GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

¿Cuándo usar una plataforma de datos de clientes (CDP)?

Actualidad Empresarial | 23/03/2023 | 00:00

El sistema que recopila, consolida y gestiona datos procedentes de diversas fuentes para crear una visión unificada de cada usuario se conoce como plataforma de datos de clientes (CDP) .

De esta manera, una empresa puede comprender mejor a sus clientes y ofrecer experiencias personalizadas y automatizadas a través de distintos canales.

Actualmente, este recurso se encuentra disponible para empresas de cualquier tamaño, aunque resulta particularmente útil para aquellas que cuentan con una gran base de clientes y un sistema complejo de datos. Para poder implementar una plataforma de este tipo es posible recurrir a los servicios de la firma Aplyca, que se especializa en el diseño de soluciones modernas. Además, esta empresa cuenta con una guía de proyectos web exitosos que ofrece información detallada sobre esta herramienta.

¿Cuándo es útil una CDP?

Las empresas que tienen datos de clientes en múltiples sistemas como CRM, automatización de marketing y análisis web, encuentran que con una CDP la información puede centralizarse para obtener una visión única de cada usuario. Además, se trata de una herramienta útil para las organizaciones que buscan mejorar la personalización y la orientación de sus campañas de marketing.

Por otra parte, este recurso sirve para mejorar la experiencia del cliente en un sitio web o aplicación móvil mediante el uso de datos para personalizar el contenido o el diseño. Otra función de este tipo de plataformas es automatizar interacciones. Por ejemplo, mediante el uso de datos se pueden activar campañas de correo electrónico o notificaciones push basadas en el comportamiento o los intereses de cada cliente.

Por lo general, una CDP en primer lugar, recopila datos y los almacena. Luego, mediante distintas herramientas, ofrece la posibilidad de gestionar y limpiar la información, evitando duplicaciones y otras incidencias. Una vez cumplido este paso, los datos se segmentan para que las empresas puedan actuar mediante acciones de publicidad dirigida o experiencias personalizadas.

¿Cuáles son las ventajas de usar una CDP?

Esta herramienta permite tener una visión única del cliente y ofrecer interacciones personalizadas. Entonces, las empresas que implementan una CDP tienen mayor éxito para fidelizar clientes y ganar en eficiencia. A su vez, la segmentación permite alcanzar un mejor ROI de marketing.

En líneas generales, tener mejor información sobre el comportamiento, las preferencias y los datos demográficos de los clientes sirve para mejorar el compromiso de los mismos e impulsar el crecimiento de un negocio.

Adicionalmente, estas plataformas se integran con otras herramientas de automatización de marketing, análisis y CRM para obtener una imagen más completa del cliente. De este modo se pueden automatizar procesos y reducir costes.

Por último, se trata de un recurso escalable con capacidad para manejar grandes cantidades de datos y crecer al mismo ritmo que una empresa, proporcionando flexibilidad.

Las organizaciones interesadas en implementar un CDP de la mano de expertos pueden hacerlo contactando con Aplyca.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/201085-cuando-usar-una-plataforma-de-datos-de-clientes-cdp.htm