados con datos conectados del ERP
- 44 Reactivar a los miembros inactivos del programa de lealtad
- 48 Dirigir a los clientes potenciales de Internet a la tienda física para que realicen su primera compra

# Ampliar su base de datos



Principiante

# Incentivar a los usuarios que se han dado de baja a volver a suscribirse

## Caso de uso:


Durante las temporadas altas de ventas, asegúrese de aprovechar la gran afluencia de clientes, tanto nuevos como antiguos, animándoles a participar en su campaña de correo y maximizar sus datos de primera parte.

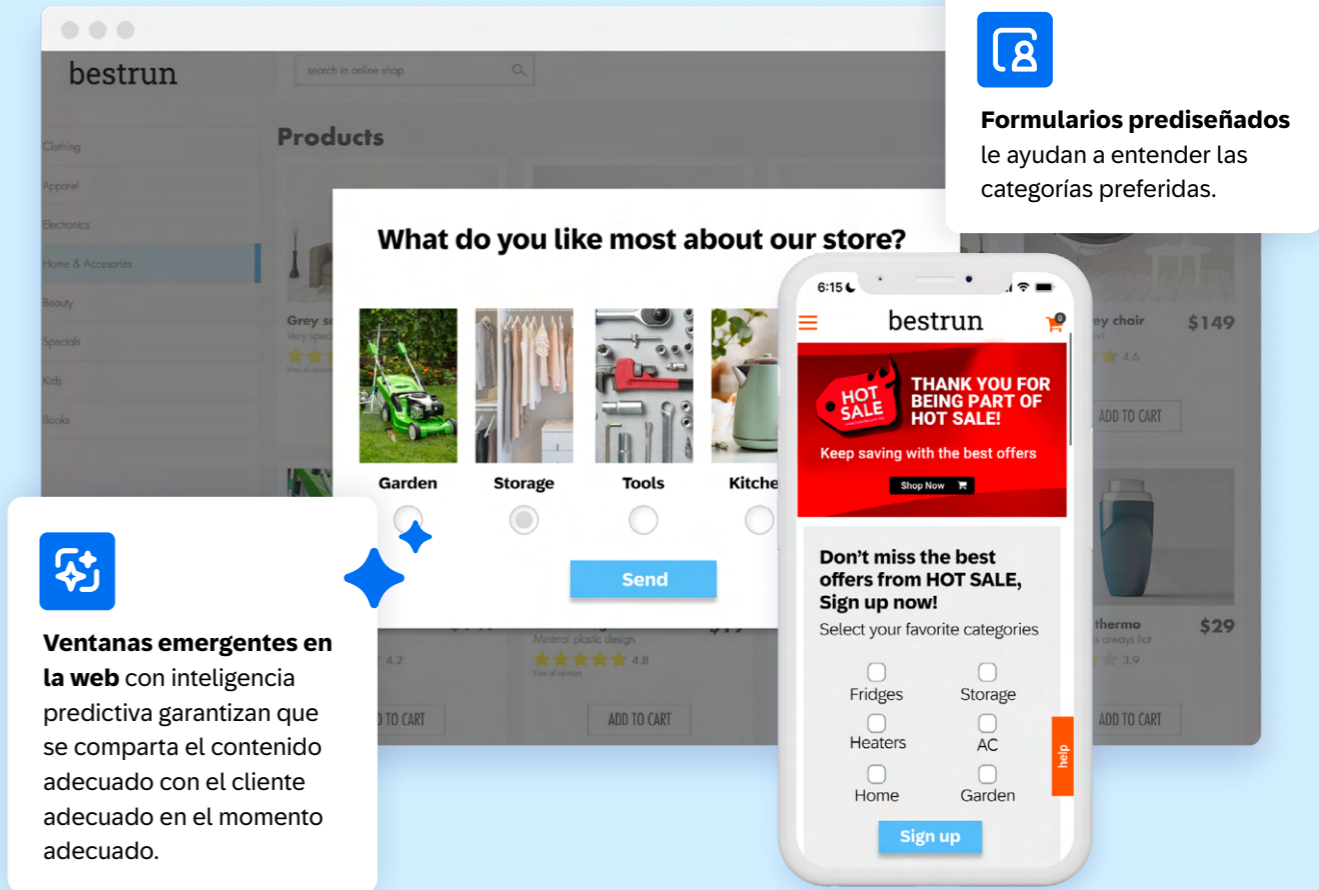
[Comercio minorista | eCommerce | Productos de consumo | Deportes y entretenimiento](#)

**¿Qué se debe medir?**

- 👤 Base de clientes activos
- 📧 Re-suscripción por correo electrónico
- 💰 Ingresos generados por la renovación de la suscripción a los correos

“ En la página de inicio de la temporada de Hot Sales, les preguntamos [a los clientes] a través de un formulario de registro: ¿Qué categoría le interesa? Luego, almacenamos esa información en una base de datos y la usamos a través de una automatización en el primer día del evento. ”

 Mauricio Gonzalez, Online Experience Manager, The Home Depot



The image shows a desktop view of the bestrun website with a survey overlay titled "What do you like most about our store?". The survey has four categories: Garden, Storage, Tools, and Kitchen. A "Send" button is visible. A mobile phone overlay shows a notification for a "HOT SALE" with a "Sign up" button. A text box explains that pre-designed forms help understand preferred categories.

**Formularios prediseñados**  
le ayudan a entender las categorías preferidas.

**Ventanas emergentes en la web** con inteligencia predictiva garantizan que se comparta el contenido adecuado con el cliente adecuado en el momento adecuado.

**Encourage unsubscribed customers to resubscribe**

**Nodes**

- Entry Points
  - Data Change
  - Form
  - New Contact
  - Target Segment
  - On Auto Import
  - Decision Filter

**Info Collect Form** → **Form Autoresponse**

Utilice la **optimización del envío** para enviar un correo personalizado de seguimiento en el momento en que sea más probable que se abra.

Active la automatización con un **formulario personalizado** para recopilar información útil sobre sus clientes mediante una ventana emergente en la web.

Una vez completado el formulario, envíe un **correo electrónico personalizado** con contenido relevante para cada suscriptor.

## Principiante

## Incentivar a los usuarios que se han dado de baja a volver a suscribirse

### Canales incluidos

- Canal web
- Correo

### Solución

- Elija clientes de su base de datos que hayan optado por no recibir comunicaciones o que no estén identificados. Estos son clientes potenciales de alto valor.
- Cree un formulario emergente en el canal web en el que se pida a los clientes que se vuelvan a suscribir, mostrando lo que ganarán, incluyendo el tratamiento transparente de sus datos.
- Recuerde que: es importante establecer el nodo de valor que se utiliza para actualizar el campo de opt-in a True.
- Envíe un correo de seguimiento automatizado con recomendaciones de productos personalizadas y contenido basado en sus preferencias.

### Recursos opcionales

- **Propuestas de servicios SAP CX:** Orientación estratégica sobre diseño de páginas de destino, concepto y creación de superposiciones web y mensajería en aplicaciones, personalización de campañas y ESL (Emarsys Scripting Language), creación de casos prácticos y automatización

# Crear una experiencia omnicanal de suscripción voluntaria con perfilado progresivo

## Caso de uso:

Recopilación de datos por etapas en lugar de abrumar a los clientes potenciales con formularios extensos. Creación de perfiles detallados de los clientes para enriquecerlos adicionalmente con contexto empresarial en tiempo real, lo que permite ofrecer experiencias adaptables a los clientes.

