

Inventario y lista de comprobación: Próximos pasos

Para tener éxito en la era de la IA, es fundamental tener interacciones significativas con los clientes, pero es difícil dar lo mejor de ti si no sabes exactamente si tu estrategia de conexión es la adecuada.

Todas las empresas pasan por distintas fases en el desarrollo de su estrategia de conexión, pero lo realmente importante es tener un plan para mejorar esa estrategia continuamente.

Cuando completes esta lista de verificación, tendrás una idea más clara del nivel de conexión que tiene tu empresa y de qué tienes que hacer para mejorarlo.

Este formulario de autoevaluación está diseñado para determinar en qué fase se encuentra la estrategia de conexión de tu empresa, y debes considerarlo como un punto de partida para explorar nuevas técnicas y aprovechar oportunidades de mejora. Cuando termines, puedes revisar las recomendaciones de la guía y empezar a ponerlas en práctica.

Así es como funciona

Cada una de estas tres secciones incluye preguntas de autoevaluación para determinar tu nivel de conexión actual. Evalúa todos los puntos en una escala del 1 al 5, en la que 1 significaría "Totalmente en desacuerdo", 3 significaría "Neutral" y 5 significaría "Totalmente de acuerdo". Al final, suma todas las puntuaciones para saber en qué nivel está tu empresa en cuanto a la conexión con los clientes.

Descubrimiento

1. Hemos estructurado el contenido de nuestro sitio web de forma clara, intuitiva y concisa, de forma que la IA y los buscadores puedan ingerirlo.
2. Hemos desarrollado nuestra estrategia de contenido para incluir otros formatos además del texto, especialmente videos de corta duración.
3. Hemos empezado a diversificar la creación de contenido, colaborando con comunidades e influencers.
4. Hemos empezado a usar los datos que tenemos sobre los clientes para personalizar nuestros mensajes publicitarios.
5. Usamos las características publicitarias de HubSpot y sus herramientas para generar contenido y para gestionar publicaciones en redes sociales

1...2...3...4...5

1...2...3...4...5

1...2...3...4...5

1...2...3...4...5

1...2...3...4...5

Consideración

1. Usamos bots con IA para proporcionar contenido personalizado según las necesidades específicas de cada prospecto durante el proceso de conexión.
2. Usamos distintos canales según las preferencias de los usuarios para optimizar las interacciones y nutrir leads.
3. Incorporamos la IA en nuestro proceso creativo para asegurarnos de que el contenido es el más relevante para los prospectos.
4. Usamos las características de HubSpot, como los bots y los mensajes SMS, para optimizar las interacciones con los clientes y nutrir leads a lo largo de todo el recorrido.

1...2...3...4...5

1...2...3...4...5

1...2...3...4...5

1...2...3...4...5

Compra

1. Usamos la IA para dar a nuestro equipo de ventas todas las herramientas que necesitan para hacer análisis detallados y consultas personalizadas que les ayuden a resolver los problemas de los clientes.
2. Usamos herramientas de IA para acelerar el proceso de compra y ofrecer experiencias personalizadas para establecer relaciones más sólidas y duraderas.
3. Damos a nuestros clientes las herramientas que necesitan para determinar qué productos son la mejor opción para sus necesidades, y para que puedan comprarlos directamente.
4. Damos a nuestros clientes las herramientas que necesitan para programar reuniones con nuestro equipo.
5. Usamos las características de Sales Hub y Commerce Hub para ayudarles en el proceso de compra.

1...2...3...4...5

1...2...3...4...5

1...2...3...4...5

1...2...3...4...5

1...2...3...4...5

Uso

1. La métrica "tiempo hasta obtener valor" es fundamental en nuestra estrategia y tratamos de mejorarla continuamente.
2. Combinamos bots y agentes humanos para prestar asistencia personalizada con la que asegurar la satisfacción y el éxito de nuestros clientes.
3. Usamos la IA para que nuestros equipos tengan las herramientas que necesitan para prestar esta asistencia personalizada con experiencias fuera de serie.
4. Usamos funciones de HubSpot, como los bots y la base de conocimientos, para incrementar el uso de nuestros productos.



A continuación, suma los resultados.

De 0 a 30

Mejoras necesarias

Tu estrategia de conexión con los clientes puede mejorar.

De 31 a 59

Oportunidades perdidas

Aunque vas por el buen camino, no estás aprovechando todas las oportunidades a tu alcance para mejorar la conexión.

Más de 60

Una conexión ejemplar

Ya estás estableciendo conexiones sólidas y duraderas, pero debes revisar tus estrategias constantemente y colaborar con tus equipos para aprovechar al máximo cada oportunidad.

Si tu puntuación está entre el 0 y el 30

Esto significa que puedes mejorar muchos aspectos de tu estrategia, lo cual supone una gran oportunidad de crecimiento. La IA ha revolucionado la forma en la que trabajamos, pero es una tecnología tan reciente que todavía tenemos que averiguar cuál es la mejor forma de integrarla en nuestros procesos para optimizar la conexión.

Para mejorar, tu empresa puede hacer lo siguiente:

→ **Conectar de forma más personalizada**

Cuanto más personales sean las conexiones, mejor. Profundiza en las necesidades, preferencias y problemas de los clientes y usa esta información para adaptar las interacciones y comunicaciones. Envía correos personalizados, mensajes específicos y ofertas a la medida de cada cliente, y adapta cada punto de contacto, para demostrarles que sabes exactamente cuáles son sus necesidades a lo largo de todo el recorrido.

