

Venta cruzada y up-selling eficaz de productos y servicios

En MBD entendemos que la mejor estrategia nos es vender más, sino vender mejor. Para ello, es necesario lograr clientes más satisfechos y vinculados con la empresa y a la vez aumentar la rentabilidad de la cartera. Debemos destinar recursos a definir qué clientes necesitan o están dispuestos a adquirir nuevos o mejores productos o servicios de nuestra empresa.

Esto es más importante si cabe cuando el ciclo económico no es bueno; el consumidor no es propenso al gasto y aumenta la competencia (un pastel más pequeño no da de comer a todos). Ante este escenario donde las ofertas por precio son muchas y muy agresivas, tener una cartera fiel y a la que le he ofrecido todo lo que necesita es el arma más eficaz para no perder clientes.

Nuestros proyectos en el área de Upselling & Cross-Selling tienen ese objetivo: incrementar el ratio de Clientes con servicio y la efectividad de las campañas de Marketing.

Mediante el BI generamos un conocimiento exhaustivo del comportamiento de la Cartera de Clientes y ello nos permite optimizar el diseño y puesta en marcha de acciones para los clientes seleccionados como prioritarios.

El objetivo del análisis es identificar los perfiles de clientes con mayor potencialidad para la Venta Cruzada y el Up-selling, es decir para contratarnos productos de la cartera que no tienen o mejorar los que disfrutan, diseñar y ejecutar acciones de Marketing más efectivas para ubicar a los clientes en niveles de mayor valor añadido e incrementar su fidelidad a la empresa.

Trabajamos en varias fases, en la primera construimos la Base de Datos Analítica con toda la información relevante de Clientes, en la segunda aplicamos nuestras técnicas de DATAMINING para generar un Modelo predictivo. Por último, en la fase 3, se definen Clientes con alta potencialidad i de contratarnos más o mejores productos o servicios.

En MBD el BI está orientado a resultados:

Sabemos que a menudo los proyectos desarrollados en este sector no han cumplido las expectativas de las empresas, estando enfocados exclusivamente en la implantación de herramientas o aportando resultados con un excesivo componente técnico o estadístico, lo que hace muy complejo su implantación, uso y rentabilización.

Para MBD la obtención de resultados comprensibles, operativos y rentables ha sido, es y será siempre el centro de nuestra actuación. Generamos conocimiento de clientes inteligible y claro; entregamos una serie de datos concretos, útiles para las empresas con la que colaboramos: perfiles descriptivos de clientes con mayor potencialidad y un listado de clientes jerarquizados según su potencial. De esta manera, las empresas pueden desarrollar acciones de marketing a corto plazo que generan valor de negocio.