### ¿Qué se debe medir?

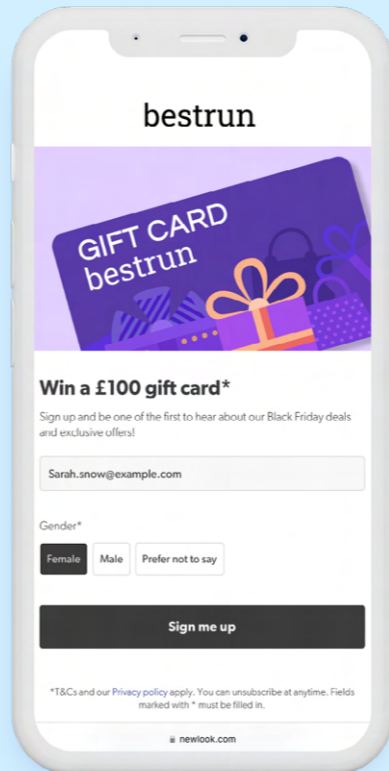
- 🛒 Primera compra
- 👤 Pérdida de clientes
- 💰 Ingresos de clientes activos

Comercio minorista | eCommerce | Productos de consumo | Deportes y entretenimiento

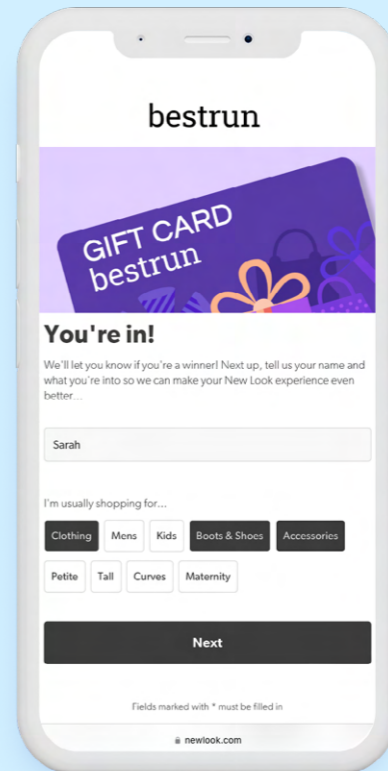
“SAP Engagement Cloud se ha convertido en el pilar de nuestra estrategia de comunicación con los clientes para ofrecerles una experiencia más gratificante. Y lo más importante es que hemos alcanzado un nivel de comprensión de nuestros clientes sin precedentes. Estamos utilizando las interacciones que el cliente tiene con nuestra marca y los productos que le interesan para entablar una conversación con ellos/ellas.”



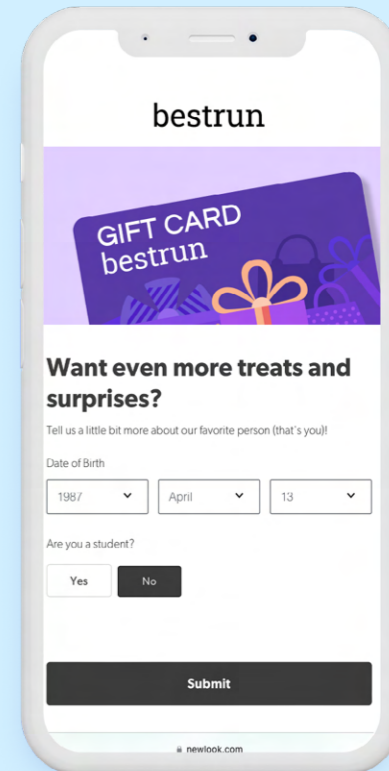
Ellise Jones, Group Head of Loyalty, Total Tools



Capture lo esencial



Comprenda al cliente



Enriquezca la experiencia



## Avanzado

## Crear una experiencia omnicanal de suscripción voluntaria con perfilado progresivo

### Canales incluidos

- Canal web
- Correo
- Anuncios digitales

### Solución

- El nodo de entrada es una compra realizada que activa un seguimiento por correo, un anuncio digital y un mensaje en el canal web preguntando por las categorías preferidas.
- Tras una semana, se activa una automatización en varios canales haciendo más preguntas para captar el interés.
- Utilice el correo y el canal web para captar la suscripción por SMS y alcanzar a los clientes en movimiento.

- Adapte dinámicamente los anuncios digitales en tiempo real con Google BigQuery e IA, a partir de señales de ERP en tiempo real, para ajustarlos a la intención del público y al contexto regional.

### Recursos opcionales




- **Propuestas de servicios SAP CX:** Orientación estratégica colaborativa para perfilar casos de uso, diseñar y construir formularios omnicanal y bloques de plantillas, asistencia técnica sobre API externas y requisitos de datos relacionales, personalización y ESL

# Convierta rápidamente a los visitantes desconocidos en clientes potenciales

## Caso de uso:

Incentive a los visitantes anónimos del sitio web a que proporcionen su dirección de correo electrónico, para que el equipo de marketing pueda dirigirse a estos clientes potenciales de forma más eficaz y los representantes de ventas puedan hacer un seguimiento rápido.

### ¿Qué se debe medir?

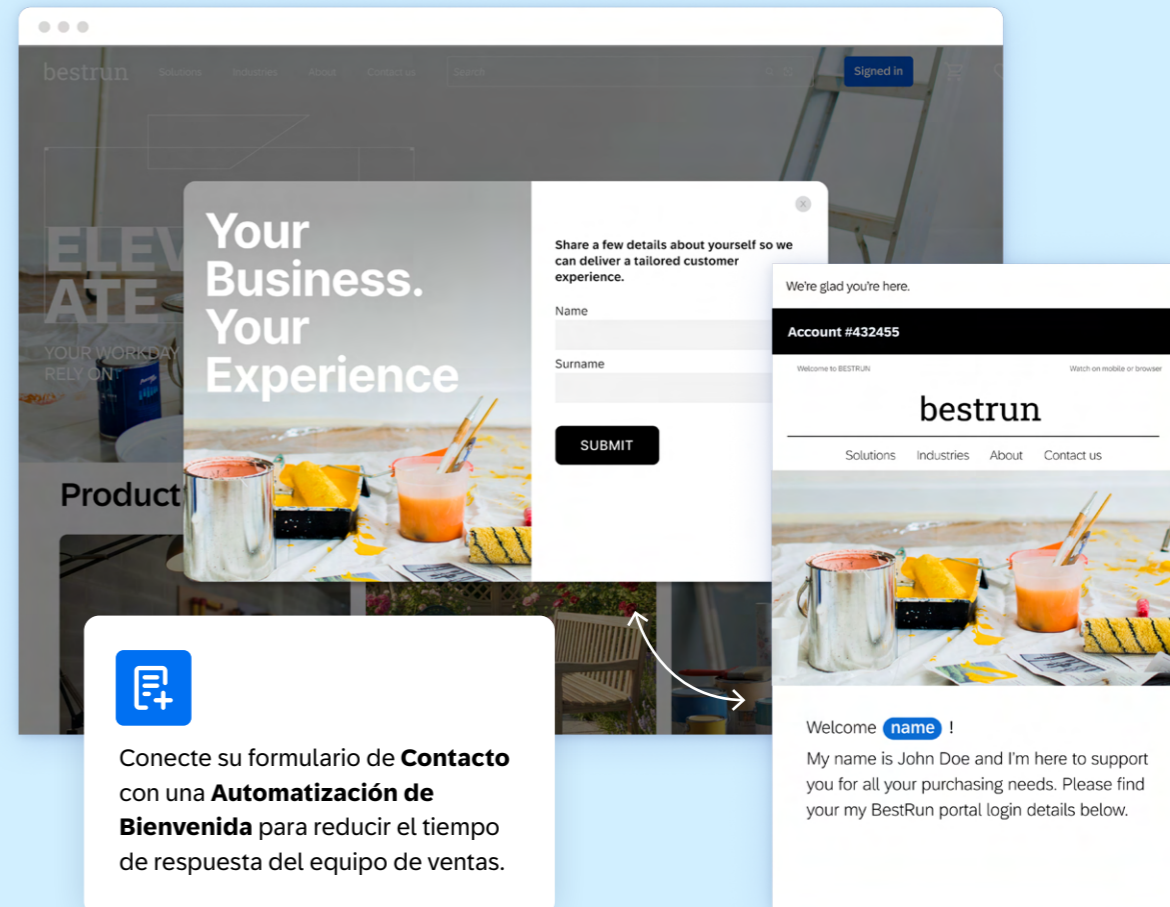
-  Tasa de clics
-  Inscripciones por formulario de contacto
-  Conversión

Servicios | Productos de consumo

“ Dada la gran cantidad de datos que recopilamos sobre las actividades de nuestros clientes y que compartimos con el equipo de campo, es muy importante que contemos con sistemas que puedan crecer de forma eficiente. Para poder ofrecer a nuestros clientes un servicio preciso y puntual todos los días, necesitábamos una plataforma integrada, y por eso elegimos a SAP. ”



Matt Hough, director de información, Cintas



The image shows a sequence of three overlapping screenshots from the BestRun website. The background screenshot shows a homepage with the text "Your Business. Your Experience" and a "Product" section. The middle screenshot shows a contact form with fields for "Name" and "Surname", a "SUBMIT" button, and a message: "Share a few details about yourself so we can deliver a tailored customer experience." The foreground screenshot shows a personalized welcome message: "We're glad you're here. Account #432455. Welcome to BESTRun! Watch on mobile or browser. bestrun Solutions Industries About Contact us. Welcome **name** ! My name is John Doe and I'm here to support you for all your purchasing needs. Please find your my BestRun portal login details below."

