



CROSSMEDIA

COMUNICACIÓN MULTICANAL

**CAMPAÑA DE
COMUNICACIÓN**
EN LA QUE SE UTILIZAN LOS
SIGUIENTES ELEMENTOS:

impresos personalizados, SMS personalizados,
sitios Web personalizadas para cada cliente (PURL),
boletines de noticias personalizados (newsletter),
redes sociales, códigos QR...

Grafo

CROSSMEDIA

comunicación multicanal

¿Cómo funciona?

- a. A partir de la base de datos de la empresa se realizará un estudio de las necesidades de comunicación. Se elegirán unos grupos de clientes (segmentación) y se determinarán los canales multimedia más adecuados.
- b. A continuación, se hace el diseño de los elementos: impresos, SMS, URL personalizadas, newsletter, mensajes en redes sociales...
- c. Se desarrolla la campaña
- d. Los resultados de la campaña se pueden visualizar al momento en forma de gráficas y esquemas, que muestran con claridad el cumplimiento de los objetivos y el retorno de la inversión (ROI)

¿Tiene una base de datos de sus clientes? ¿Está actualizada? ¿Le gustaría actualizarla, refinarla y ampliarla?

¿Ha pensado en los beneficios de realizar una encuesta personalizada a sus clientes?

¿Estaría interesado en una campaña de comunicación multicanal que le permitiera aumentar la lista de clientes interesados en sus productos?

¿Sabe lo que es una campaña de comunicación viral? (un cliente recomienda su producto a un amigo o conocido a cambio de una contraprestación: descuento, regalo, invitación... y se incorpora a nuestra base de datos)

¿Le gustaría conocer el impacto de su campaña en tiempo real? Por ejemplo, n.º de SMS aceptados y rechazados, entradas a las páginas web personalizadas, recomendaciones a clientes nuevos...

¿Le interesaría saber al momento el aprovechamiento de lo invertido en una campaña de comunicación, es decir, el ROI o retorno de la inversión?

SOLUCIONES

El diseño y ejecución de campañas multicanal pueden servir para:

- A. Contactar con clientes de nuestra base de datos:
 - Encuestas de satisfacción general o sobre un determinado servicio
 - Ofertas de nuevos productos
- B. Realizar campañas de promoción a nuevos clientes:
 - Presentación de la empresa
 - Oferta de algún producto en particular
- C. Conseguir nuevos contactos a través de clientes habituales que recomienden la empresa a amigos o conocidos, a cambio de un incentivo: descuentos, servicios gratis, ítem promocional... Es lo que se llama una campaña viral.