

# CHECKLIST PARA REALIZAR UN MARKETING CENTRADO EN EL CLIENTE

## **BASADO EN LA CONFIANZA, LA EMPATÍA Y LA RELEVANCIA**

Con el Marketing centrado en el cliente, el enfoque está en los consumidores. Los profesionales del marketing implementan estrategias de engagement basadas en la confianza, elaboradas con empatía y utilizando la tecnología adecuada para asegurar que cada comunicación sea significativa y relevante. Utiliza la siguiente checklist para asegurarte de que tus mensajes estén en línea con la filosofía de poner al cliente en primer lugar.

### **CONFIANZA**

Ahora más que nunca, los consumidores se inclinan por las marcas en las que puedan confiar. ¿Estás ofreciendo lo siguiente?:

- ¿Seguridad de los datos?
- ¿Prácticas de datos y controles de preferencias transparentes?
- ¿Capacidad de reconocer a tus clientes a través de todos los canales y dispositivos?
- ¿Inicio de sesión sin complicaciones para un servicio más cómodo?
- ¿Retorno de valor a tus clientes a cambio de datos personales?

### **EMPATÍA**

La empatía genera vínculos, respeta las acciones de los clientes y apoya sus necesidades. ¿Estás ofreciendo lo siguiente?:

- ¿Hay suficientes datos para reconocer las interacciones de tus clientes?
- ¿Existen iniciativas especiales/tarifas/descuentos para hacer frente al COVID-19?
- ¿Las respuestas al cliente son rápidas o instantáneas?
- ¿Se construyen relaciones sin centrarse en las transacciones/la conversión?
- ¿Proporciona mi inbound marketing (sitio web, preguntas frecuentes, chats, centro de llamadas) las respuestas que los clientes necesitan?

### **RELEVANCIA**

La relevancia es un acelerador de relaciones, ya que las marcas utilizan datos para ofrecer recomendaciones de productos y contenido útil. ¿Estás ofreciendo lo siguiente?:

- ¿Los mensajes de marketing están alineados con los acontecimientos actuales?
- ¿Tienes recomendaciones/ofertas personalizadas basadas en datos en tiempo real?
- ¿Es la mensajería automatizada demasiado genérica?
- ¿Control de la frecuencia de acciones de marketing vs. la relevancia (menos es más)?
- ¿Tienes alternativas claras de compra (según la ubicación) para tiempos de crisis?

**Al alinear la confianza, la empatía y la relevancia, los profesionales del marketing pueden mantener relaciones duraderas con sus clientes.**