Conecte su formulario de **Contacto** con una **Automatización de Bienvenida** para reducir el tiempo de respuesta del equipo de ventas.

**Nodes**

- Entry Points
  - Form
  - Data change
  - New contact
  - External event
  - Target segment
  - Recurring filter
  - Mobile Event Test
  - Entry from program
  - On Auto Import
- Actions
  - A/B test
  - Decision
  - Decision
  - Double
  - Participate
  - Wait
  - Wait for
- Channels

**Workflow Steps:**

- Contact Us Form Fill
- Welcome Email
- Wait 2 day(s) till 07:00
- myBestRurl Account Setup (Decision)
- Include (Path 1)
- Create Phone Call Follow-up
- Create Lead
- Exclude (Path 2)
- Reminder Email
- Wait 2 day(s) till 07:00

**Joulie Message:** Create a report that tells me how this campaign is performing and if it's driving an increase in sales leads.

Joulie uses AI, verify results.



Simplifique la incorporación y reduzca la duplicación de datos con un modelo de **base de datos relacional** para automatizaciones desencadenadas sin interrupciones.



Combine los sectores de marketing y ventas para **personalizar el proceso en tiempo real** y convertir los clientes potenciales más rápidamente.

## Avanzado

# Convierta rápidamente a los visitantes desconocidos en clientes potenciales

## Canales incluidos

- Canal web
- Correo
- Anuncios digitales

## Solución

- Diríjase a los visitantes anónimos con ventanas emergentes en el canal web para capturar correos electrónicos.
- Active una campaña de bienvenida automatizada al enviar el formulario para un seguimiento inmediato.
- Segmente los clientes potenciales en función de la información recopilada en los formularios y el comportamiento en sitios web, y empiece a construir una visión holística de cada prospecto.

- Accione un seguimiento mediante una llamada comercial para ofrecer más asistencia al cliente en su compra.
- Personalice los anuncios digitales para dirigir a los clientes potenciales hacia un contenido afín a sus intereses.

## Recursos opcionales

- **Propuestas de servicios SAP CX:** Colaboración estratégica para diseñar y desarrollar campañas de automatización de bienvenida y omnicanal, diseño y creación de ventanas emergentes para sitios web, y orientación sobre segmentación



# Promover la interacción del cliente



# Cómo lanzar un nuevo producto u oferta

## Caso de uso:

Introducción de un nuevo producto a los clientes actuales para generar entusiasmo por la marca y por el producto, centrándose en atender a los clientes en su canal preferido.

Comercio minorista | Comercio electrónico | Productos de consumo | Deportes y entretenimiento

### ¿Qué se debe medir?

- 👤 Conversión y retención
- 📺 Adopción del producto
- 👥 Crecimiento del público

“Para el marketing del ciclo de vida, queríamos experiencias personalizadas para mejorar la tasa de conversión, las estrategias de segmentación, implementar gatillos de automatización para formar a los clientes actuales y futuros e identificar las necesidades de los clientes para esta nueva línea de productos.”



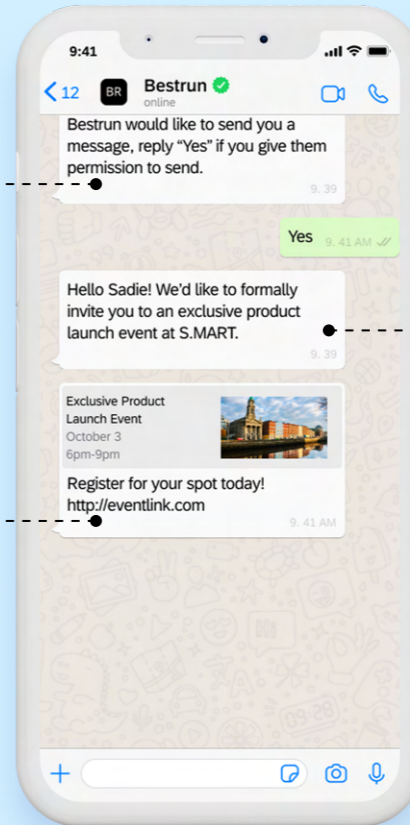
Lyla Holt, directora global de marketing digital y atención al cliente, John Frieda



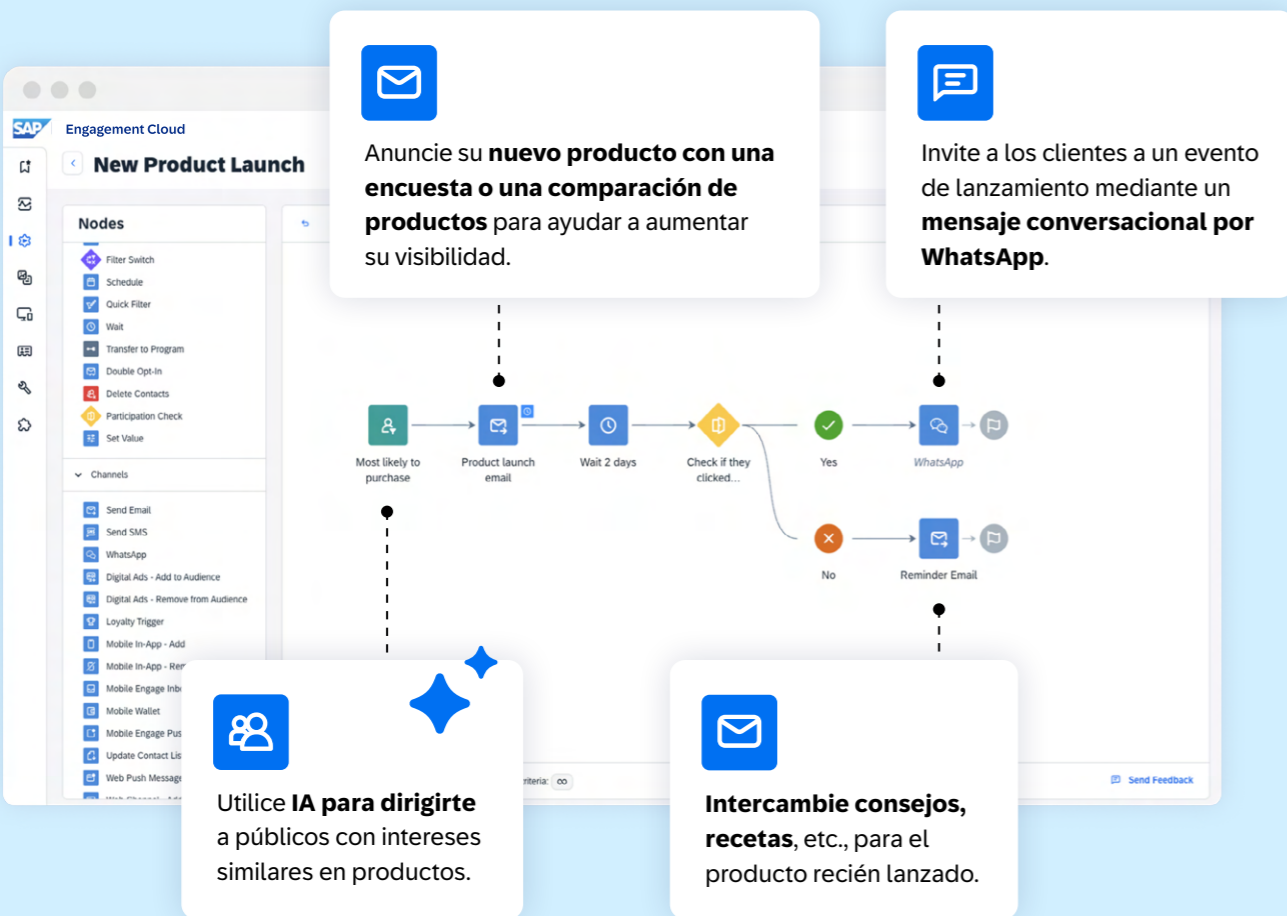
**La segmentación por IA** le permite dirigirse a sus segmentos de mayor valor al identificar coincidencias en la preferencia de los clientes por productos similares.