→ **Diseñar experiencias de contenido valiosas**

Optimiza tu estrategia de contenido y tu narrativa para crear experiencias útiles y relevantes que llamen la atención de la audiencia. Transforma tu narrativa para captar el interés de tus clientes y servirles de inspiración, y sobre todo, céntrate en ayudar en lugar de en vender. Desarrolla contenido que resulte útil, que proporcione información relevante y que estimule la comunicación. Usa herramientas con IA para optimizar el proceso de creación de contenido y maximizar su impacto, y da prioridad a la calidad sobre la cantidad para no saturar a los prospectos con comunicaciones innecesarias.

→ **Establecer conexiones más personales y genuinas**

La IA debe usarse como parte de una estrategia más amplia, pero nunca debes subestimar el poder de las conexiones humanas. Por eso, cada interacción que tengas con tus clientes debe ser cálida, empática y auténtica, y tus equipos deben saber escuchar, interactuar de la forma más cercana posible y ofrecer asistencia personalizada. Usa la tecnología para mejorar las relaciones humanas, no para sustituirlas, y ayuda a tu equipo de ventas a centrarse en el asesoramiento y en la resolución de problemas. En definitiva, tus clientes deben sentirse escuchados y valorados, con independencia del canal de comunicación que elijan.

Si tu puntuación está entre el 31 y el 59

Este resultado significa que vas por buen camino para convertir a tu empresa en una conectora y que has sentado las bases necesarias para crecer en muchos aspectos.

Para mejorar, tu empresa puede hacer lo siguiente:

→ **Ampliar su estrategia para cubrir la totalidad del recorrido del cliente**

Las cifras no mienten, y las empresas que desarrollan conexiones significativas en cada punto de contacto son las que más probabilidad de crecimiento tienen. Analiza todos los puntos de contacto, interacciones y problemas de los clientes a lo largo del recorrido, y usa esta información y las herramientas de HubSpot para ofrecerles experiencias personalizadas en cada etapa.

→ **Equilibrar la IA y las herramientas manuales**

Tu empresa debe ir a la vanguardia de la tecnología, aprovechar las últimas herramientas de IA (como ChatSpot y el asistente de contenido) y preparar a sus equipos para tomar las riendas de las interacciones con los clientes en fases más avanzadas del recorrido. Si consigues un equilibrio entre la tecnología y el factor humano, podrás diseñar experiencias más efectivas, aumentar la lealtad de los clientes y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento. Debes combinar la personalización con la escalabilidad en todas las etapas, y usar la automatización para complementar el trabajo de tus equipos, nunca para sustituirlo.

→ **Fomentar las interacciones en todos los canales**

En lugar de centrarte en un solo canal, amplía tu estrategia para interactuar con tus clientes y prospectos allá donde se encuentren, ya sea en las redes sociales, en los live chats o en cualquier otra plataforma que utilicen. Así, al ofrecerles asistencia en varios canales, ampliarás el alcance de tu estrategia y tendrás más oportunidades de establecer conexiones significativas.

Si tu puntuación es superior a 60

Este resultado indica que ya tienes un éxito considerable a la hora de conectar con tus clientes, aunque siempre hay oportunidades de mejora. Tu empresa está preparada para la era de la IA, pero debe seguir identificando aspectos que podrían mejorarse y mantenerse al día de las innovaciones que salgan a la luz en los próximos años.

Para mejorar, tu empresa puede hacer lo siguiente:

→ **Profundizar en los datos sobre los clientes**

Aunque las relaciones actuales con tus clientes son muy buenas, debes seguir analizando toda la información que esté a tu alcance. Profundiza en los datos sobre los clientes para descubrir información útil sobre sus preferencias y comportamientos, y sobre los problemas a los que se enfrentan. Analiza los patrones y tendencias más actuales para saber exactamente qué necesidades debes satisfacer en cada momento.

→ **Optimizar continuamente los procesos**

Aunque la conexión actual con los clientes sea muy buena, siempre hay oportunidades para optimizar tu estrategia. Por ejemplo, puedes usar pruebas A/B para experimentar con distintas iniciativas y probar distintos mensajes, formatos y canales para averiguar qué es lo que mejor funciona con tu audiencia objetivo. Analiza continuamente los resultados y perfecciona tu estrategia en consecuencia. Recuerda que la optimización es un proceso continuo que puede dar grandes resultados a largo plazo.

→ **Tomar decisiones basadas en datos y adaptarte a las circunstancias**

Para alcanzar el éxito, no solo debes recoger datos, sino usarlos para tomar decisiones bien fundamentadas. Usa la información que recojas para modificar tus estrategias, la experiencia que ofreces a los clientes, tus procesos de generación de contenido y los canales de interacción. Las necesidades de los consumidores cambian continuamente, y para conectar realmente con ellos, debes asegurarte de que tu empresa se mantiene siempre al día en cuanto a estas tendencias.

Comencemos

Tu mánager del éxito del cliente te ayudará a perfeccionar tus procesos y estrategias de conexión, y a aprovechar al máximo el potencial de tu empresa para crear experiencias fuera de serie con las que conseguir resultados excepcionales.

Ponte en contacto con tu mánager del éxito del cliente cuanto antes.