Automatice los **mensajes de WhatsApp** para ofrecer experiencias personalizadas.



**Obtenga el consentimiento** y desbloquee un nuevo canal de ingresos para interactuar con sus clientes.



## Avanzado

## Cómo lanzar un nuevo producto u oferta

### Canales incluidos

- Correo
- Canales conversacionales

### Solución

- Utilice IA para crear un segmento de público objetivo más interesado en su nueva propuesta.
- Aproveche la puntuación de interacción de canales por IA para centrarse en los segmentos con mayor probabilidad de interactuar en un canal determinado, de modo que pueda optimizar el gasto y el retorno de la inversión.
- Genere tokens de personalización y bloques de contenido reutilizables en todos los canales y campañas.
- Use la optimización del envío para entregar los mensajes en el momento más adecuado.

### Recursos opcionales

- **Propuestas de servicios SAP CX:** Orientación estratégica sobre segmentación, diseño y construcción creativa, personalización y ESL






Avanzado

## Enviar mensajes urgentes cuando un producto vuelve a estar disponible

### Caso de uso:

Notificación sobre productos, pases y propuestas populares que están disponibles nuevamente, para impulsar las ventas inmediatas y aumentar la interacción con los clientes. Aproveche canales, como el SMS, que pueden atender a sus clientes en movimiento en los momentos más importantes.

### ¿Qué se debe medir?

-  Tasa de clics por SMS
-  Adopción del producto
-  Suscripciones a SMS

Comercio minorista | Comercio electrónico | Productos de consumo

“ Cuando pasas de un número de 16 dígitos en un ERP a una persona con nombre, atributos de conducta y todo el historial detrás de sus puntos de contacto digitales, sobre cómo ha interactuado contigo y cómo te has comunicado con ella, entonces puedes empezar a construir un perfil realmente centrado en el individuo. ”



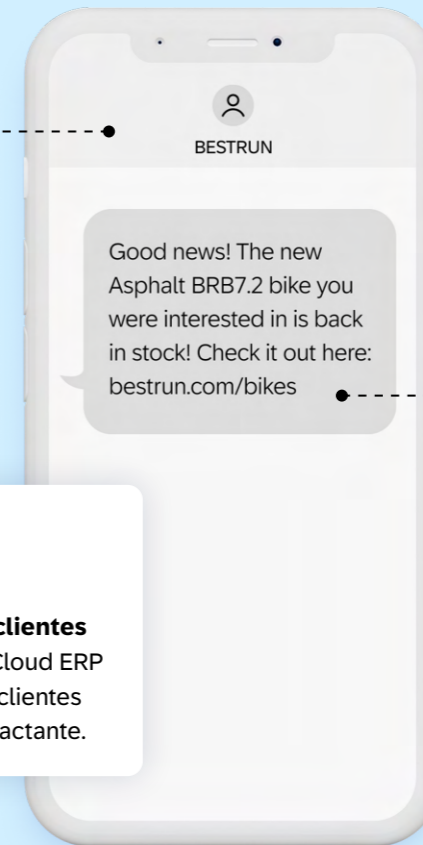
Aaron Bradley, vice-presidente de tecnología e inovação GTM, Wella Company



**Obtenga el consentimiento** y desbloquee un nuevo canal de ingresos para interactuar con sus clientes.



**Conecte los datos de clientes y operativos** con SAP Cloud ERP para aproximarse a sus clientes de una manera más impactante.



**Personalice sus mensajes SMS** incluyendo el nombre del producto que está de nuevo en stock, así como el enlace directo para verlo.

## Avanzado

## Enviar mensajes urgentes cuando un producto vuelve a estar disponible

### Canales incluidos

- Correo
- SMS

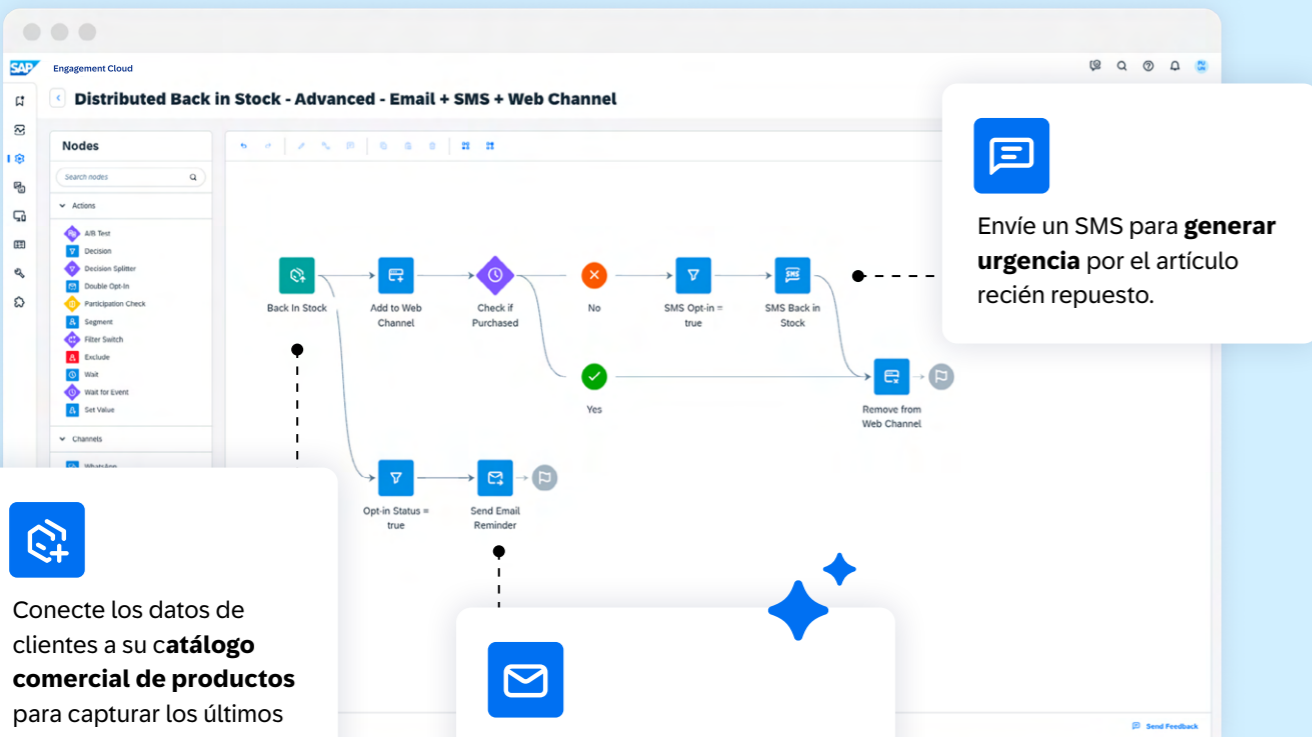
### Solución

- Compruebe diariamente si hay actualizaciones en su catálogo de productos y especifique una actualización de reposición de existencias para activar esta automatización.
- Segmente sus audiencias en función de un comportamiento de contacto en el que el cliente haya visto el producto en los últimos 5 días.
- Asegúrese de excluir a los contactos que ya hayan realizado la compra en los últimos 5 días.

- Conecte sus datos de interacción con SAP Commerce Cloud Commerce Connector, API Connection, Customer Data Cloud y SAP Cloud ERP para obtener información operativa y de envíos en tiempo real para enviar mensajes SMS personalizados y oportunos para quienes hayan optado por recibirlos.

### Recursos opcionales

- **Propuestas de servicios SAP CX:** Concepto y redacción de SMS, personalización y ESL, mensajería transaccional, caso de uso y creación de automatización



Conecte los datos de clientes a su **catálogo comercial de productos** para capturar los últimos productos en stock.



Avisé a los clientes cuando un artículo vuelva a estar disponible y ofrezca **recomendaciones de productos**.




## Activar campañas basadas en el clima

### Caso de uso:

Utilice desencadenantes basados en el clima para lanzar campañas de correo electrónico oportunas y personalizadas a fin de realizar promociones hipersegmentadas.

Comercio minorista | Comercio electrónico | Productos de consumo

### ¿Qué se debe medir?

-  Porcentaje de clics en enlaces
-  Tasa de conversión
-  Compras

“Una vez que se mide el impacto del clima, se puede controlar. El análisis meteorológico combina datos meteorológicos con otros conjuntos de datos y utiliza la IA para predecir tendencias o patrones, como los efectos estacionales, o para generar información procesable, por ejemplo, al predecir la forma en que una ola de calor afectaría al comportamiento de los consumidores.”



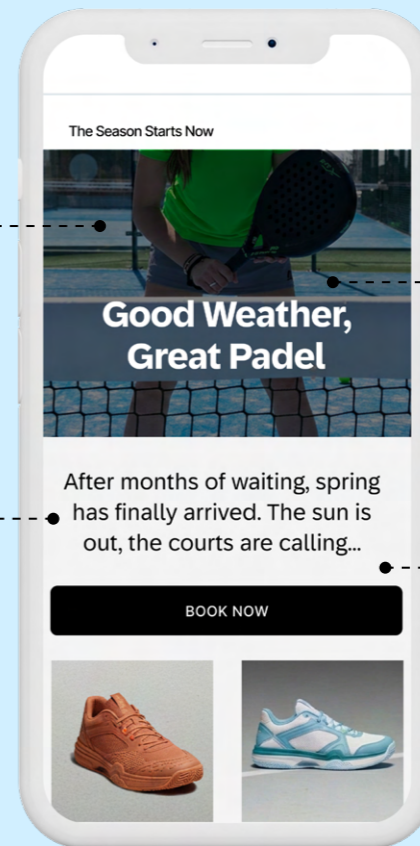
Evan Gold, vicepresidente ejecutivo de Global Partnerships and Alliances, Planalytics



Los **datos meteorológicos en tiempo real** activan campañas localizadas.



Los **mensajes automatizados entre canales** con ofertas personalizadas de productos están ligados a los patrones meteorológicos.



Los **datos relacionales** segmentan al público por región o condición.



Los **agentes de IA de Google** obtienen datos meteorológicos en tiempo real y, cuando las temperaturas superan el umbral, activan las campañas automáticamente.

**Uso de agentes de IA de Google** para agregar datos meteorológicos a través del conector API.

Segmentación de público por región, previsión o condiciones con el **Generador de Segmentos con IA.**

Creación de campañas basadas en el clima con **compositor de contenido con IA.**

**Mida el aumento y la participación en ventas** según el escenario meteorológico.

## Avanzado

## Activar campañas basadas en el clima

### Canales incluidos

- Correo

### Solución

- Utilizar agentes de IA de Google para extraer datos meteorológicos en tiempo real a través de API e incluirlos en los Datos Relacionales.
- Active automatizaciones basadas en condiciones como temperatura, horas de sol y desviaciones respecto a las medias a largo plazo.
- Envíe campañas de correo electrónico personalizadas solo cuando se cumplan las condiciones, lo que garantiza la relevancia y aumenta la probabilidad de compra.
- Personalice la mensajería para destacar los beneficios de su producto bajo las condiciones meteorológicas actuales, maximizando clics y conversiones.

### Recursos opcionales

- **Propuestas de servicios SAP CX:** Orientación técnica sobre API externas, colaboración estratégica en el diseño y la implementación de casos de uso, personalización y ESL

Experto

# Mejorar la experiencia de compra con Mobile Wallet

## Caso de uso:

Agilizar la identificación de clientes y acelerar los pagos identificando programas de fidelización para compradores y vales digitales.

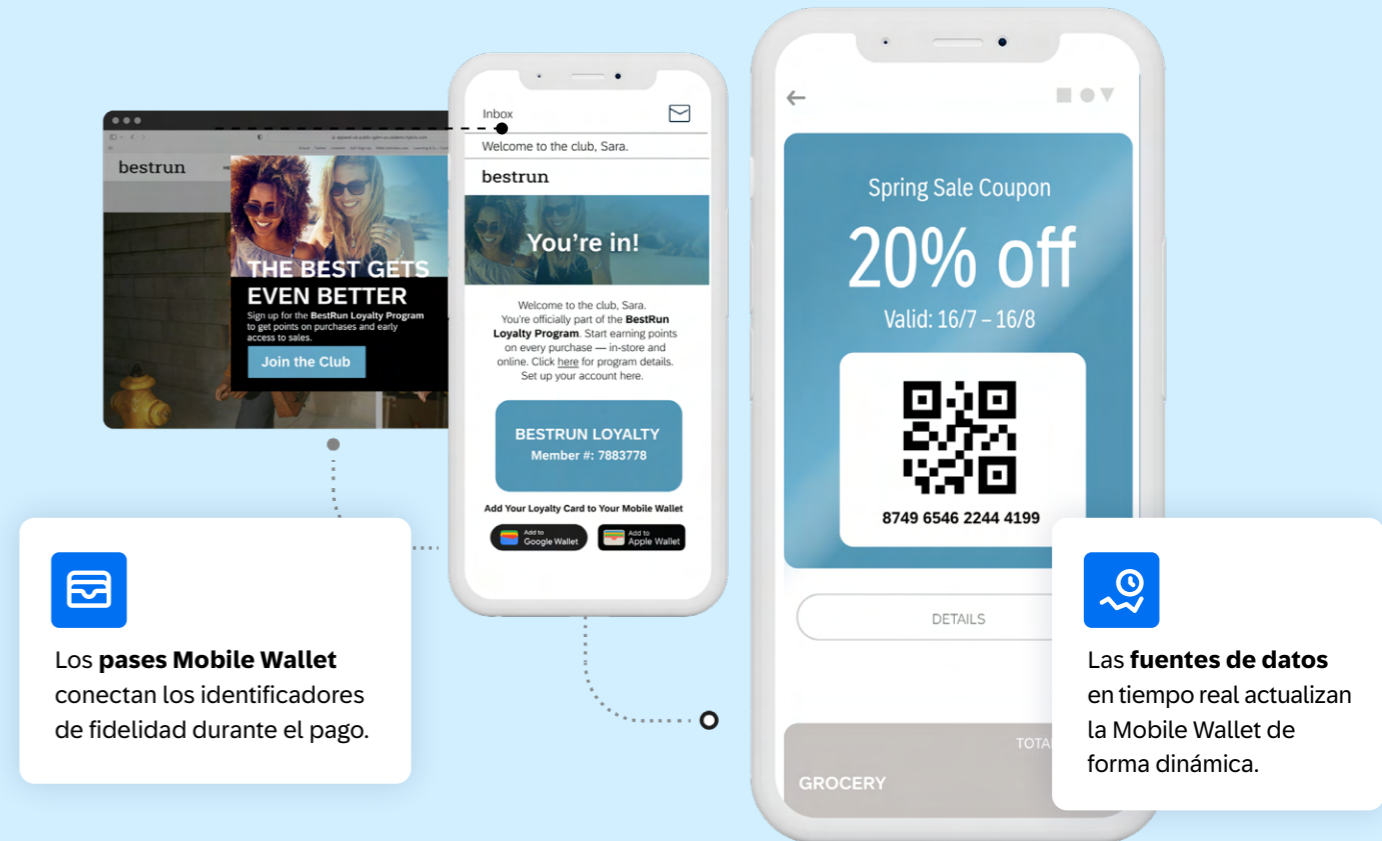
Comercio minorista | Comercio electrónico | Productos de consumo

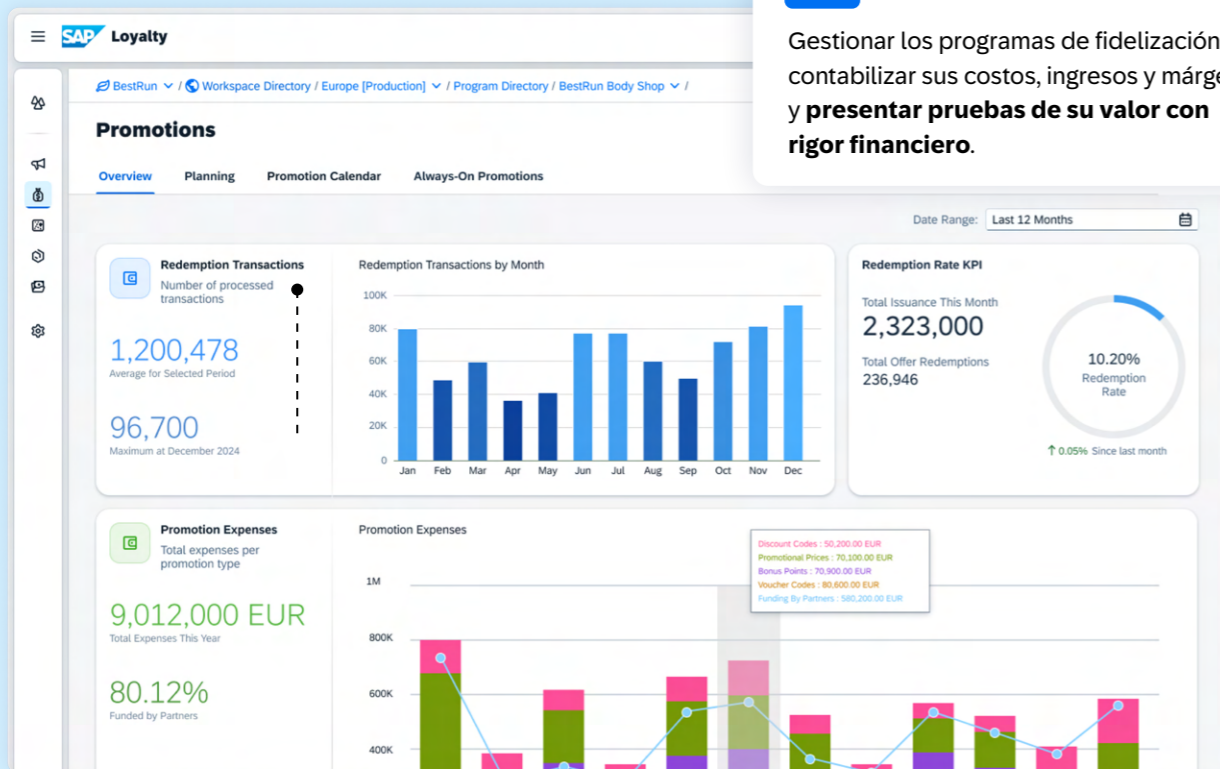
**¿Qué se debe medir?**

- ⌚ Tiempo para realizar pagos
- 👤 Productividad del personal
- 💖 Membresías de los programas de fidelización

“ [Con Mobile Wallet] puedo enviar notificaciones a varios clientes. Es esencialmente un nuevo canal que podemos usar. Es muy beneficioso, sobre todo para nuestro programa de fidelización. ”

Melani Kordel, líder del equipo de CRM, CHRIST





Gestionar los programas de fidelización, contabilizar sus costos, ingresos y márgenes, y **presentar pruebas de su valor con rigor financiero.**

Experto

## Mejorar la experiencia de compra con Mobile Wallet

### Canales incluidos

- Mobile Wallet
- Correo
- SMS

### Solución

- Administrar los programas de fidelización con SAP Customer Loyalty Management.
- Utilice SAP Engagement Cloud para enviar una invitación por correo electrónico o SMS y crear un pase de cartera cuando los clientes paguen o se inscriban en su programa de fidelización.
- Acompañe a los clientes dondequiera que estén con ofertas por tiempo limitado, que puedan añadir a su cartera y usar en los puntos de venta, permitiéndole identificar a más clientes durante el pago.

- Envíe un pase de fidelidad que los clientes puedan añadir directamente a su mobile wallet, lo que permite obtener información más detallada de los clientes.

### Recursos opcionales

- **Propuestas de servicios SAP CX:** Desarrollo de conceptos, personalización y ESL de carteras móviles, casos de uso y creación de automatizaciones



# Aumentar la retención de clientes



Principiante

# Recuperar a los compradores de carritos abandonados con datos conectados del ERP

### Caso de uso:

Mantenga el interés de los usuarios de aplicaciones móviles recordándoles los artículos que han dejado en su carrito mediante una serie estratégica de notificaciones push espaciadas correctamente.

Comercio minorista | Comercio electrónico | Productos de consumo | Deportes y entretenimiento

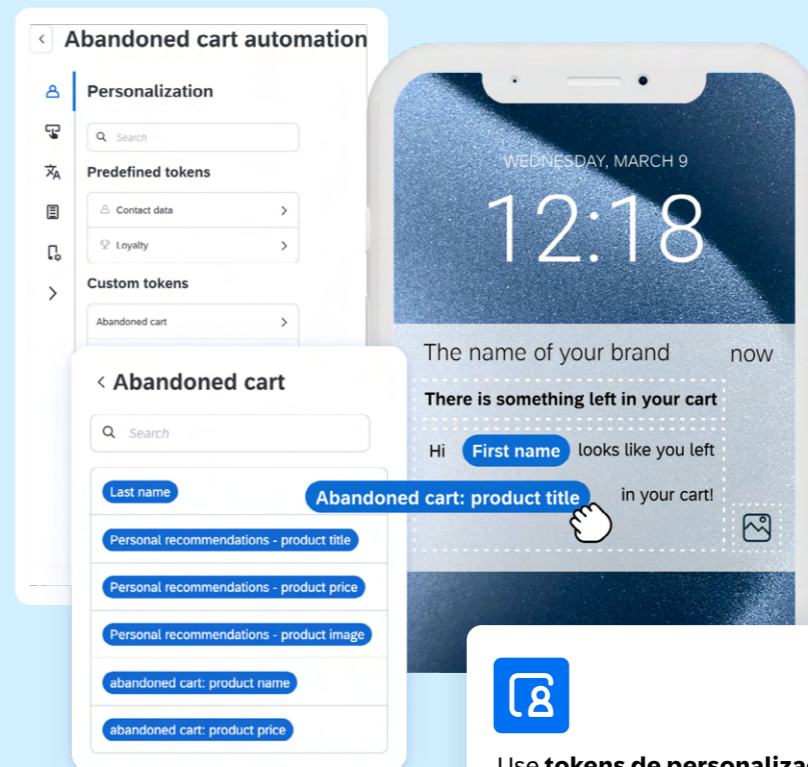
**¿Qué se debe medir?**


- Tasa de apertura de notificaciones push
- Ingresos procedentes de la atribución de eventos
- Tasa de conversión de carros abandonados

“ [Mobile Engage] nos permite llegar a más contactos con los mensajes dinámicos de la app, como mensajes para Carritos abandonados o la Lista de deseos. Particularmente, el programa de carritos abandonados está mostrando muy buenos resultados con una tasa de apertura del 8 % y una tasa de conversión del 10.5 % . ”



Franziska Fischer, gerente senior de CRM, NBB (notebooksbilliger.de)



 Use **tokens de personalización** para promocionar fácilmente el producto abandonado.

## Principiante

## Recuperar a los compradores de carritos abandonados con datos conectados del ERP

### Canales incluidos

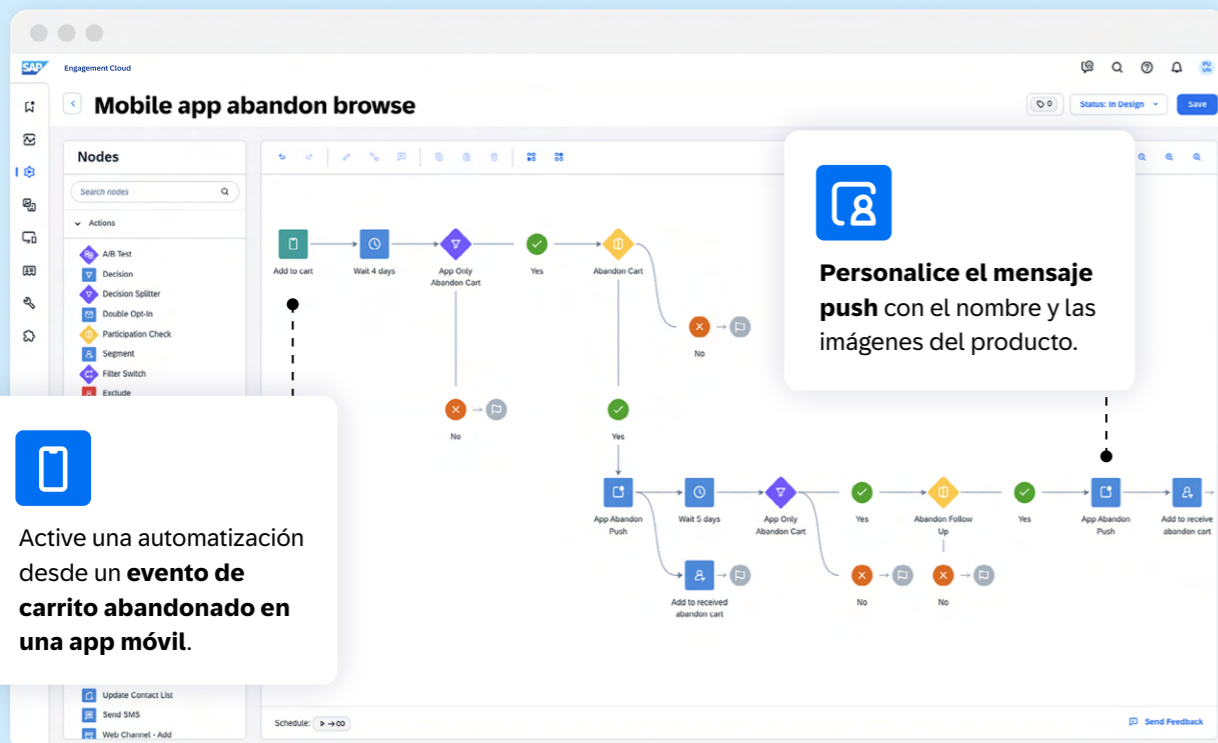
- Mobile Push

### Solución

- Active eventos móviles personalizados de carritos abandonados para esta automatización con datos operativos de su SAP Cloud ERP.
- Identifique únicamente a los usuarios de la aplicación y diríjase tanto a clientes anónimos como conocidos.
- Envíe una notificación push para carritos abandonados.
- Muestra una notificación de recordatorio si no se ha realizado ninguna compra.

### Recursos opcionales

- **Propuestas de servicios SAP CX:** Concepto y redacción de Mobile Push, diseño y ejecución, personalización y ESL, mensajes transaccionales, automatizaciones/interacciones, plantillas dentro de la app, geocercas y balizas



# Reactivar a los miembros inactivos del programa de lealtad

## Caso de uso:

Reavivar el interés entre los miembros inactivos. Este caso de uso transforma públicos pasivos en participantes activos con mensajes dirigidos que promueven la acción y fomentan la lealtad.

### ¿Qué se debe medir?

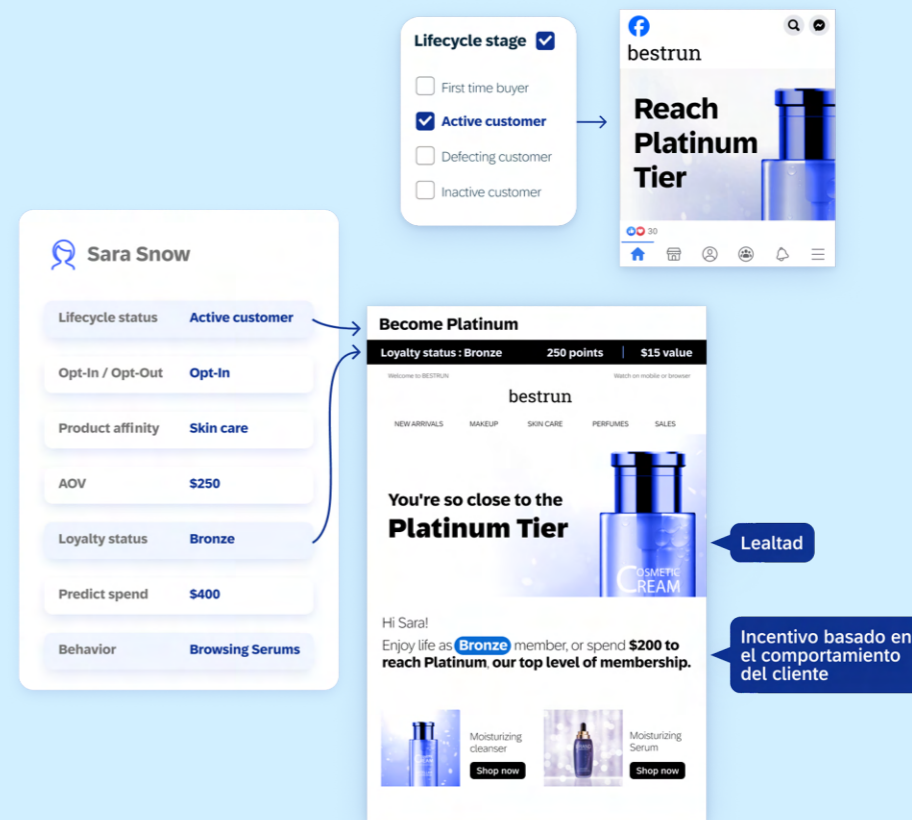
- 👤 Pérdida de clientes
- 🛒 Frecuencia de compra
- 💰 Ingresos de clientes premium

Comercio minorista | Comercio electrónico | Productos de consumo | Deportes y entretenimiento

“Debido a la creciente demanda por productos y servicios sostenibles, integramos la sostenibilidad en nuestra estrategia principal, lo que nos da una ventaja competitiva en cuanto a la lealtad a la marca. Con SAP Engagement Cloud, podemos aprovechar los conocimientos basados en datos y entender cómo mejorar la eficacia de estas iniciativas para nuestros segmentos orientados a la sostenibilidad.”



Naresh Krishnamurthy, gerente senior de transformación empresarial y cosméticos, Molton Brown



Avanzado

## Reactivar a los miembros inactivos del programa de lealtad

### Canales incluidos

- Correo
- Mobile In-App
- Mobile Push

### Recursos opcionales

- **Propuestas de servicios SAP CX:** Creación y redacción de correos electrónicos, diseño y ejecución, personalización y ESL, automatizaciones y optimización

### Solución

- Cada mes, envíe un correo a un segmento de miembros del programa de lealtad que no haya realizado ninguna actividad en los últimos 30 días.
- Utilice tokens de personalización para individualizar los correos de incentivos.
- Envíe un correo electrónico de recordatorio al mismo segmento de público 12 días después.
- Haga un seguimiento forense del rendimiento de los programas de fidelización, contabilizando sus costos, ingresos y márgenes, y presente pruebas de su valor con rigor financiero con SAP Customer Loyalty Management.

**Inactive Member (Loyalty) - Email + Mobile**

Status: In Design Save

**Nodes**

Search

Entry Points

- Data Change
- Form
- New Contact
- Target Segment
- On Auto Import
- Recurring Filter
- Entry from Program

Actions

- A/B Test
- Email Behavior Check
- Exclude
- Segment
- Filter Switch
- Schedule
- Quick Filter

Envíe automáticamente una **notificación móvil en la aplicación o un mensaje push** junto con un correo personalizado.

Experto

# Dirigir a los clientes potenciales de Internet a la tienda física para que realicen su primera compra

### Caso de uso:

Ayude a sus clientes a investigar en línea y luego indícales una oferta que puedan canjear añadiéndola directamente a su mobile wallet, lo que permite una identificación fácil y cómoda en tiendas físicas, una visión enriquecida de los clientes y experiencias fluidas.

**¿Qué se debe medir?**

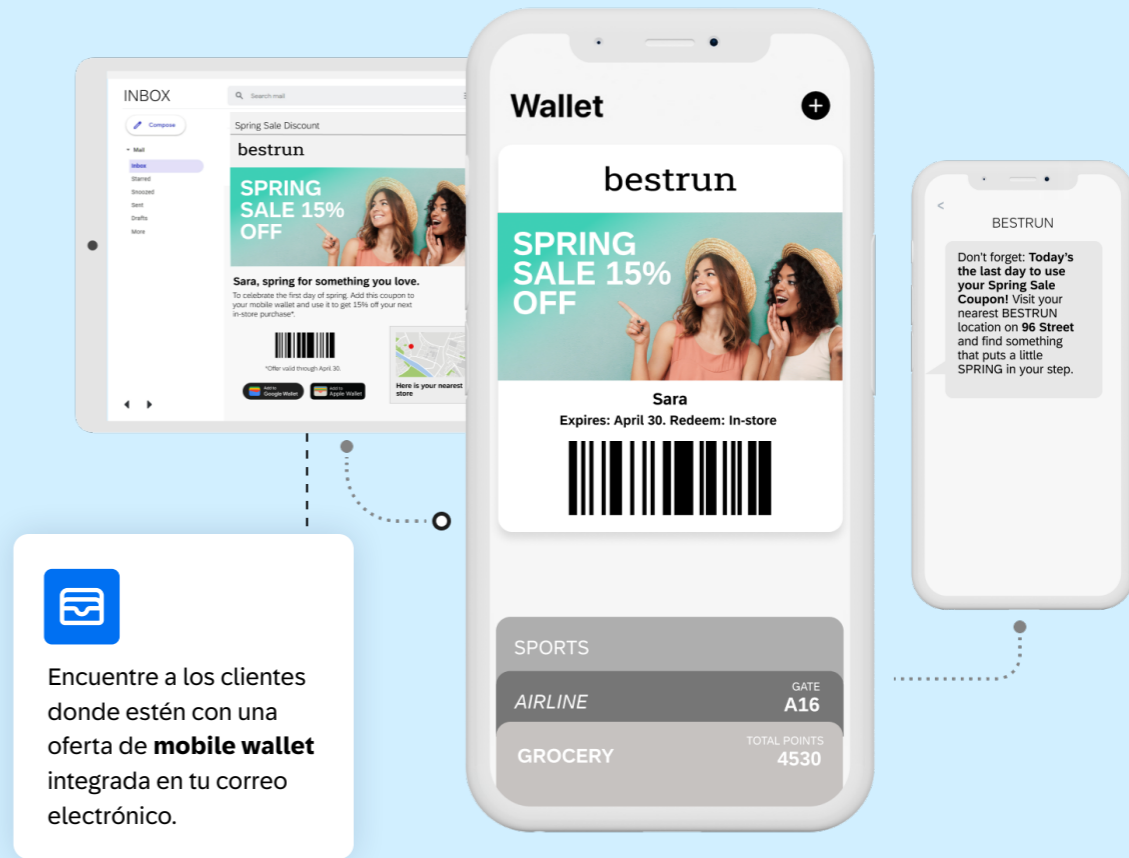
- Interacción en tienda o en eventos
- Descargas de Mobile Wallet
- Canjes de Mobile Wallet


### Comercio minorista | Productos de consumo

“Ahora tenemos clientes que harán un proceso de compra mixto. Ven el anuncio en línea, van a la tienda, se prueban el calzado, regresan a casa, consultan con su pareja, comparan los diferentes precios, vuelven a la tienda y pueden finalizar la compra tanto por Internet como en la tienda. Lo que importa es que el cliente siempre tenga una experiencia fluida en todos los canales (digitales y físicos).”



Michael Chalhoub, presidente de estrategia, crecimiento, innovación e inversión, Grupo Chalhoub



 Encuentre a los clientes donde estén con una oferta de **mobile wallet** integrada en tu correo electrónico.



Utilice flujos de trabajo agénticos (o autónomos) para diseñar un **segmento orientado a los clientes potenciales más relevantes.**



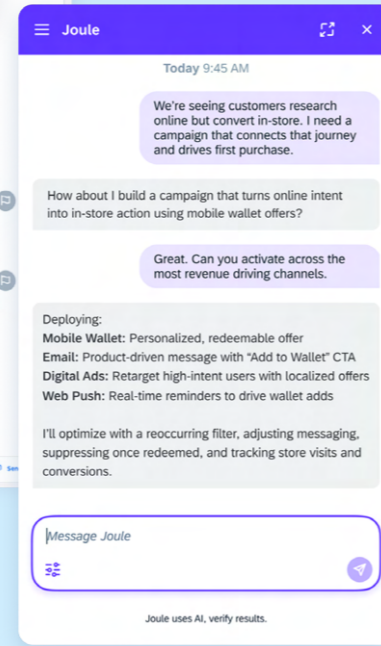
Incluya una **oferta de mobile wallet** en sus correos para canjear en una tienda o evento.



Cree un **filtro recurrente** para actualizar su segmento todos los días.



Use asistentes de IA en Joule para **crear y lanzar activos listos para todos los canales.**



Experto

## Dirigir a los clientes potenciales de Internet a la tienda física para que realicen su primera compra

### Canales incluidos

- Mobile Wallet
- Correo
- Anuncios digitales
- Web Push

### Solución

- Cree una campaña de mobile wallet con un cupón para canjear en tiendas o eventos.
- Construya un segmento de forma dinámica con el Asistente de Campañas, proporcionando acceso al Agente de Identificación de Público.
- Configure un filtro recurrente y utilice los controles de filtro para predecir si es más probable que el cliente interactúe en línea o por correo.

- Opcionalmente, agregue varios periodos de espera para determinar el momento óptimo para una campaña publicitaria web o digital.
- Actualice su lista para eliminar clientes inactivos y centrarse en los clientes más prometedores.
- Utilice el Agente de Seguimiento de Campañas para monitorear el rendimiento y optimizar a través del Asistente de Campañas.

### Recursos opcionales

- **Propuestas de servicios SAP CX:** Colaboración estratégica en diseño y construcción de casos de uso, soporte de Studio con campañas omnicanal, personalización y ESL



## Descubra SAP Engagement Cloud

Vea la personalización en acción en nuestro Product Hub.

Véalo ahora mismo

## ¿Busca formas de ampliar su personalización omnicanal?

Amplíe sus capacidades, aproveche todo el potencial y añada la funcionalidad que necesita para crecer gracias a los socios de SAP.

Descubra ahora

## ¿Listo para recibir apoyo práctico que convierta su visión en realidad?

Nuestro equipo de Servicios ofrece apoyo especializado para ayudarte a implementar las ideas de este manual y más, con el fin de generar un impacto real.

Más información

# ¡Llegó el momento!

El trabajo no termina con el Manual — de hecho, esto es solo el principio. Ahora es el momento de actuar, convertir las ideas en estrategias y las estrategias en resultados. Esté donde esté en su jornada de marketing, SAP Engagement Cloud tiene las herramientas y el soporte para ayudarlo a llegar más lejos.

El éxito en el marketing no ocurre de la noche a la mañana, pero con las herramientas, socios y orientación adecuados, estará preparado para afrontar cualquier desafío. Emprendamos juntos este viaje y hagamos que su próximo paso importante valga la pena.



**Gartner, Magic Quadrant para Motores de Personalización, por Penny Gillespie, Jason Daigler, Michael Ro y Ross Cosner, 2 de febrero de 2026** GARTNER es una marca registrada y de servicio de Gartner, Inc. y/o sus filiales en EE. UU. e internacionalmente, y MAGIC QUADRANT es una marca registrada de Gartner, Inc. y/o sus afiliados, y se utiliza aquí con permiso. Todos los derechos reservados. Gartner no patrocina a ningún proveedor, producto o servicio descrito en sus publicaciones de investigación y no aconseja a los usuarios de tecnología que seleccionen solo a aquellos proveedores con las calificaciones más altas u otra designación. Las publicaciones de investigación de Gartner consisten en las opiniones de la organización de investigación de Gartner y no deben interpretarse como exposiciones detalladas de hechos. Gartner renuncia a todas las garantías, expresas o implícitas, con respecto a esta investigación, incluidas las garantías de comerciabilidad o idoneidad para un propósito particular. SAP fue reconocida como Emarsys en el informe de Gartner antes de su adquisición en 2020.

**Con SAP Engagement Cloud, las organizaciones pueden potenciar una interacción única, dado que es posible conectar la información de los clientes en tiempo real con las señales operativas que hacen funcionar el negocio. Como parte de la cartera de experiencia del cliente (CX) de SAP, Engagement Cloud da lugar a interacciones personalizadas impulsadas por IA en todos los canales, ya que convierte cuestiones como pedidos, eventos de servicio e hitos de fidelización en experiencias oportunas y relevantes que generan confianza, fortalecen las relaciones e impulsan el crecimiento. Para obtener más información, visite [www.emarsys.com/es](http://www.emarsys.com/es) o [www.sap.com](http://www.sap.com)**

© 2026 SAP SE o una empresa afiliada a SAP. Todos los derechos reservados. Consulte el Aviso legal en [www.sap.com/legal-notice](http://www.sap.com/legal-notice) para conocer los términos de uso, las exenciones de responsabilidad, las divulgaciones o las restricciones relacionadas con este material.